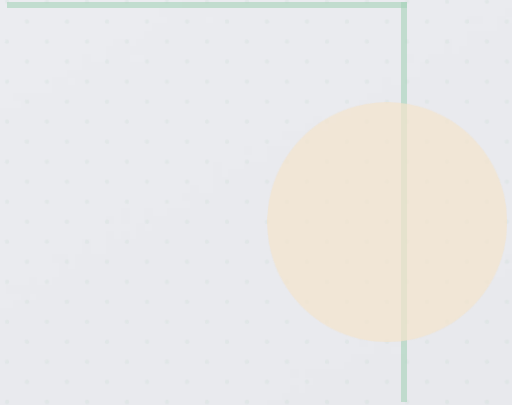




IA y Publicidad Programática en el Sector Agrícola

Transformando la huerta valenciana
en visibilidad digital



María Carmen Cárcel Mas
Elena Sánchez-Arnau
Isabel Sánchez Del Toro

El Desafío Digital Agrícola

Obstáculos para la integración digital de los pequeños productores



Resistencia al cambio

Agricultores, especialmente los mayores o con menor formación, son escépticos ante nuevas tecnologías.



Falta de formación

Implementar tecnologías avanzadas exige conocimientos que los actores del sector no poseen.



Coste inicial

Adquisición de equipos como drones o sistemas IA puede ser prohibitiva para explotaciones familiares.



Falta de estrategia

Sector sufre de visión coordinada para facilitar la adopción de la digitalización.



Dependencia de datos

Sistemas de IA necesitan grandes volúmenes de datos precisos, a menudo insuficientes en muchas regiones.



Temor a pérdida de empleos

La automatización puede reducir oportunidades en comunidades agrícolas.

Obstáculos para Pequeños Productores

Los pequeños productores agrícolas enfrentan barreras específicas para integrarse en la economía digital:



Resistencia al Cambio

Muchos agricultores, especialmente los más mayores o con menos formación tecnológica, son escépticos frente a la adopción de nuevas tecnologías. Esta resistencia puede deberse a la comodidad con los métodos tradicionales o al miedo a lo desconocido.



Falta de Formación Tecnológica

La implementación de tecnologías avanzadas exige conocimientos y competencias que todos los actores del sector agrícola no poseen. Esta brecha de conocimiento limita la capacidad de los productores para aprovechar herramientas digitales efectivas.



Altos Costes de Inversión Inicial

La adquisición de equipos avanzados como drones o sistemas de gestión basados en IA puede ser prohibitiva para las explotaciones familiares o de pequeña tamaño. Estos costes iniciales representan una barrera significativa para la adopción de tecnologías digitales.

La Necesidad de Visibilidad Digital

Conectando las búsquedas de consumidores con productos locales auténticos y sostenibles



El paradojo de la visibilidad

Los productos agrícolas de alta calidad, a menudo asociados a la proximidad y autenticidad, se encuentran con dificultades de visibilidad en el mercado digital.



Conexión esencial

Es crucial conectar las búsquedas intencionales de los consumidores con los productos locales, permitiendo a los productores traducir su valor en visibilidad y confianza.



Traducción digital de valor

Los valores intrínsecos como la sostenibilidad, la proximidad y la autenticidad no son suficientes si no se traducen en visibilidad y confianza en el entorno digital.



Google Ads para la Agricultura

¿Qué es Google Ads para agricultores?

Herramienta que conecta búsquedas con intención de compra con empresas agrícolas, ofreciendo visibilidad inmediata y permitiendo aparecer en la parte superior de los resultados de búsqueda.

Estrategias de IA integradas

Smart Bidding

Ajuste automático de pujas para maximizar conversiones y optimizar ROI.

Performance Max

Uso de IA para distribuir anuncios en todos los canales de Google para alcanzar objetivos.

Ciblaje contextual

Garantiza que los anuncios son presentados a usuarios con búsquedas relevantes para los productos agrícolas, mejorando la conversión.

Ejemplo práctico

Productor de café: Puede dirigirse a palabras clave como "café biológico local" o "comprar café de la Huerta de Valencia", asegurando que sus anuncios lleguen a los consumidores interesados.

Rango de costes por clic (CPC)

El costo por clic para palabras clave relacionadas con agricultura varía entre:



El costo depende de la competitividad y la calidad de los anuncios.

Garantizando la autenticidad y veracidad de la información de productos agrícolas



"Razón semántica" del producto

Garantiza la veracidad y autenticidad de la información, actuando como base estructural para los datos del producto.



Información detallada y precisa

Permite a los fabricantes y propietarios de marcas proporcionar datos completos sobre atributos, imágenes de alta calidad, GTIN y descripciones.



Mejora la experiencia de compra

Información rica y estructurada que mejora la experiencia de compra en Google.com y otros servicios de Google, asegurando que los clientes potenciales reciban información confiable.



Beneficios para fabricantes



Destacado de características

Posibilidad de resaltar las características más importantes de los productos directamente en las páginas de detalles de productos de Google.



Análisis y métricas

Acceso a analíticas que muestran productos competidores que aparecen junto a los propios, precios medios de venta en minorista y rendimiento de anuncios Shopping.



Coherencia y confianza

Asegura que los productos se presenten de manera consistente y fiable a los clientes potenciales, generando confianza en la información proporcionada.

Sinergia Estratégica

Combinando Google Ads y Manufacturer Center



Google Ads

Genera visibilidad y tráfico hacia los productos con anuncios optimizados por IA.

Visibilidad



Sinergia

Datos estructurados y actualizados mejoran el rendimiento



Manufacturer Center

Asegura la veracidad y confianza con información detallada y precisa del producto.

Confianza

Beneficios de la Sinergia

✓ Mejora el posicionamiento orgánico y la coherencia del ecosistema digital

⚖️ Permite a los pequeños productores competir sobre un pie de igualdad

📊 Estructura y actualiza datos para traducir la calidad en visibilidad

Modelo de Impacto Integrado

Conectando métricas publicitarias con indicadores de sostenibilidad territorial

Prometeo 2024 – CIPROM 2023/32 conecta métricas publicitarias con indicadores de sostenibilidad territorial, demostrando que la performance digital puede impulsar prácticas agrícolas más responsables.

Métricas Publicitarias



Tasa de Clic (CTR)

Eficiencia de campañas publicitarias



Retorno sobre Gastos (ROAS)

Conversión de inversión publicitaria



Coste por Adquisición (CPA)

Coste de cada cliente potencial



Modelo Integrado

Conexión entre performance digital y impacto territorial

Indicadores de Sostenibilidad



Trazabilidad Productos

Origen y recorrido del producto



Medidas de Sostenibilidad

Impacto ambiental y prácticas responsables



Impacto Social

Conectividad con la comunidad local

Conclusiones y Futuro

La IA como herramienta de empoderamiento para valorizar productos agrícolas tradicionales



Agricultura del Futuro

El futuro de la agricultura se cultiva ahora mismo en línea, y la integración de inteligencia artificial y publicidad programática es esencial para los pequeños productores.



Estrategia Digital

La IA no reemplaza al agricultor, sino que lo transforma en un estratega digital capaz de valorizar su saber hacer y sus productos en el mercado global.



Referencia Global

Regiones como la Huerta de Valencia, con su autenticidad y tradición, poseen un potencial inmenso para convertirse en referencias adoptando estas herramientas inteligentes.



Futuro de la Agricultura Digital

- ✓ Traducción de valor en visibilidad, trazabilidad y confianza
- ✓ Pequeños productores como actores clave del ecosistema digital agrícola
- ✓ Competencia equitativa en el mercado global basada en la calidad y la autenticidad

"La performance en línea puede ser un moteur pour des pratiques agricoles plus responsables."

Beneficios para los Productores

Transformación de agricultores en estrategias digitales



Estrategias del conocimiento digital

La inteligencia artificial le proporciona herramientas para convertirse en un estratega de su propio conocimiento digital, capaz de tomar decisiones basadas en el análisis de datos.



Competencia equitativa

Los productores locales pueden rivalizar on un pie de igualdad en el mercado digital, dominando sus datos y traduciendo la calidad de sus productos en visibilidad y confianza.



Visibilidad, traçabilidad y confianza

Al aprovechar las herramientas de IA, los agricultores pueden traducir la valor intrínseco de sus productos en visibilidad mayor, traçabilidad garantizada y confianza reforzada.





IA y Publicidad Programática en el Sector Agrícola

María Carmen Cárcel Mas
Elena Sánchez-Arnau
Isabel Sánchez Del Toro

Transformando la huerta valenciana
en visibilidad digital

I Jornada Internacional Open Future Lab.
Diseño Estratégico y Pensamiento Prospectivo
Fecha: 4 de diciembre de 2025



We would like to acknowledge funding from the Generalitat Valenciana (Spain) through the PROMETEO 2024 CIPROM/2023/32 grant.

PROGRAMA PROMETEO 2024 – CIPROM/2023/32) de la Conselleria de Educació, Cultura, Universidades y Empleo.