



Mi Plan Editorial,  
como crear una  
newsletter.

Fuente: SEO Stuff



## BLOQUE DE CONTENIDOS:

- ⑩ Ya estamos en las redes, ¿ahora que?
- ⑩ Mostrar todo el potencial de tu negocio en la red.
- ⑩ Componiendo tu equipo editorial: Nuevas metodologías de trabajo.
- ⑩ Newsletter, aspectos organizativos y contenidos.
- ⑩ Newsletter, modelos de éxito.
- ⑩ Analítica en tu plan editorial.
- ⑩ ¿Cómo hacer un calendario de publicaciones?
- ⑩ Content Curator como vía de inspiración.





Bueno antes de  
empezar...



¿Por qué el **marketing** está cambiando?

¿Qué está pasando con los **consumidores**?

¿Qué significa en términos prácticos el fenómeno **value for money**?

¿Qué podemos hacer ante este nuevo **panorama comercial**?





¿Qué podemos hacer ante este nuevo panorama comercial?

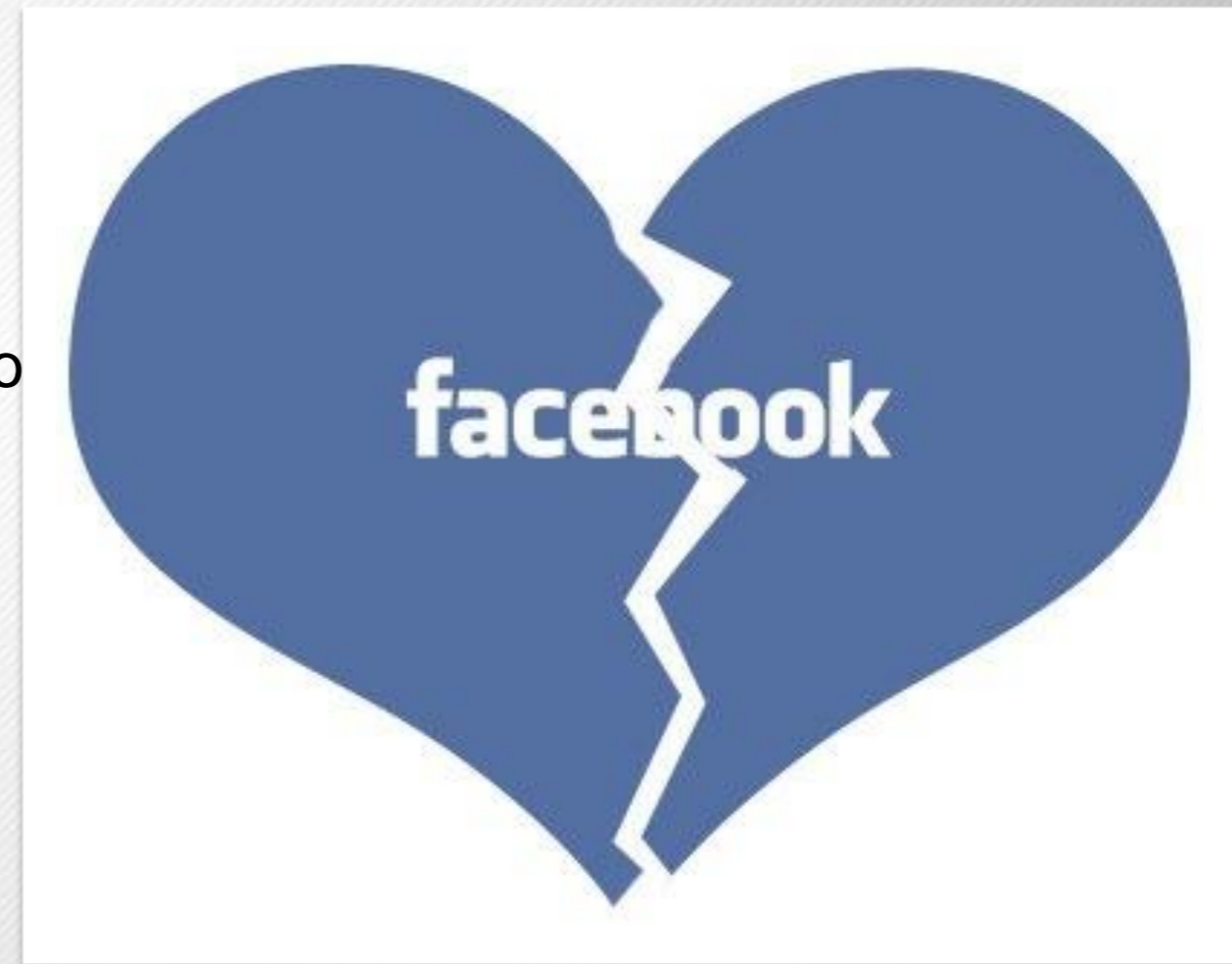
**INVERTIR!**

Tiempo o dinero



# Ya estamos en las redes ¿Y ahora que?

- ⑩ Síndrome de no se qué contar y lo abandono
- ⑩ Solución los contenidos y la planificación





¿Por qué son importantes los contenidos?



# Marketing de contenidos



Los contenidos son la piedra angular del marketing digital.

- ⑩ Por **posicionamiento**.
- ⑩ Por **tráfico**.
- ⑩ Sin contenidos no hay **SEO**.
- ⑩ Son la herramienta indispensable para generar **marca y reputación**.



## WHERE DO SEARCHERS CLICK?

A screenshot of a Google search for "tailored suits london". The search results are displayed in a grid. Three pink callout boxes point to specific elements:

- "A bit here." points to the top-left corner of the first search result.
- "A little here." points to the top-left corner of the second search result.
- "A Teensy Bit Here." points to the top-left corner of the third search result.

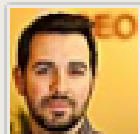
**PUBLICIDAD**  
**VS**  
**CONTENIDO**

## WHERE DO SEARCHERS CLICK?

A screenshot of a Google search for "tailored suits london". A large pink callout box is overlaid on the search results, pointing to the top-left corner of the first search result. The callout contains the text:

**ONLY 18% OF CLICKS GO HERE**

**82% GO HERE**



### Can't Buy Me Love

by Rand Fishkin on Oct 29, 2012

+ Follow





Mostrar todo nuestro potencial  
en la red



## ANATOMÍA DEL MARKETING DE CONTENIDOS

### ¿Qué es el marketing de contenidos?

Publicación de contenidos online, útiles e interesantes, dirigidos a los clientes de tu empresa así como a tu público objetivo.

Fuente: Websa100.com

¿En qué consiste? El "cuerpo" del marketing de contenidos, parte a parte





# ¿ Por dónde empezamos?

Tres tipos de contenidos

Texto

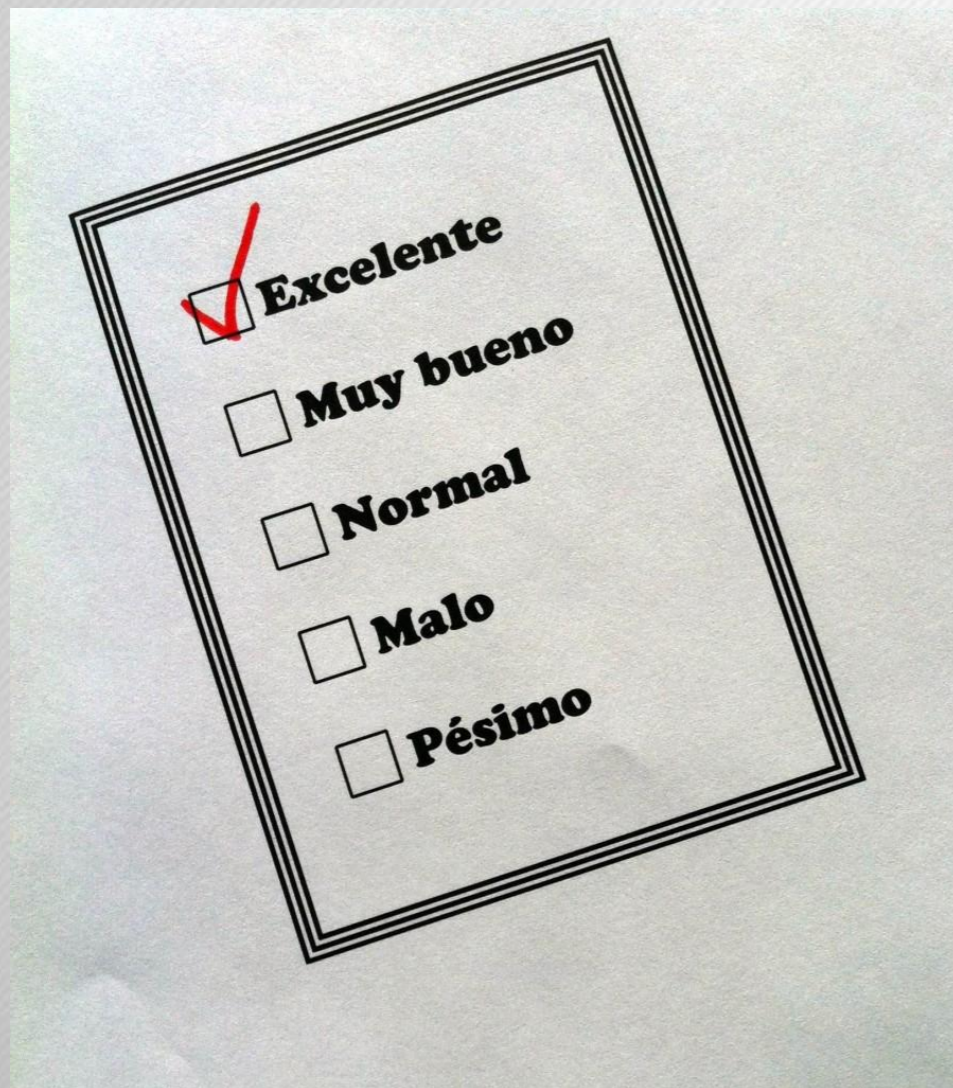
Imágenes

Vídeos



## Algunos tips a tener en cuenta...

La comunicación se realizará en tres niveles



**Gráficos:** Se tendrá en cuenta lo siguiente:

⑩ Inventario de fotos.

⑩ Factor humano, sin mostrar de forma específica rostros (manos, chaquetas, toallas)

⑩ Una proporción que funciona (1/3 de la imagen aproximadamente debe mostrar presencia humana).

⑩ Pensar en el ángulo o punto de vista del comensal o usuario.



## Algunos tips a tener en cuenta...

lab | TALLERES  
by Andalucía lab

De la **fotografía de paisajes turísticos**,.....



A la **fotografía experiencial**



@joantxo  
#labtalleres



Andalucía lab





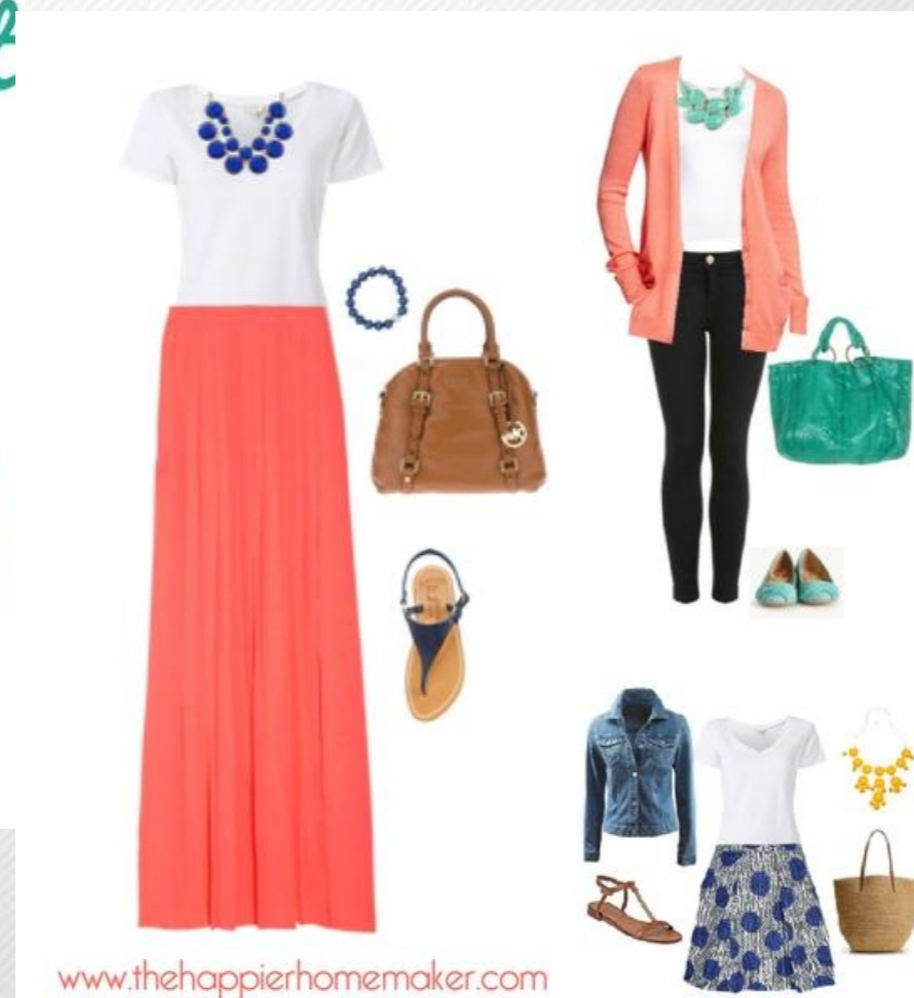
# Algunos tips a tener en cuenta...

lab | TALLERES  
by Andalucía lab





## Algunos tips a tener en cuenta...



En cambio  
en  
Comercio..

Una  
tendencia  
que está  
funcionando.



# Algunos tips a tener en cuenta...

Inspiración para mis videos, por favor!!

The screenshot shows the website 'odo on!' with a navigation menu including Inicio, Agenda, Concursos, Teatro, Niños, Planes gratis, Arte y Cultura, Local, and Blog. The main article is titled 'Harlem Shake arrasa en la red' and is written by the redacción. It includes social media sharing buttons for Facebook (22 likes) and Twitter (1 retweet). The article text describes the Harlem Shake as a viral dance phenomenon on YouTube, originating from Harlem in New York. It mentions that the dance involves moving shoulders and torso to music, and that a video by DJ Baauer featuring four people in costumes (including a Power Ranger and an alien) became popular. Below the text is a video player for 'DO THE HARLEM SHAKE (ORIGINAL)' from YouTube. On the right side of the page, there is a Facebook widget for 'Ocioon' with 36 likes and a 'ÚLTIMOS TWEETS' section showing a tweet from @ocioon about weekend plans in Málaga and Province.


## Caso la Gintoneria Benalmádena

<http://www.youtube.com/watch?v=5-wsjT2klhM>



## Algunos tips a tener en cuenta...

**Video Post Testing App Priceline Negociator Andalucia Lab**



Video Post Testing App Priceline Negociator And...

Andalucía lab

Información básica Configuración avanzada

**Título**

Video Post Testing App Priceline Negociator Andalucia Lab

**Descripción**

Posibilidades del geomarketing y la reservas de último minuto.

**Etiquetas**

formación x Andalucía Lab x herramienta de venta x andalab x

innovación x turismo x Centro de Innovación Turística x Marbella x

aplicaciones móviles x aplicaciones smartphones x aplicación móvil x

aplicación smartphone x guía en tu mano x demolab x Demo Lab x

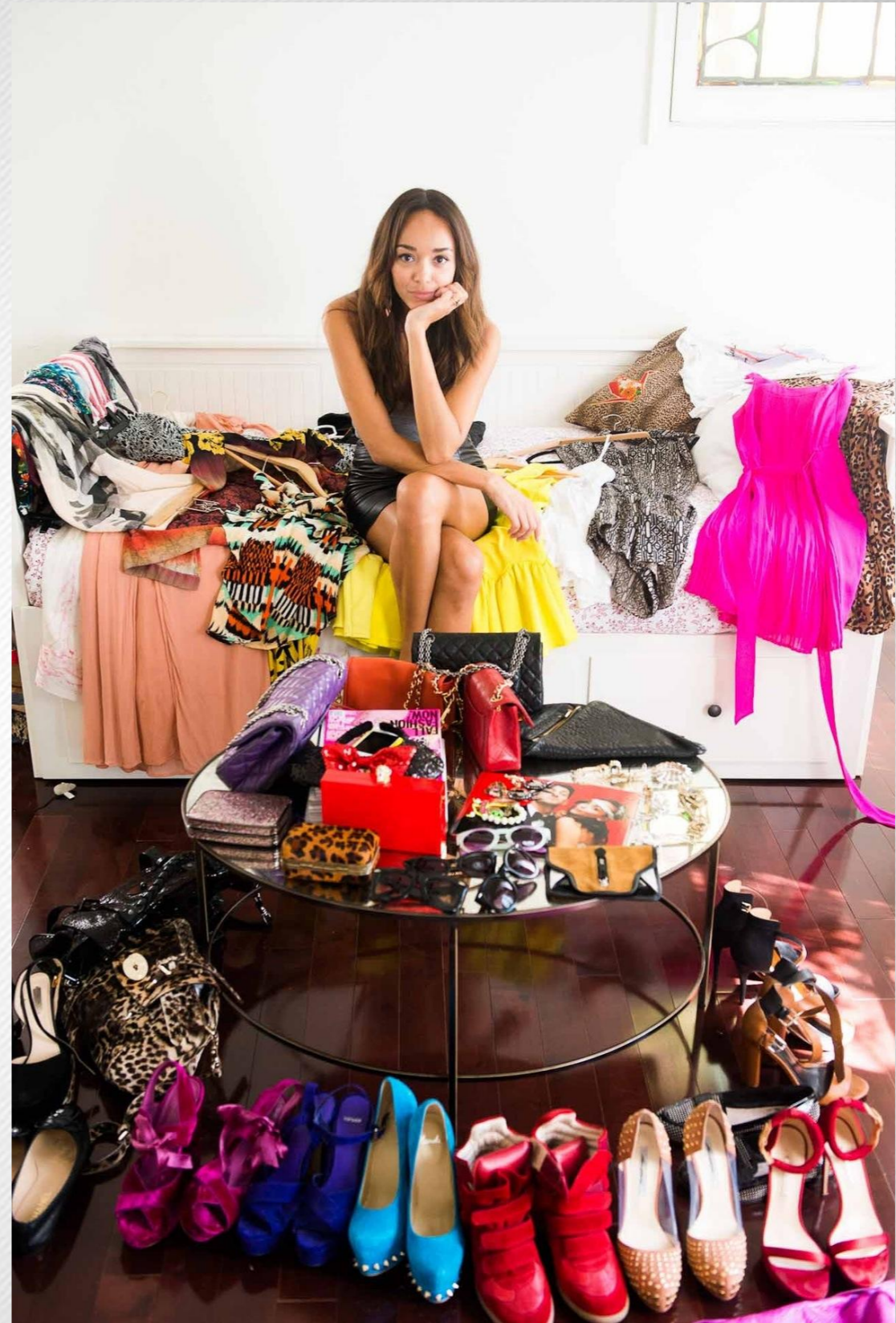
**Texto:** Redactar en principio para el usuario y adaptar con las palabras claves según la estrategia SEO.

**Vídeo:** Palabras clave en título. Descripción del vídeo y Tags.



Empezar un plan editorial es como ordenar un armario.

(Casi siempre una tarea pendiente..)



Fuente: [The Coveteur](#)



# Primeros Pasos en vuestro plan editorial

- ⑩ (Texto, imágenes, video)
- ⑩ Qué tenemos.
- ⑩ Qué nos hace falta.
- ⑩ Empecemos a ordenar.
- ⑩ Renovando el fondo de armario.
- ⑩ Mantener el orden.



Trabajar sobre  
casos reales  
aprovechar fuerza  
networking





## Práctica

Hacer  
inventario de  
contenidos





## ¿Por dónde empezamos?

Analizar que tenemos y ver que nos hace falta.

Benchmarking en acción.

Busca inspiración (Blog, Pinterest, Youtube)

Texto

Imágenes

Vídeos



## ¿Por dónde empezamos?

- ⑩ Contenidos web
- ⑩ Blog (tres niveles de información)
- ⑩ Contenidos de las redes sociales y para las redes sociales.





Home



Perfil



Explora



Eventos



Comunidades



Fotos



Círculos



Local



Más

**Salamanca**

Calle L'almirall Cervera, 34 08003 Barcelona



Información

Fotos

✍ Escribir una opinión

📍 Calle L'almirall Cervera, 34 08003 Barcelona  
932 21 50 33 · [grupossilvestre.com](http://grupossilvestre.com)

📌 Marisquería

VALORACIÓN GENERAL **15** 22 opiniones ? Sobre el sistema de valoración

**Conocido por:** jamones y embutidos · pulpo a feira · jamón ibérico · cocina marinera · bellota

22 opiniones de todos y 10 valoraciones sin ninguna opinión

Más útiles



🔍 Pablo Ruiz Sempere comentado hace un año

General **Bueno**

Está bien, es el sitio típico para hacerte una paella y los camareros te tratan bien es rápido, pero hay sitios mejores en la Barceloneta para hacerte una paella, es difícil bajar de 45€ a 50€.



📍 Barcelona-Estacio de Franca (82...

📍 Cómo llegar

+1 🔄 📷 ⭐

Editar detalles de empresa

VISITAR ESTE LUGAR

Quedar aquí con los amigos

Contenidos  
Ficha  
Google  
Places  
Descripción  
10 imágenes  
5 vídeos



## Contenidos Web

- ⑩ Empresa, (transmitir la identidad de la marca, lema, contenidos redactados para clientes reales)
- ⑩ Reflejar todos productos, eventos.
- ⑩ Sugerir, seducir, facilitar la contratación.
- ⑩ Contenidos vivos: blog.
- ⑩ Comunicación gráfica cuidada.
- ⑩ Generar contenido y potenciar el marketing de atracción



## Contenidos Web



¿Por qué nos da tanta pereza la actualización de contenidos?



## Redacción web y aspecto de estilo

- ⑩ Lectores escaneadores y lectores que leen palabra por palabra.
- ⑩ Promedio máximo de palabras 590 (Recomendado 300-400 palabras)
- ⑩ La escritura en Internet requiere más que ninguna otra la economía de palabras (palabras cortas, conocidas y precisas)





## Redacción web y aspecto de estilo

- ⑩ Identifica a tu público y descubre que les gusta; conocer sus necesidades te ayudará a cubrirlas.
- ⑩ ¿Familias? ¿Parejas? ¿Gastronomía? ¿Tranquilidad?
- ⑩ Lleva las conversaciones reales al ámbito online.
- ⑩ ¿Preguntas frecuentes?



## Redacción web y aspecto de estilo

- ⑩ Hablar de tu marca es como hablar de ti mismo, no monopolices la conversación.
- ⑩ Porque queremos crear marca, pero no cansar al lector, ni ahuyentarlo.
- ⑩ La idea es ofrecer contenidos interesantes para el usuario y relacionados con el objeto de tu negocio.
- ⑩ Dejar los puramente comerciales que no supongan más del 30% – 40% de tu contenido general.
- ⑩ Haz un slogan con tus palabras claves. ¡Funciona!



### Claridad -Orden-Armonía y ritmo de frases-Reescritura

⑩ El narrador.

⑩ Narrador corporativo.

⑩ Narrador personal.

⑩ Innovar en narración. Caso *Eliza was here.*

⑩ Combinar tipos de narrador. Acercar más al personal.

⑩ La escritura en Internet requiere más que ninguna otra la economía de palabras.

⑩ Palabras cortas, conocidas y precisas

***You've got my attention. Please, don't repeat yourself!***



## Optimización imagen/texto

Complementa tus post. Un post sólo con texto es como una comida sin sazonar.

### Fotos propias



Los muros sociales existían mucho antes de que facebook los inventara!



¿Sueles denominar los archivos de tus fotos con una ristra de números y letras del tipo **DSC0001.jpg**? Ejemplo: “*piscina-hotel-nombre hotel*”, con guiones, en minúsculas y sin *eñes* ni tildes.



# Presentación de mi empresa y lo que hacemos

La página web no siempre es suficiente



## EL SITIO PERFECTO

- Zona de juego para los más pequeños.
- Un sitio ideal para compartir con toda la familia.
- Amplia bodega.
- Aparcamiento propio.





## Presentaciones con palabras clave

⑩ Una vuelta de tuerca las presentaciones corporativas, de producto y de eventos.

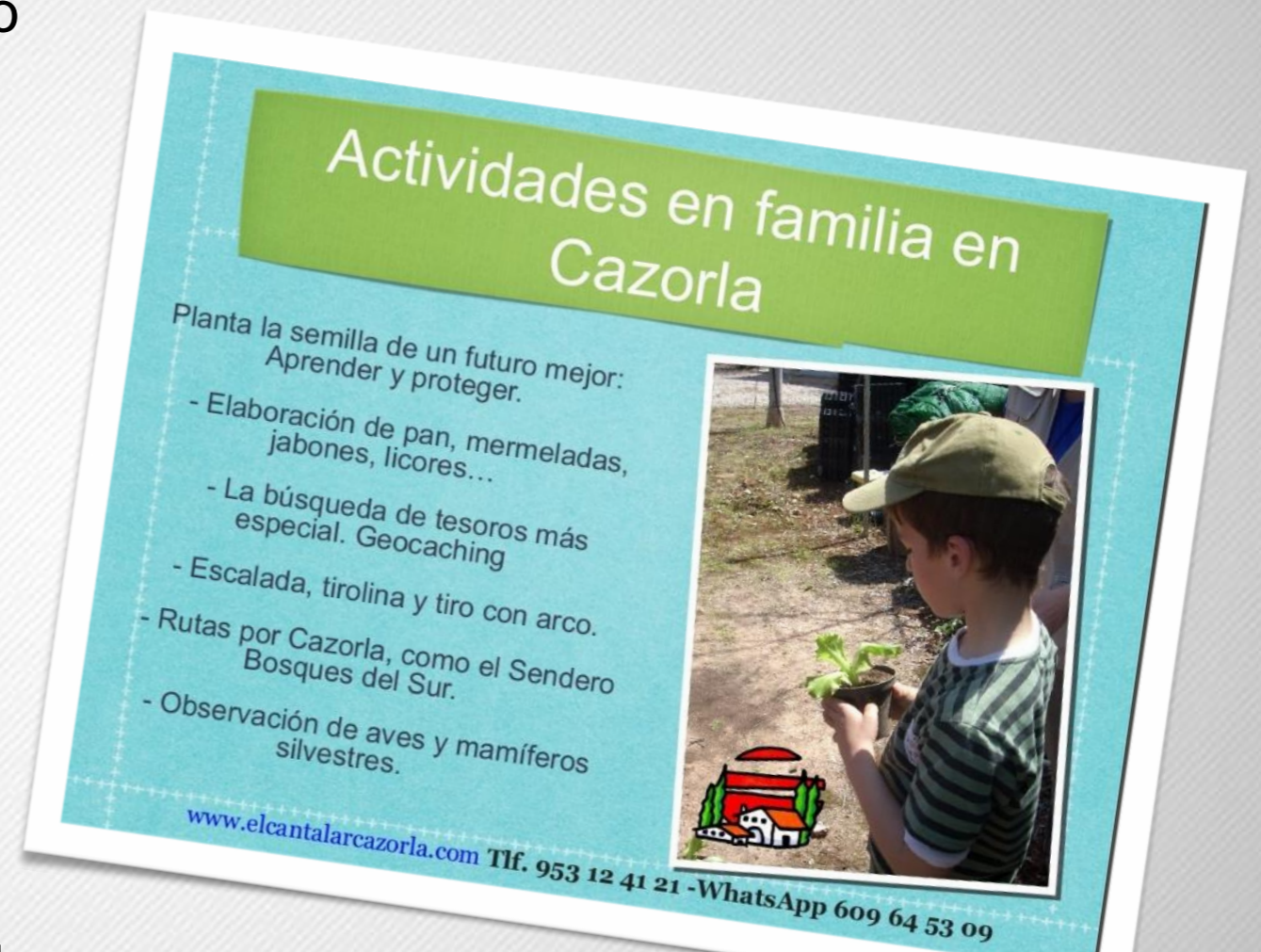
⑩ (con palabras clave)

⑩ Content distribution tool

⑩ Indexa links y un video de Youtube

⑩ Ventajas

⑩ Posicionamiento, email marketing, puede generar un contacto comercial, embeber en post, pueden compartir en redes, pestaña de Facebook, documenta pie de fotos en Facebook...





# Presentación de mi empresa y lo que hacemos

La página web no siempre es suficiente



andalucialab

Andalucía lab

Plan de transferencia de conocimiento 2013

andalucialab  
andalucialab  
andalucialab

#prelabtalleres

www.andalucialab.org

1 / 14

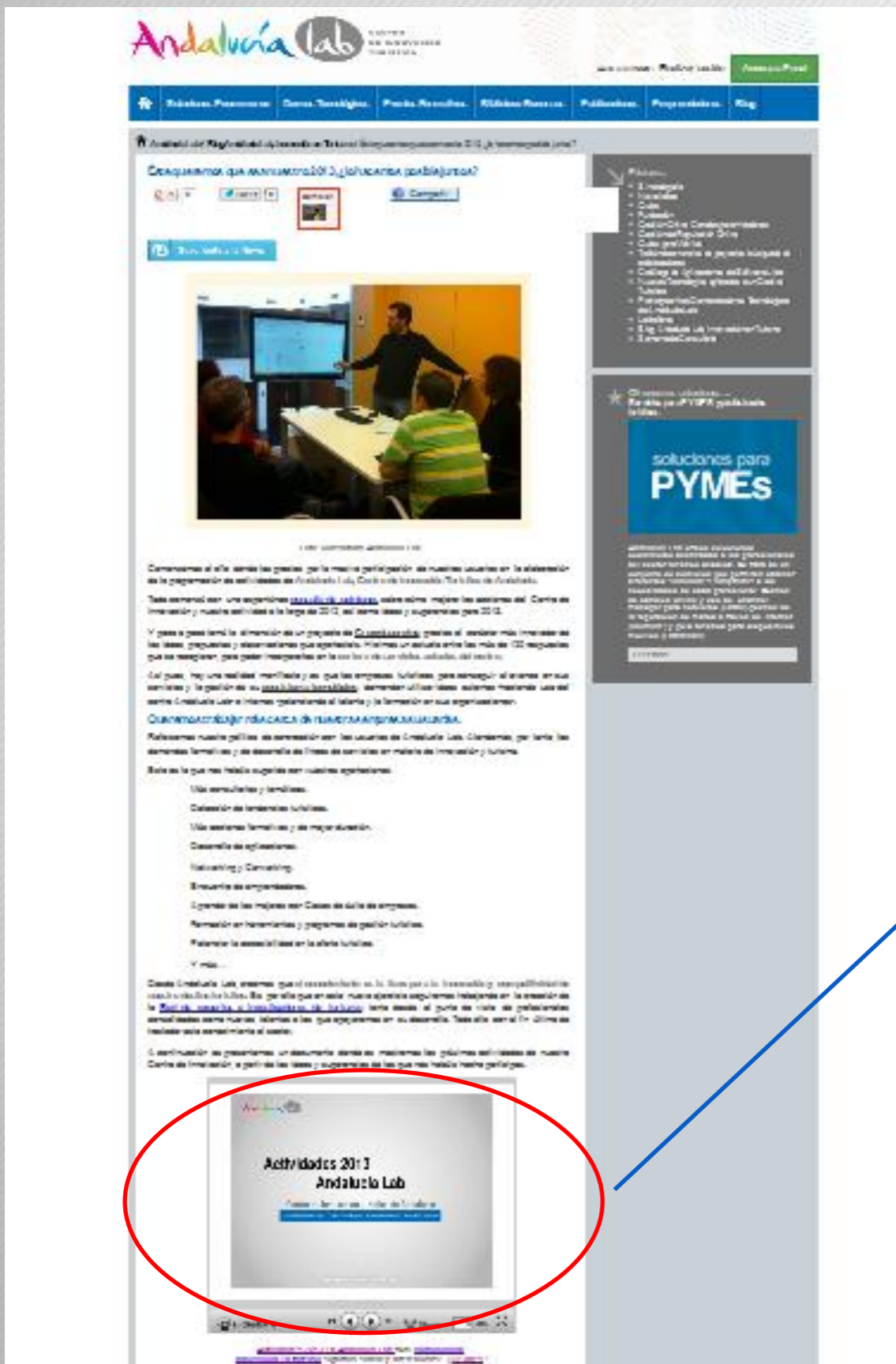
Plan de-transferencia-de-conocimiento-2013-andalucialab 4 views

Código para  
llevárnoslo a un  
post

```
<iframe src="http://www.slideshare.net/andalucialab/slideshelf" width="615px" height="470px" frameborder="0" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="no" style="border:none;" allowfullscreen webkitallowfullscreen mozallowfullscreen></iframe>
```



# Presentación de mi empresa y lo que hacemos



Post +  
Slideshow

Slide Share de  
21 diapositivas

Y 653 visitas

Recurso  
reutilizable y no  
duplicamos  
contenido.

**Ilustra el  
Post.**



Identificando mis factores competitivos.

“Escapada en plena naturaleza”

“Comodidad y tecnología para tu viaje de negocios”

“Spa reparador para volver siempre que lo necesites”

“Una casa rural para disfrutar en familia”


“Las mejores tapas disfrutando de la terraza en la plaza central.”

“Prendas duraderas para niños”



# Contenidos de las redes sociales

**NH Hoteles** Información Me gusta



**Información básica**

**Fundación** 1 de septiembre de 1980

**Productos** More than 400 hotels in 26 countries

**Información**

400 hotels in 26 countries with free Wi-Fi! Join our community and find out all about NH Hoteles, travel, tourism and much more!  
Bookings 24h: 0034 91 3985690

**Descripción de la empresa**

NH Headquarters

**Descripción**

This is the official NH Hoteles Facebook Page [English]. Become a part of our community and find out all about NH Hoteles and what is going on in the world of tourism!



**Innovación y Turismo**  
@andalucialab TE SIGUE

Ofrecemos soluciones prácticas e innovadoras para las Pymes turísticas y comerciales andaluzas. #demolab #labtalleres  
#conocimiento andalucialab.org/blog  
Andalucía, España · [www.andalucialab.org](http://www.andalucialab.org)

<b>7.148</b> TWEETS	<b>2.276</b> SIGUIENDO	<b>9.633</b> SEGUIDORES	 <b>Siguiendo</b>
------------------------	---------------------------	----------------------------	--





Videos  
1 vídeo



Fotos de la biografía  
155 fotos



Andalucía Lab es Formación  
10 fotos



Andalucía Lab son Eventos Em...  
4 fotos



Andalucía Lab es Consultoría y...  
2 fotos



Andalucía Lab es Tecnología  
4 fotos



El día a día en Andalucía Lab  
43 fotos



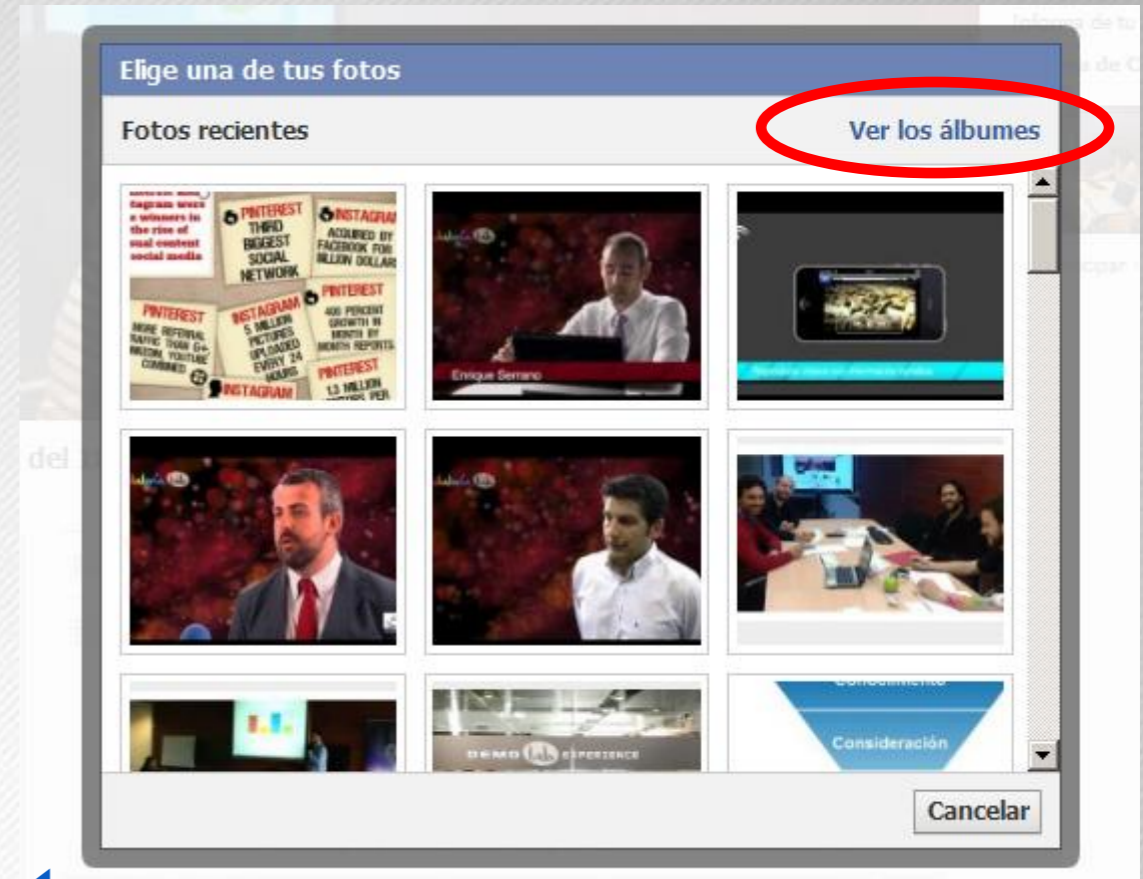
Pre-Labtalleres 2012  
146 fotos



Jornadas Lean Startup en And...  
11 fotos

Ordenar bajo un esquema, de esta forma siempre tendremos álbumes vivos y reforzaremos el mensaje





Esto te va facilitar la línea editorial de los eventos de facebook



## Práctica

Identificar Factores  
Competitivos y  
Redactar texto en  
mis redes





# Componiendo tu equipo editorial: Nuevas metodologías de trabajo.



## Programación de Contenidos

Post Branding, Post SEO apoyando los eventos, Eventos Propios.

Programar cinco-tres semanas antes.

Post Branding (programar secuencia de repetición)





## Una labor de equipo

Te invitamos a que hagas fotos de nuestro establecimiento, de tus experiencias, de lo que más te gusta...

¿Te apetece? Premiaremos con una cena gratis la participación de nuestros fans.  
Síguenos en Facebook

nombre y logo de tu empresa

facebook

- ⑩ Empresa
- ⑩ Empleados
- ⑩ Clientes.

You Tube

Nos encantaría que nuestro establecimiento fuese el próximo protagonista de tu video.

Pon en marcha tu capacidad creativa, elige los escenarios, el guión...

Recompensaremos tu creación.  
Consulta con recepción

Comparte tus fotos con nosotros a través de Whats App





## ¿Por qué una Newsletter?

⑩ Es una manera estupenda de comunicarte de forma directa y personal con tu audiencia , de modo que puedas fidelizar mucho mejor.

⑩ Tu Newsletter nunca morirá, las **redes sociales son más volátiles (No tienes garantía que le llega a tus usuarios)** con el email nunca tendrás este problema.

⑩ Es la mejor manera de anunciar un nuevo producto o servicio. Para muchos blogs, los suscriptores de su Newsletter serán también los potenciales clientes de un posible producto o servicio, a los que mayor valor pueden aportar.



# Contenido y frecuencia

El contenido de la Newsletter puede ser:

- ⑩ Una selección de productos,
- ⑩ Novedades en tu empresa
- ⑩ Blog
- ⑩ ¿Frecuencia?
  - ⑩ Un objetivo abordable.
  - ⑩ No ser excesivamente insistente. (os pueden marcar como spam)



# INVESTIGACIÓN Y BENCHMARKING DE NEWSLETTERS

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO red.es

boletín en red 19 de enero de 2012

**Reportaje**  
**CES Las Vegas, el evento tecnológico que marcará las tendencias para 2012**  
 El año TIC ha comenzado y, con él, el calendario de eventos, que arranca con el madrugador CES (Consumer Electronic Show). Esta feria dedicada a la electrónica de consumo marca la pauta de lo que se espera en los próximos doce meses en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)  
 [+] Lee el reportaje completo

**Entrevista**  
**Elena Gómez del Pozuelo**  
 Presidenta de Adigital  
 "En España hay proyectos muy buenos y empieza a haber capital riesgo para ayudar"

**Agenda**  
 19 de enero Jornadas IPv4  
 Enero Talleres capacitación comercio minorista Aragón  
 Proyectos cofinanciados por FEDER

**Encuesta**  
**¿Has hecho algún propósito TIC para 2012?**  
**La respuesta**  
 En el número anterior preguntamos: El 43% de los internautas ya compran por Internet y tú, ¿harás tus compras navideñas a través del comercio electrónico? estas son vuestras respuestas:  
 a) Sí, haré varias compras, en Internet encuentro más información (36%)  
 b) Sólo algún producto que sea más barato (27%)  
 c) Internet para saber en qué establecimientos son más baratos. (16%)  
 d) No, nunca. Lo bonito es ir a comprar los regalos a la calle (16%)  
 e) Haré todas las compras por Internet, hay todo tipo de productos que puedes encontrar en la Red. (7%)

**Actualidad**  
 Víctor Calvo-Sotelo Ibañez-Martín, nuevo Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información y Presidente de Red.es  
 Soluciones TIC al sector pesquero en el Centro Demostrador de Galicia  
 La Universidad de Murcia presenta su Centro de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales

**Socialmedia selección**  
 Tuenti: Tuenti es la primera red social en verificar la identidad a través del DNI  
 Twitter y Google enfrentados por las búsquedas  
 Facebook: desplaza a Orkut y pasa a ser líder en Brasil

**La noticia curiosa**  
 Baterías de litio-aire prometen 500 km por carga

- 10 Amplia información en dos scroll.
- 10 Incorpora lo más comentado en Twitter.
- 10 Incluye un apartado de Noticia curiosa.
- 10 Promueve la participación mediante encuestas.

- 10 Uso de la cabecera para destacar la idea principal.
- 10 Equilibrio entre tamaño de imagen y texto (imágenes de tamaño medio y textos breves).
- 10 Destacan pocas ideas clave, no hay saturación de contenidos.

Shop Online | Find a Store | 1-800-MY-APPLE

**Score major points this Valentine's Day.**  
 With all the games, movies, and music available for iPod touch, it's the perfect gift for your one and only.  
 Buy now

**Find the perfect words.**  
 Only the Apple Online Store offers free engraving on an iPod. Check out our iPod Engraving Gallery for ideas to suit every occasion. [Learn more](#)

**Gifts they'll love you for.**  
 Visit our Valentine's Day Gift Guide for great gift ideas, from iPod accessories to iTunes Gift Cards and more. [Shop now](#)

**iPod nano. A colorful way to rock their world.**  
 Nine vivid colors outside. Amazing features inside. A brilliant gift in more ways than one. [Buy now](#)

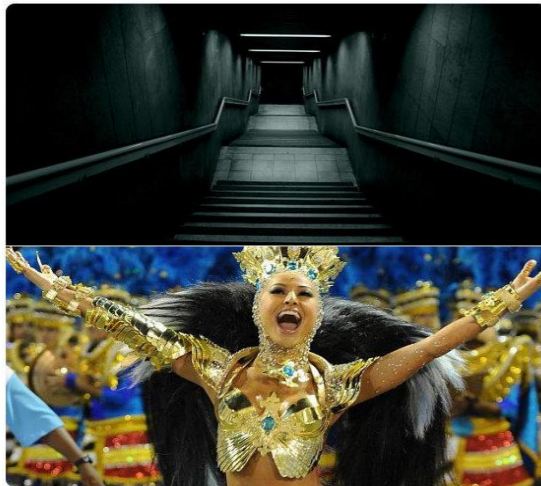
**Great reasons to shop online.**  
**Free Apple signature gift wrap.**  
 For a limited time, get free gift wrap on qualified products for Valentine's Day. [Learn more](#)  
**Fast, free shipping.**  
 Get free shipping on any order of \$50 or more. Order by February 9 to receive your gifts by Valentine's Day.

**Take home amazing gifts today.**  
 Visit an [Apple Retail Store](#) to check out great Valentine's Day gifts and take them home today. Drop by anytime. Or, if you prefer, [make an appointment](#) to meet with a Specialist.



# INVESTIGACIÓN Y BENCHMARKING DE NEWSLETTERS

## 12 CRUCIAL CONSUMER TRENDS FOR 2012



**Introduction** | This year, much as in previous years, some brands may be staring into the abyss, while others will do exuberantly well. And while we can't offer any help to defaulting nations or bankrupt companies, **we do believe that there are more opportunities than ever for creative brands and entrepreneurs to deliver on changing consumer needs.** From Canada to Korea. Hence this overview of 12 must-know consumer trends (in **random order**) for you to run with in the next 12 months. Onwards and upwards:

### 1. RED CARPET

In 2012, department stores, airlines, hotels, theme parks, museums, if not entire cities and nations around the world will roll out the red carpet for the new emperors, showering Chinese visitors and customers with tailored services and perks, and in general, lavish attention and respect.

**Read RED CARPET in full** (including examples from Hilton, Starwood and Harrods)

### 2. DIY HEALTH

Expect to see consumers take advantage of new technologies and apps to discreetly and continuously track, manage and be alerted to, any changes in their personal health.

**Read DIY HEALTH in full** (including examples from Jawbone, Ford and Lifefans)

### 3. DEALER-CHIC

In 2012, not only will consumers continue to hunt for deals and discounts, but they will do so with relish if not pride. Deals are now about more than just saving money; it's the thrill, the pursuit, the control, and the perceived smartness, and thus a source of status too.

**Read DEALER-CHIC in full** (including examples from American Express, Nokitum and Daitan)

### 4. ECO-CYCOLOGY

Brands will increasingly take back all of their products for recycling (sometimes forced by new legislation), and recycle them responsibly and innovatively.

**Read ECO-CYCOLOGY in full** (including examples from Dell, Nike and Garnier)

### 5. CASH-LESS

### 6. BOTTOM OF THE URBAN PYRAMID

Ⓣ Mucha fuerza por el uso del color.

Ⓣ Fuerte contraste entre titulares y fondo.

Ⓣ Sencillez en la estructura.

Ⓣ Uso de titulares cortos e impactantes.

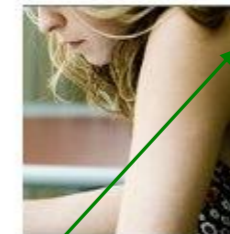
Ⓣ Fotografías con fuerza como apoyo al texto.

Ⓣ Creación de titulares que magneticen al lector, continuando la estrategia de marketing de contenidos.



#### Editorial

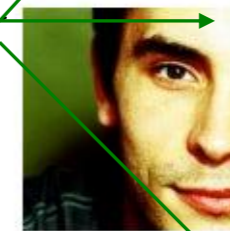
El método de Harvard revolucionó la lectura de la negociación al advertir que lo que realmente se intercambia en su proceso son los intereses, no las posiciones. El interés es lo que a usted le importa y le motiva, lo que guarda valor, normalmente una combinación de diferentes recursos para satisfacer un deseo. Se hace visible en la posición que defiende, pero no significa que sea exactamente igual que la posición. Más bien es lo que late debajo de ella. La negociación se consagra a indagar, bucear, explorar los intereses del otro, y a que el otro haga lo propio con los míos. Es el alfa y omega de todo proceso negociador. Es el tema al que hemos dedicado nuestro monográfico. Esperamos que sea de su interés.



#### Negociación, intereses y valores personales

Los intereses son las necesidades, inquietudes, esperanzas y temores de cada una de las partes. Los buenos negociadores bucean en los intereses de la otra parte porque es lo que realmente podrán intercambiar...

[Leer más](#)



#### El valor hace al interés, y al revés

En una negociación tan relevante es detectar los intereses (como muy bien propone el método de Harvard) como escarbar en los valores. Los intereses se forjan en función de los valores...

[Leer más](#)



#### El modelo de Harvard

El modelo de Harvard se conoce también como el Modelo de los Siete Elementos. Tiene su origen en las investigaciones realizadas por Roger Fisher y William Ury a finales de los años 70. Los intereses eran uno de esos siete elementos...

[Leer más](#)



Una vez  
definida tu idea  
elegir un  
modelo.

Crear una  
cuenta en  
MailChimp



**A Simple Valentine's Day Treat**



Hi--I'm Kristen!  
Here are a few  
updates from  
*Dine & Dish*

**Popular  
Right Now!**



I did something ahead of time for a holiday. Can you believe it? I'm feeling rather on the ball right now.

I signed up to bring treats to Leah's Valentine's Day party at her preschool. I don't usually do that... I typically leave treat bringing up to the more creative, "[pinteresting](#)" moms, but I figured preschool kids are



## Algunas preguntas que hay que hacerse

¿Cómo construyo mi base de datos?

¿LOPD?

¿En que formato tengo mi base de datos?

¿Qué plantilla elijo?

¿Qué datos deberían ir en la Newsletter?

Ya la he enviado ¿Y ahora qué?



# Una historia en primera persona.

Como hacer un boletín... no se puede abrir la pa... Facebook El Pequeño Jardín...

Reserva ahora - 55%

Málaga Shopping Viajes

**19 € en vez de 42 € por un menú vegetariano con albóndigas, lasaña o hamburguesa vegetales para dos personas o 36 € en vez de 84 € para cuatro. Con entrantes, bebida y postre**

**¡Reserva!**

**Precio: desde 19,00 €**

Descuento	Ahorra
55%	23,00 €

**Destacados**

- **Opción A:** menú para **dos personas** con 2 entrantes, 2 platos principales, 2 bebidas y 2 postres (19 € en vez de 42 €, dto. 55%)
- **Opción B:** menú para **cuatro personas** con 4 entrantes, 4 platos principales, 4 bebidas y 4 postres (36 € en vez de 84 €, dto. 57%)
- Entrantes a elegir: champiñones rebozados con alioli, ensalada mixta, ensalada roquefort, aros de cebolla, brócoli fresco rebozado con alioli, patatas skins, mozzarella frita y/o patatas gratinadas con queso cheddar, cebolla y salsa parmesana
- Principal a elegir: **albóndigas vegetarianas con ensalada mixta** y patatas, lasaña vegetariana con pan de ajo o hamburguesa vegetariana
- Postre: **crepe de chocolate** o de caramelo y nata
- Restaurante ubicado en Torremolinos
- Horarios: M-D de 12:30-16h y de 18:30-23 h

**Condiciones**

Previa reserva (952 381 609 o 670 955 108) 3 h antes.  
 Cancelaciones con 3 h de antelación.  
 Un cupón para **dos o cuatro personas**.  
 No acumulable con otras ofertas.  
 Tienes **6 meses** para canjear tu cupón.

**¡Escápate con nosotros!**

**GROUPON VIAJES**

69,00 € en vez de 191,50 €:  
 Córdoba. 1 noche para dos en hotel 4\* con desayuno, detalle y late check-out junto a la mezquita

69,00 € en vez de 191,50 €

Ver

49,00 € en vez de 160,00 €:  
 León. Un hotel de montaña de estilo rústico desde el que contemplar los bellos paisajes de Picos de Europa con una escapada de 2, 3 o 4 noches

49,00 € en vez de 160,00 €

Ver

79,95 € en vez de 204,00 €:  
 Costa del Sol. Disfruta de la costa malagueña con una escapada en un apartamento para dos en un complejo resort con spa

79,95 € en vez de 204,00 €

Ver

69,00 € en vez de 146,00 €:  
 Arribes del Duero. Desconecta de la rutina con una escapada perfecta para disfrutar cualquier día de la semana

69,00 € en vez de 146,00 €

Ver

**Shopping Deals**

24,90 €:  
 Pack de 100 o 300 cápsulas de café compatibles con máquinas Nespresso®

24,90 €

Ver

39,00 € en vez de 79,00 €:  
 Aprovecha tus horas de sueño al máximo con un juego de 2 almohadas viscoelásticas

39,00 € en vez de 79,00 €

Ver

Sacando partido a las  
Sistemas de compra colectiva

GROUPON  
PLANEIO  
LET'S BONUS



Subscribe Share Past Issues Translate RSS



Disfruta la noche de San Valentín en restaurante El pequeño jardín

**MENU para 2 personas**

**Entrantes elegir 1**

1. Arenque Marinado con pan negro y cebolla cruda picada
2. Coctel de Gambas
3. Salmón ahumado
4. Pescado frito con gambas en pan negro y salsa fría de eneldo

**Principales Elegir 2**

1. Costillas de cerdo en salsa Barbacoa con ensalada de col y patatas fritas
2. Bacalao al horno en salsa cremosa de hierbas con patatas cocidas y verduras
3. Salmón a la parrilla con patatas salteadas, verduras y salsa fría de eneldo
4. Hamburguesa de buey BBQ a la parrilla con patatas fritas

**Postres Elegir 1**

1. Brownie Casero con helado de vainilla y nata
2. Crepe relleno
3. Sueño de Caramelo
4. Plátano Flambeado con helado de vainilla y nata

**Bebidas Elegir 2**

¿Una ocasión especial?  
¿Un menú distinto?







Fuente [www.cheapandcool.net](http://www.cheapandcool.net)

[www.andalucialab.org](http://www.andalucialab.org)

#prelabtalleres