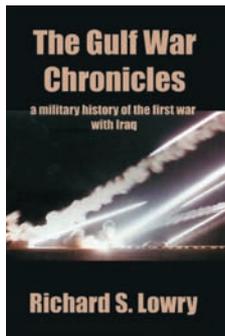




## El escritor Richard Lowry obtuvo más lectores y aumentó sus ventas con la Búsqueda de libros de Google.

“La primera vez que *The Gulf War Chronicles* (Crónicas de la Guerra del Golfo) apareció en el programa de Búsqueda de libros de Google, vio como la posición de sus ventas en el índice Barnes & Noble aumentaba “considerablemente” (alrededor de un 85 %) y se estabilizaba en esa posición.”



### ACERCA DEL PROGRAMA DE BÚSQUEDA DE LIBROS DE GOOGLE

El programa de Búsqueda de libros de Google permite a los editores promocionar sus libros en Google. Escaneamos el texto completo de los títulos de los editores que participan en el programa, de modo que los usuarios de Google puedan ver los libros que coincidan con los temas que están consultando. Cuando los usuarios hacen clic en el resultado de búsqueda de un libro, son remitidos a una página Web alojada en Google que muestra una imagen escaneada de la página relevante del libro. Cada página también contiene varios vínculos bajo ‘Comprar este libro’, que permiten a los usuarios adquirir el libro en tiendas en línea o directamente del editor. En estas páginas los usuarios también pueden ver anuncios contextuales de AdWords de Google. Los editores reciben una parte de los ingresos generados por los anuncios que aparecen en su contenido.

Por favor, visite <http://books.google.es> para obtener más información.

Como historiador militar y ex infante de marina, Richard Lowry sintió un gran interés por la operación Tormenta del Desierto, ocurrida en 1991. Poco a poco, Lowry fue reuniendo una gran cantidad de material acerca de esta operación, incluyendo los detalles que obtuvo escribiéndoles a los generales implicados en ella. Reunió tanta información que decidió escribir un libro a modo de crónica de toda la campaña, tarea que le tomó doce años.

“No sabía nada del mundo editorial,” recuerda Lowry hoy. “Pensé que podría enviar un libro donde se me ocurriera y que inmediatamente aparecería en todas las librerías.” Después de una dosis inicial de (según sus propias palabras) “aprender de la propia experiencia,” unida al deseo de que el libro viera la luz, publicó su manuscrito de 300 páginas utilizando los servicios de iUniverse. *The Gulf War Chronicles* (Crónicas de la Guerra del Golfo) apareció por primera vez en noviembre de 2003.

Como muchas otras personas, Lowry de vez en cuando busca su propio nombre en Google. Fue así como descubrió que su libro estaba disponible a través de la Búsqueda de libros de Google. iUniverse se había unido al programa de Búsqueda de libros de Google para promover su libro y sus demás títulos. La Búsqueda de libros de Google, al igual que con las páginas web que Google indexa permite realizar búsquedas directamente en el texto de libros, ofreciendo fragmentos de los mismos en la Búsqueda de libros con vínculos a las librerías que los comercializan.

### Programas para editores y bibliotecas

El contenido que los usuarios de Google pueden ver de un libro depende de cómo éste llegó a nuestras manos. Quienes buscan títulos que hayamos obtenido a través de nuestro Programa de afiliación a Google libros pueden ver un número limitado de páginas del libro. Por otro lado, los usuarios que buscan libros protegidos por derechos de autor que han sido escaneados a través de nuestro Proyecto para bibliotecas únicamente pueden ver una “página de información” con datos bibliográficos, el número de veces que aparece el término de la búsqueda y, en la mayoría de los libros, algunos fragmentos del texto donde aparece el término de búsqueda solicitado por el usuario.

“Muy pronto dispondremos de todo el conocimiento del mundo al alcance de la mano y la Búsqueda de libros de Google desempeñará un papel muy importante haciéndolo llegar a nuestros hogares y empresas.”

El programa de Búsqueda de libros de Google permite a editoriales grandes y pequeñas tener acceso a una herramienta internacional gratuita de promoción. Esta herramienta sirve como punto de encuentro entre sus libros y las personas que buscan información con las palabras y frases pertinentes que se encuentran dentro de éstos. Las editoriales utilizan este servicio para atraer a nuevos lectores y aumentar las ventas de libros, obtener nuevos ingresos gracias a los anuncios contextuales de Google e interactuar de manera más estrecha con sus clientes gracias a los vínculos bajo la sección ‘Comprar este libro’ que enlazan directamente con los sitios de compra.

---

“La forma en que se presenta el libro es muy atractiva. La visibilidad que ofrece la Búsqueda de libros de Google ha ayudado enormemente.”

Richard Lowry  
Escritor

---

Las empresas que realizan sus propias publicaciones, como iUniverse, se enfrentan con un reto especial a la hora de asegurar que sus autores puedan competir en el saturado mercado del libro, en el que se publican nuevos títulos cada mes. iUniverse ofrece múltiples servicios de marketing a sus autores como ayuda para darse a conocer y poner en marcha campañas publicitarias. La Búsqueda de libros de Google ofrece una gran ventaja a sus autores, puesto que les permite aumentar la visibilidad de sus libros en Google.

### **Incremento de la presencia y las ventas**

Aunque Lowry tenía ciertas reservas en cuanto a que al estar el libro en línea, éste pudiera ser leído en su totalidad, encontró que al mostrar sólo fragmentos la presentación resultaba muy efectiva. “La forma en que se presenta el libro es muy atractiva. No creo que haya ningún problema,” comenta acerca de las ventas realizadas aprovechando este servicio de búsqueda. De hecho, sin que Lowry hubiera realizado ninguna estrategia adicional de marketing, la primera vez que *The Gulf War Chronicles* (Crónicas de la Guerra del Golfo) apareció en el programa de Búsqueda de libros de Google, vio como la posición de sus ventas en el índice Barnes & Noble aumentaba “considerablemente” (alrededor de un 85 %) y se estabilizaba en esa posición. “La visibilidad que ofrece la Búsqueda de libros de Google ha ayudado enormemente,” asegura. Lowry no es ajeno a publicitar su propio trabajo. Ha creado un sitio Web ([www.gwchronicles.com](http://www.gwchronicles.com)), ofrece charlas en acontecimientos públicos y sigue investigando y escribiendo. “Tus libros dejan de venderse cuando tú dejas de venderlos,” afirma. Por ello, aprecia especialmente el poder realizar búsquedas dentro del libro (“Todas aquellas personas a las que entrevisté encuentran su nombre y eso supone una venta instantánea,” asegura). También le agrada el hecho de que en la página se ofrezcan diversas opciones de compra del libro.

En parte gracias a la gran tarea que realizó Lowry para promocionar su libro, el autor ha encontrado un agente y ya tiene un contrato para su segunda obra, que publicará Berkley Publishing a principios de 2006. Además, ya ha comenzado un tercer libro acerca de los infantes de marina que sirvieron en Irak, titulado *U.S. Marine in Iraq – 2003*, que se publicará como parte de la colección *Warrior Series* de la editorial británica Osprey Publishing.

Tanto Berkley como Osprey son editores participantes en el programa de Búsqueda de libros de Google, lo que a Lowry le viene como anillo al dedo. “Estoy encantado de que participen en el programa de Búsqueda de libros de Google, porque sé que esto será favorable para mis ventas,” comenta Lowry. “Muy pronto dispondremos de todo el conocimiento del mundo al alcance de la mano y la Búsqueda de libros de Google desempeñará un papel muy importante haciéndolo llegar a nuestros hogares y empresas.”

