

Guía gratuita

CONSEJOS PARA QUE LOS LECTORES ENCUENTREN TU *EBOOK* EN INTERNET



Ink *it*®



CONSEJOS PARA CREAR **METADATOS** PARA QUE LOS LECTORES ENCUENTREN TU EBOOK EN INTERNET

Si eres primerizo en el arte de publicar un libro digital o impreso, los metadatos te han de sonar a elemento de película de ciencia ficción. Si ya has publicado anteriormente, tendrás una idea de lo que son.

De cualquier manera, los metadatos son una herramienta crucial en la publicación de un libro sin importar si eres un autor o si trabajas con editoriales. En esta guía te resumiremos de manera práctica y fácil qué son y para qué sirven, te daremos algunos consejos y te diremos qué datos considerar para crear y llenar tu propio documento base de metadatos.

1

¿Qué son los metadatos y con qué se comen?

Cuando buscas un libro necesitas saber uno que otro dato para poder encontrarlo: el autor o el título como mínimo. Lo mismo sucede con los libros electrónicos.

Ahora imagina buscar un libro, en papel o digital, sin información. Todavía en una librería puedes pasarte todo el día revisando tomo por tomo o registro por registro hasta que des con el que buscas, pero ¿en las tiendas digitales? Tienes todo el universo digital para perderte y salir sin el libro que buscas.

El conjunto de información estructurada que describe un libro de pies a cabeza y de izquierda a derecha es lo que llamamos **metadatos**. Incluyen:

- Título
- Subtítulo
- Autor y colaboradores
- Semblanza del autor
- Sinopsis larga y corta
- Editorial
- ISBN
- Portada
- Formato
- Características físicas o digitales
- Número de páginas
- Categorías de clasificación
- Palabras clave
- Fecha de publicación y de venta
- Precio
- Público *target*
- Territorio de venta

Estos son algunos de los campos que suelen llevar los metadatos, sin embargo depende del tipo de publicación los criterios que vas a necesitar. Más adelante vamos a explicártelos, no te preocupes.

2

El hilo negro para vender tu libro

Elemental, mi querido Watson.

Los metadatos son una herramienta importantísima para todas las partes del proceso de publicación, pues los utilizarás tú, la editorial o las tiendas para:

- **Tramitar tu ISBN.** Al hacer la solicitud en el *Sistema en Línea ISBN* de INDAUTOR, te pedirá llenar muchos campos que ya tendrás listos en los metadatos de tu documento base. Ahorrarás tiempo.
- **Identificar y archivar tu libro.** Sirven como motores de búsqueda en la red. Internet tiene una estructura que funciona a partir de algoritmos que arrojan el contenido más parecido al que buscas. Los metadatos de tu *ebook* pueden hacer que sea fácilmente encontrado por sus posibles compradores cuando éstos hacen búsquedas.
- **Dar a conocer y vender tu libro.** Unos buenos metadatos provocarán que a los usuarios les atraiga la atención y visiten el perfil de la obra, lo que lo hará posicionarse en mejores sitios y que la gente escriba reseñas, las cuales son un *plus* que ayudará al lector a decidirse y comprar tu obra. Además de esto, puedes hacer alguna o varias de estas **acciones para promocionar tu libro**.
- **Estructurar la información de tu libro.** Al concentrar todos los datos relevantes de tu obra, se vuelve un instrumento de mucha eficiencia en cuanto a estructurar, controlar y compartir la información a los distintos actores del proceso de publicación de tu libro.

Ahora, imagínate que una persona entra a una librería a buscar una novela policiaca. Lo primero que hará es dirigirse a dicha sección, pues ¿para qué iría a los recetarios? No generar metadatos o generarlos mal es aventar tu *Sherlock Holmes* en la pila de los recetarios. ¿Que alguien lo puede comprar o encontrar por casualidad? Sí, si busca leer sobre cómo se resuelven los crímenes mientras se cocina su platillo favorito.

Para que el librero acomode tu libro en la sección adecuada si no tiene metadatos, puede abrirlo y ver qué contiene, pero en un libro digital no es el caso. Mejor **aprovéchalos y coloca tu libro en el lugar más visible de la tienda virtual para tus lectores.**



3

Consejos para escribir metadatos eficientes

Ahora que sabes qué son los metadatos de un libro y para qué sirven, te preguntarán cómo escribir unos metadatos que sean útiles para las tiendas y para atraer a tus posibles compradores. Aquí te dejamos unos prácticos consejos:

- **Ten paciencia.** Tómate el tiempo que sea necesario para generarlos. Es mejor que tu libro se publique un día después a que se suba a la red con metadatos apresurados.
- **Congruencia.** El sistema de búsquedas en la red privilegia el contenido que sea congruente, es decir, que sea el mismo siempre. Así que no redactes los metadatos cada vez que subas tu libro a una tienda, usa los mismos. Por otra parte, trata de que cada campo de datos tenga congruencia con los demás, de lo contrario por mucho tiempo que le hayas invertido y lo bien que lo hayas redactado, el sistema va a confundirse y colocará tu libro en donde difícilmente van a encontrarlo.
- **Aprende de otros.** Busca en las tiendas digitales libros parecidos al tuyo. Ve cómo los han descrito, qué palabras clave usan, qué extensión tienen. Así podrás darte una idea de lo que debes escribir.
- **Las palabras clave son la clave.** Escógelas con cuidado. Puedes consultar en *Google Keyword Search* cuáles son las palabras clave más utilizadas que se relacionen con tu contenido. Desecha las más genéricas y conserva las más específicas, aquéllas que creas que el lector va a introducir en el buscador. Elige 7 y úsalas la mayor cantidad de veces posible.

- **Cada palabra cuenta.** A mejores metadatos, mejor uso de los motores de búsqueda y más lectores, por supuesto. Considera cada campo de datos con su debida importancia.
- **Usa las palabras clave en la sinopsis y la semblanza.** Esto le dará mayor congruencia y colocará tu contenido en una mejor posición cuando el lector potencial busque tu libro.
- **Crea un documento base.** Un Excel o un Word con todos los campos puede ser muy útil para que no olvides ni un solo dato y uses ese formato para tus siguientes libros. Además, te servirá para todas las tiendas en línea (todas usan metadatos), para los promocionales y para tus redes sociales.
- **Revisa los metadatos regularmente.** Así verás si sigue siendo vigente o relevante. Si no, modifícalos, pero sólo cuando sea muy necesario. También puedes cambiar las palabras clave, otra portada, escribir una sinopsis más atractiva. Esta es un arma de dos filos: por un lado puedes ir probando qué contenido te funciona mejor; por otro lado, ¡cuidado!, hacer cambios constantemente puede derivar en que tu información pierda congruencia.
- **Ojo con la sinopsis y tu semblanza.** Consisten en la primera impresión que tiene el usuario de tu libro, a partir de ellas es que tomará la decisión de comprar o no el libro. No olvides agregar las palabras clave que puedas. Así que escribe para tu posible comprador, en primer lugar, y para los motores de búsqueda, en segundo. Revisa nuestra [**Guía 9 consejos para crear una descripción que atrape a tus lectores.**](#)

4

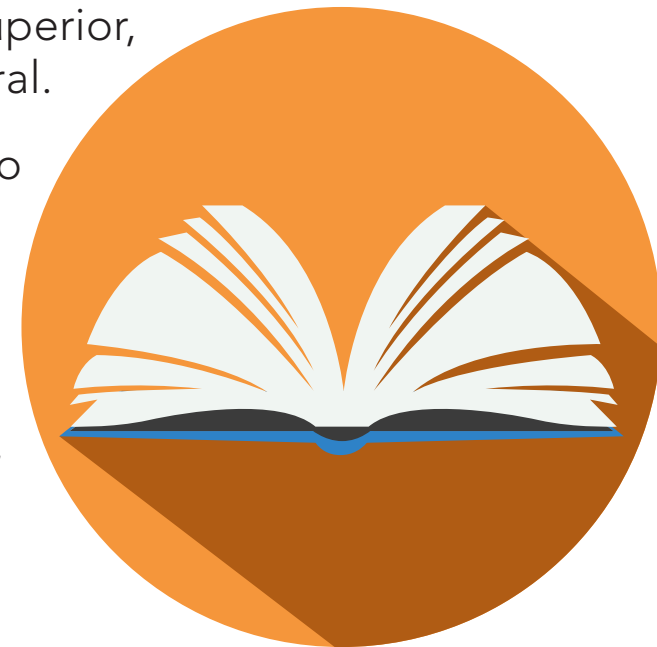
Los campos que no deben faltar

- **ISBN.** Es el número internacional de registro de tu libro. Contiene 13 dígitos. Es altamente recomendable contar con él. Para saber más sobre el ISBN, consulta nuestra [Guía Qué es el ISBN y cómo tramitarlo en 5 pasos](#).
- **Título y subtítulo.** Cómo se llama tu libro y su “apellido” son sumamente indispensables, es posiblemente la categoría con la que más fácilmente va a dar alguien que busque tu libro en la editorial, las tiendas y en tus propios metadatos. ¿Lógico, no?

Si aún no sabes cómo nombrar tu libro, consulta los [7 consejos para crear un título de libro que atraiga a tus posibles lectores](#).

- **Autor y coautor.** Asegúrate de que tus metadatos tengan tu nombre completo y correcto desde el principio. También incluye a los coautores, si los tienes.
- **Semblanza de autores.** Redacta una semblanza breve sobre ti y sobre los coautores de tu libro. Esto es, una descripción de quién eres y qué has hecho. Algo así como tu CV muy resumido, pero más personal.
- **Colaboradores.** Escribe el nombre completo de aquellos que colaboraron en la publicación: traductores, fotógrafos, ilustradores, compiladores.

- **Descripción.** Se trata de una sinopsis que describe el contenido general del libro. Es altamente recomendable incluir un balazo (en tipografía *bold* o negrita) y que la extensión no rebase los 5 000 caracteres ni sea menor a 60.
- **Categorías.** Existen algunos catálogos internacionales de categorías para describir el tema principal del libro. Los principales son BIC y BISAC. Entre más categorías elijas, mejor, pero elige con cuidado. No olvides anotar el nombre de la categoría y el código, pues en las tiendas te pedirán ingresar ya sea uno u otro.
- **Edad de interés y contenido explícito.** Los libros, como todo producto, tienen un público objetivo. Identifícalo bien, en especial la edad o el nivel educativo, pues hay contenido que puede no ser para todo público. De haber contenido explícito, ¡escríbelo! No quieres que retiren tu libro de las tiendas por quejas de padres que compraron tu libro para adultos como regalo para sus hijos. Los rangos de edad suelen ser los siguientes: 0 a 2 años, 3 a 5 años, 6 a 8 años, 9 a 12 años, 13 - 15 años, 16 - 18 años, adultos jóvenes, adultos general, sólo para público adulto, la escuela primaria y secundaria, educación universitaria / superior, profesional académica, educación de adultos y general.
- **Fecha de publicación.** Día, mes y año en que el libro fue publicado.
- **Idioma.** Escribe en qué idioma o idiomas está escrito el libro. Recuerda que si lo publicas en un determinado idioma y luego publicas una traducción, tienes que tramitar nuevamente el ISBN. Asegúrate de hacer unos nuevos metadatos si este es el caso.



- **Número de páginas.** Este campo aplica si se trata de una versión impresa. En formato digital es innecesario.
- **Fecha de venta.** No la confundas con la fecha de publicación. Te servirá más bien para propósitos comerciales. Si hay preventa, indícalo.
- **Tipo de publicación.** ¿Se trata de un libro de texto o un libro de otro tipo?
- **Precio.** Para que lleves un control de en cuánto se está vendiendo tu libro, agrega el precio. De preferencia hazlo en dólares americanos, pues si se sube a tiendas en línea es más fácil convertirlo a otras monedas. Si tu interés es más local, escribe el precio en moneda nacional.

Sea cual sea tu decisión, siempre acompaña los dígitos del precio con la moneda para que no te confundas después, si quieres vender en otros territorios.

- **Territorio de venta.** Indica en qué área geográfica se vende tu libro; elije los países.
- **Portada.** La portada es muy importante, es la imagen con la que van a asociar tu obra en las tiendas digitales y la primera impresión con la que se queda el posible lector. Te dejamos estos [consejos para diseñar la portada de un libro aquí](#).



- **Colección.** No aplica para todos los casos, pero si tu libro pertenece a una colección, ya sea propia o en la que colaboraste, es importante que lo registres en los metadatos. Cuando un comprador se interese por un libro de la serie, va a buscar los demás tomos y ahí puedes aparecer tú. No olvides anotar el número de volumen en la colección para que las tiendas coloquen tu libro en el orden adecuado dentro de la serie.
- **Edición y novedades de la versión.** Apunta de qué edición del libro se trata, en caso de existir. También, anota las bondades de la nueva versión y los cambios más relevantes.
- **Reseñas editoriales.** Ayudan a divulgar lo que otros opinan sobre tu libro. Te servirán en la parte comercial. **IMPORTANTE:** debes tener permiso para incluir una cita de una reseña por parte de quien la escribe y citar al autor de la misma.
- **Palabras clave.** Incluye mínimo 7.

Como ves, publicar un libro en línea puede ser fácil y accesible para todos los autores. Si quieres más información, consejos y herramientas para llevar tu obra al mundo digital, te invitamos a seguir nuestro blog.

Da clic en el botón de abajo para más artículos sobre cómo escribir un libro, colocarlo en las tiendas *online* más grandes del mundo como Amazon, iBooks o Google Play y empezar a generar ingresos de las descargas de tu contenido.

**SÍ, QUIERO MÁS CONSEJOS
Y HERRAMIENTAS PARA AUTORES**

