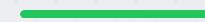
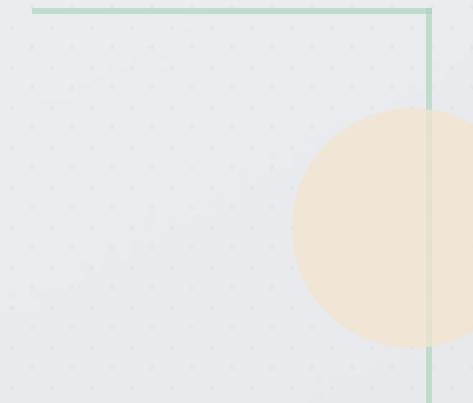


# IA y Publicidad Programática en el Sector Agrícola



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.



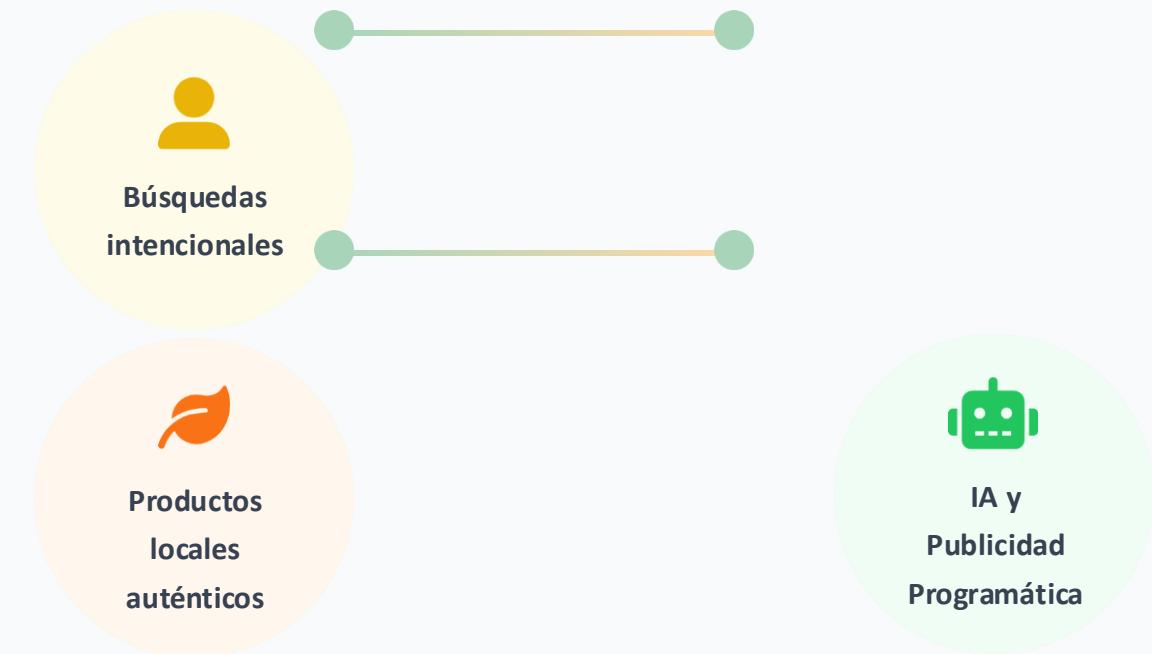
### Conexión esencial

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

## Q ¿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.

## 🎯 Ciblage 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:

0,60 \$

4 \$

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

The diagram illustrates the synergy between Google Ads and Manufacturer Center. It features two rounded rectangular boxes at the top, one for each platform, connected by a dashed green circle labeled "Sinergia". The left box contains the Google Ads logo (blue G), the text "Google Ads", and the description "Genera visibilidad y tráfico hacia los productos con anuncios optimizados por IA." Below this is a blue button labeled "Visibilidad". The right box contains the Manufacturer Center logo (orange factory icon), the text "Manufacturer Center", and the description "Asegura la veracidad y confianza con información detallada y precisa del producto." Below this is an orange button labeled "Confianza". The central dashed green circle contains a green circular arrow icon and the word "Sinergia", with the subtitle "Datos estructurados y actualizados mejoran el rendimiento".

**Google Ads**

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

Visibilidad



**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

### Indicadores de Sostenibilidad

#### Traçabilidad Productos

Origen y recorrido del producto

#### Medidas de Sostenibilidad

Impacto ambiental y prácticas responsables

#### Impacto Social

Conectividad con la comunidad local



#### Modelo Integrado

Conexión entre performance digital y impacto territorial

# Conclusiones y Futuro

## La IA como herramienta de empoderamiento para valorizar productos agrícolos 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.

### Estratega 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 ligne peut être un moteur pour des pratiques agricoles plus responsables."*

# Beneficios para los Productores

## Transformación de agricultores en estrategas digitales



### Estrategas 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

Transformando la huerta valenciana  
en visibilidad digital

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

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 Educación, Cultura, Universidades y Empleo.