# Un Marco Integral para la Optimización Algorítmica de Ebooks en Kindle Direct Publishing a través de Mercados Internacionales

## Introducción

### Propósito y Alcance

Este informe proporciona un marco definitivo y orientado a procesos para la optimización de la publicación de ebooks en Amazon Kindle Direct Publishing (KDP). Está diseñado como un documento fundamental para el desarrollo de una aplicación impulsada por inteligencia artificial (IA) destinada a automatizar y mejorar este proceso para autores que publican en inglés, español, italiano, francés, portugués y alemán.

### Metodología

El análisis sintetiza la documentación oficial de KDP, blogs de expertos de la industria, análisis técnicos de optimización para motores de búsqueda (SEO) e investigación específica de mercado para crear un modelo holístico y accionable.

### Tesis Central

El rendimiento óptimo en KDP no se logra a través de tácticas aisladas, sino mediante un enfoque sistemático y basado en datos que alinea cada componente del listado de un libro con los objetivos centrales del algoritmo A9 de Amazon: maximizar las ventas y la satisfacción del cliente.

## Sección I: Deconstruyendo el Algoritmo A9 de Amazon para la Visibilidad de Libros

Esta sección establece los principios fundamentales que rigen cómo se encuentran y clasifican los libros en Amazon. Comprender este "motor de ventas" es fundamental para la lógica central de la IA.

### 1.1. Los Pilares Duales del Algoritmo A9: Relevancia y Rendimiento

La función principal del algoritmo A9 es conectar a los clientes con los productos que tienen más probabilidades de comprar.1 Es, en esencia, un motor de ventas, no solo un motor de búsqueda.2 El proceso opera en dos fases distintas.

Primero, los **Factores de Relevancia** (la etapa de coincidencia) entran en juego. Amazon identifica un "conjunto de coincidencias" de productos analizando las palabras clave en el título, la descripción y los términos de búsqueda de backend.4 En esta etapa, los fundamentos del SEO son cruciales.

Segundo, los **Factores de Rendimiento** (la etapa de clasificación) determinan el orden final. Después de la coincidencia, A9 clasifica los productos basándose en métricas de rendimiento, priorizando aquellos con un historial sólido de convertir visitas en ventas.4 Las señales de rendimiento clave incluyen la velocidad de ventas, la tasa de conversión y las reseñas de los clientes.6

La investigación enfatiza repetidamente que el algoritmo de Amazon prioriza los productos que tienen "más probabilidades de convertirse en ventas" 4, y su objetivo es "mostrar los productos con mayor probabilidad de ser comprados".1 Esto contrasta con los motores de búsqueda tradicionales como Google, que priorizan la relevancia informativa y la autoridad.8 Un enfoque de SEO tradicional podría centrarse exclusivamente en la densidad y colocación de palabras clave. Sin embargo, los datos de Amazon muestran que un listado sobrecargado de palabras clave con ventas deficientes será degradado.4 Por el contrario, un listado que convierte bien para una palabra clave determinada será promovido, incluso si su optimización de palabras clave no es perfecta.9 Por lo tanto, el algoritmo A9 no es simplemente un motor de búsqueda; es un motor de optimización comercial, cuyo objetivo final es maximizar los ingresos de Amazon.10 Cualquier sistema de optimización automatizado debe estar fundamentalmente orientado en torno a una "Puntuación de Probabilidad de Conversión", evaluando todos los componentes de metadatos en función de su impacto colectivo en la probabilidad de una venta.

### 1.2. El Bucle de Retroalimentación de la Tasa de Conversión: El Motor del Impulso en la Clasificación

El algoritmo opera en un bucle de retroalimentación continuo: la visibilidad (impresiones) conduce a clics (Tasa de Clics o CTR), que conducen a ventas (Tasa de Conversión), las cuales generan un historial de ventas (Velocidad de Ventas). Este historial de ventas positivo luego le indica a A9 que otorgue más visibilidad, creando un ciclo de auto-refuerzo.1

* **Tasa de Clics (CTR):** Una métrica crítica que indica relevancia. Un CTR alto le indica a Amazon que la portada, el título y el precio del libro son atractivos para un término de búsqueda determinado.1
* **Tasa de Conversión (Porcentaje de Sesiones por Unidad):** Amazon penaliza fuertemente los listados que obtienen muchas impresiones pero bajas conversiones, considerándolo una mala experiencia para el cliente.4 Una alta tasa de conversión es la señal más fuerte de que el producto cumple con las expectativas del cliente.3
* **Velocidad de Ventas:** El número y el monto en dólares de las transacciones durante un período determinado.11 El algoritmo favorece los libros con ventas fuertes y constantes sobre los picos inconsistentes.3

Este sistema, donde las ventas impulsan la clasificación y la clasificación impulsa las ventas, crea un "efecto volante".8 Cuando un usuario busca una palabra clave, su atención es captada por una portada y un título atractivos, lo que lleva a un clic y mejora el CTR del libro.2 Luego, el usuario lee la descripción, el Contenido A+ y las reseñas, y si está convencido, realiza la compra, mejorando la Tasa de Conversión del libro.5 Esta venta contribuye a la Velocidad de Ventas del libro para ese día.7 El algoritmo A9 registra esta ruta de conversión exitosa (Búsqueda → Clic → Compra) y aumenta la clasificación del libro para esa palabra clave, creyendo que es una buena coincidencia para futuros buscadores.4 Esta clasificación más alta conduce a más impresiones, comenzando el ciclo nuevamente con mayor impulso. Por lo tanto, los componentes del listado no pueden tratarse como variables independientes. Un sistema de IA debe comprender sus relaciones causales; por ejemplo, sus recomendaciones de palabras clave (para la visibilidad) deben ir acompañadas de recomendaciones para el título, la portada y la descripción (para la conversión) para iniciar y sostener con éxito este ciclo.

## Sección II: La Anatomía de un Listado KDP Optimizado: Un Análisis Orientado a Procesos

Esta sección desglosa cada componente del listado de KDP de cara al usuario, proporcionando un proceso paso a paso para su optimización basado en los principios del algoritmo A9.

### 2.1. Título y Subtítulo: El Nexo de las Palabras Clave y la Atractividad para el Clic

El título y el subtítulo cumplen dos funciones principales: atraer clics humanos (intriga, claridad) y señalar relevancia al algoritmo A9 (palabras clave).8

#### Proceso de Optimización

1. **Colocación de la Palabra Clave Principal:** La frase de palabra clave más importante y de mayor intención debe colocarse al principio del título o subtítulo para obtener el máximo peso algorítmico y reconocimiento del usuario.1
2. **Subtítulo para Expansión:** El subtítulo es un espacio crítico para palabras clave secundarias de cola larga y para establecer claramente la promesa o transformación del libro para el lector.8 Para libros de no ficción, esto a menudo sigue la fórmula: [Problema/Audiencia] +.16
3. **Límites de Caracteres y Cumplimiento:** El título y el subtítulo combinados no deben exceder los 200 caracteres. El contenido prohibido incluye afirmaciones subjetivas ("bestseller"), lenguaje promocional ("gratis") y el uso no autorizado de nombres de autores o marcas comerciales.2

Mientras que muchas fuentes mencionan el uso del subtítulo para palabras clave 8, un análisis más profundo revela su papel crucial en explicar la propuesta de valor del libro.15 Un enfoque básico es saturar el subtítulo con palabras clave. Sin embargo, dado que el objetivo del A9 es la conversión, un subtítulo que parece una lista de palabras clave puede dañar el CTR y la conversión al parecer spam o poco profesional.3 Un subtítulo bien elaborado aclara la promesa del título (p. ej., Título: "La Paradoja de la Productividad", Subtítulo: "Una Guía Práctica para Superar la Procrastinación y Alcanzar el Trabajo Profundo").15 Esto aborda directamente el punto de dolor de un lector y aumenta la probabilidad de un clic y una compra posterior. Por lo tanto, el subtítulo óptimo equilibra la relevancia de las palabras clave con una redacción persuasiva, contribuyendo directamente al lado del rendimiento de la ecuación A9. Un sistema de IA no solo debe identificar palabras clave relevantes para el subtítulo, sino también generar subtítulos atractivos y orientados a los beneficios que incorporen esas palabras clave de forma natural.

### 2.2. Descripción del Libro: Maximizando la Persuasión y la Indexación con HTML

La descripción debe atraer al lector, proporcionar un resumen convincente e incluir palabras clave relevantes para la indexación. Los primeros 150 caracteres son críticos, ya que son visibles en los resultados de búsqueda.13

#### Proceso de Optimización

1. **Estructura para la Legibilidad:** Utilice párrafos cortos, listas con viñetas y formato en negrita/cursiva a través de HTML para que el texto sea escaneable y resalte los beneficios clave.2
2. **Redacción Persuasiva:** Comience con un gancho fuerte, resuma el conflicto central o la promesa del libro y termine con una llamada a la acción.13
3. **Implementación de HTML:** Utilice las etiquetas HTML admitidas para mejorar el formato. Amazon KDP admite un subconjunto específico de etiquetas, que se detallan a continuación.

Una lista definitiva de etiquetas HTML compatibles es esencial para la lógica de programación de cualquier aplicación de IA que genere descripciones, ya que el uso de etiquetas no compatibles resultará en un formato defectuoso.

**Tabla 2.1: Etiquetas HTML Soportadas para Descripciones de Libros en KDP**

| **Etiqueta HTML** | **Descripción** | **Ejemplo de Uso** |
| --- | --- | --- |
| <b></b> | Aplica formato de negrita al texto. | Así es como se aplica <b>negrita</b> a una palabra. |
| <i></i> | Aplica formato de cursiva al texto. | Así es como se pone una palabra en <i>cursiva</i>. |
| <u></u> | Aplica formato de subrayado al texto. | Así es como se <u>subraya</u> una palabra. |
| <br> | Crea un salto de línea simple. Para una línea en blanco, use <br><br>. | Frase uno.<br>Frase dos. |
| <p></p> | Define un párrafo, creando un salto de línea al final. | <p>Este es un párrafo completo.</p> |
| <h4></h4> a <h6></h6> | Aplica formato de encabezado (h4 es el más grande, h6 el más pequeño). | <h4>Encabezado de Sección</h4> |
| <ul><li></li></ul> | Crea una lista con viñetas. | <ul><li>Elemento 1</li><li>Elemento 2</li></ul> |
| <ol><li></li></ol> | Crea una lista numerada. | <ol><li>Primer elemento</li><li>Segundo elemento</li></ol> |

Fuente: Sintetizado de 20

### 2.3. Los 7 Campos de Palabras Clave de Backend: Una Guía Definitiva

Estos campos ocultos permiten a los autores apuntar a palabras clave que no pudieron encajar en el listado visible, incluyendo sinónimos, variaciones de cola larga y términos que podrían parecer poco naturales en la descripción.21

#### Mejores Prácticas (Lo que se debe hacer)

1. **Utilizar el Límite Completo de Bytes:** Use el máximo de 249 bytes (aproximadamente 250 caracteres).2
2. **Sin Repetición:** No repita palabras del título, subtítulo u otros campos de palabras clave. Amazon indexa estas palabras una vez; la repetición es un desperdicio de espacio.14
3. **Usar Espacios Simples:** Separe las palabras con espacios simples, no con comas ni punto y coma.22
4. **No se Requiere Orden Lógico:** A diferencia de las frases de cara al cliente, el algoritmo indexa palabras individuales. "complejo suspensefull whodunit" es mejor ingresarlo como "complejo suspensefull whodunit" para coincidir con búsquedas más variadas.23
5. **Incluir Sinónimos y Variantes:** Use nombres alternativos, abreviaturas y errores ortográficos comunes si tienen volumen de búsqueda.22

#### Restricciones (Lo que no se debe hacer)

1. **Términos Prohibidos:** No use nombres de autores/ASIN de la competencia, marcas comerciales que no posea, términos subjetivos ("mejor novela") o afirmaciones sensibles al tiempo ("nuevo").2
2. **Información Redundante:** No incluya palabras de sus categorías.23
3. **Puntuación:** Evite las comillas y otros signos de puntuación.22

Las reglas para las palabras clave de backend son distintas de las del texto de cara al público. El texto del front-end (título, descripción) debe servir a dos amos: el lector humano (persuasión) y el algoritmo (relevancia). Las palabras clave de backend sirven solo a un amo: el algoritmo. Por lo tanto, las reglas del lenguaje humano (gramática, puntuación) no se aplican y a menudo son perjudiciales. La estrategia óptima es tratar los 249 bytes como una "bolsa de palabras" para el algoritmo A9, con el objetivo de maximizar el número de términos de búsqueda únicos y relevantes para los que el libro puede ser indexado. Un sistema de IA debería compilar una lista maestra de palabras clave, eliminar las ya presentes en el título y subtítulo, eliminar duplicados y luego ensamblar las palabras restantes en cadenas separadas por espacios hasta alcanzar el límite de bytes.

### 2.4. Portada del Libro, "Look Inside" y Author Central

* **Portada del Libro:** El principal elemento visual que impulsa el CTR. Una portada profesional y apropiada para el género no es negociable; es el componente más crítico del "SEO visual".2
* **Función "Look Inside":** Permite a los lectores probar el interior del libro, lo que impacta directamente en la conversión. Un interior bien formateado es esencial.13
* **Perfil de Author Central:** Establece la credibilidad del autor. Un perfil completo con una foto profesional, biografía y todos los libros vinculados sirve como una "tienda" y una señal de confianza para los lectores.13

## Sección III: Inteligencia Estratégica de Palabras Clave y Categorías: Un Enfoque Multilingüe

Esta sección detalla el proceso de investigación proactiva necesario para alimentar los componentes de optimización de la Sección II.

### 3.1. Parte A: Proceso de Investigación y Selección de Palabras Clave

#### Metodología: Alta Demanda, Baja Competencia

1. **Brainstorming de Palabras Clave Semilla:** Comience con términos amplios relacionados con el tema, género y personajes del libro.14
2. **Expansión con Autocompletado de Amazon:** Escriba las palabras clave semilla en la barra de búsqueda de Amazon (en una ventana de incógnito) y analice las sugerencias automáticas. Estas representan consultas de búsqueda reales y populares de los clientes.14
3. **Análisis de la Competencia:** Para una palabra clave dada, analice los principales resultados de búsqueda. Los indicadores de un nicho de baja competencia incluyen: libros principales con bajo número de reseñas (p. ej., menos de 100), portadas de aspecto aficionado y BSR bajos en el "punto dulce" de 100,000 - 500,000.29
4. **Validación de Demanda y Rentabilidad:** Utilice herramientas especializadas para obtener datos sobre el volumen de búsqueda estimado y las ganancias mensuales promedio para los libros que se clasifican para esa palabra clave.30

El enfoque debe estar en **palabras clave de cola larga**: frases específicas de varias palabras (p. ej., "misterio acogedor con una detective mujer" en lugar de "misterio"). Estas tienen menor competencia y se dirigen a compradores con una mayor intención de compra.11 Una técnica poderosa es el **análisis de la competencia (Reverse-ASIN)**, que implica tomar el ASIN de un libro competidor exitoso y usar una herramienta para revelar todas las palabras clave por las que se clasifica, proporcionando una lista probada de términos rentables.7

#### Herramientas Recomendadas y Puntos de Datos

* **Publisher Rocket:** Creado específicamente para autores. Proporciona puntuaciones de competencia, búsquedas estimadas y datos de rentabilidad. Sus características incluyen Búsqueda de Palabras Clave, Analizador de Competencia y búsqueda Reverse-ASIN.30
* **Helium 10:** Una suite completa para vendedores de Amazon. 'Magnet' se utiliza para la investigación de palabras clave semilla y 'Cerebro' para un potente análisis reverse-ASIN.33 Admite una amplia gama de mercados internacionales.34

La elección de la herramienta de datos es una decisión estratégica para el desarrollo de una aplicación de IA. Una comparación de las principales herramientas del mercado proporciona una visión clara de sus capacidades (p. ej., el amplio soporte de mercado de Helium 10 frente al enfoque centrado en el autor de Publisher Rocket) y los puntos de datos que ofrecen, lo cual es fundamental para planificar la capa de abastecimiento de datos de la aplicación.

**Tabla 3.1: Comparación de Herramientas de Investigación de Palabras Clave para KDP**

| **Herramienta** | **Características Clave** | **Mercados Soportados** | **Modelo de Precios** | **Mejor Caso de Uso para Autores** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Publisher Rocket** | Búsqueda de Palabras Clave, Análisis de Competencia, Búsqueda de Categorías, Reverse-ASIN | EE. UU., Reino Unido, DE, AU, ES, FR, CA, IT 36 | Pago único 37 | Investigación de nichos y categorías centrada en libros. |
| **Helium 10** | Magnet (investigación de semillas), Cerebro (reverse-ASIN), seguimiento de rango | Amplia cobertura global, incluyendo EE. UU., CA, MX, BR, la mayoría de Europa, JP, AU, IN 34 | Suscripción mensual 33 | Análisis de mercado profundo y multilingüe. |
| **Jungle Scout** | Keyword Scout, Opportunity Finder, Rank Tracker | Global 33 | Suscripción mensual 33 | Análisis de la competencia y búsqueda de oportunidades de productos. |
| **AMZScout** | Reverse ASIN Lookup, Amazon Keyword Planner | 12 mercados de Amazon 33 | Suscripción mensual 33 | Opción económica con herramientas esenciales. |

### 3.2. Parte B: Proceso de Selección de Categorías

Las categorías actúan como los "pasillos" principales de la librería de Amazon. Estar en la categoría correcta y menos competitiva puede aumentar significativamente la visibilidad y la posibilidad de obtener una insignia de "#1 Best Seller".9

#### Proceso de Optimización

1. **Investigar Categorías Relevantes:** Utilice el análisis de la competencia y herramientas como la Búsqueda de Categorías de Publisher Rocket para identificar todas las categorías y subcategorías potenciales.12
2. **Analizar la Competitividad de la Categoría:** La métrica clave es el BSR del libro #1 en esa categoría. Un BSR más alto (p. ej., 20,000) significa que se necesitan menos ventas diarias para alcanzar el primer puesto, lo que indica una menor competencia.38 Publisher Rocket proporciona directamente los datos de "Ventas para #1" y "Ventas para #10".39
3. **Selección Estratégica de 3 Categorías:** KDP permite a los autores seleccionar hasta tres categorías.41 La estrategia óptima es elegir una mezcla: una categoría amplia y muy relevante, y dos categorías de "nicho" más específicas y menos competitivas donde sea más factible obtener una insignia de bestseller.38

Aunque las solicitudes directas para agregar más de 3 categorías ya no se aceptan desde mayo de 2023 42, es posible ser colocado en categorías adicionales algorítmicamente utilizando el nombre de la categoría o palabras clave relacionadas en los 7 campos de palabras clave de backend.42

La selección de categorías implica una compensación estratégica. Una categoría amplia como "Ficción > Romance" tiene un tráfico inmenso pero es hipercompetitiva. Una categoría de nicho como "Tienda Kindle > eBooks Kindle > Romance > Paranormal > Vampiros" tiene mucho menos tráfico pero es mucho más fácil de clasificar. Lograr una insignia de "#1 Best Seller" en una categoría de nicho proporciona una prueba social y un impulso de conversión que puede trasladarse a la clasificación general de ventas del libro (ABSR).9 Un ABSR más alto, a su vez, mejora la clasificación del libro dentro de las categorías más amplias. Por lo tanto, la estrategia óptima es utilizar los tres espacios disponibles para crear una cartera de categorías: una para la relevancia amplia y dos para la clasificación alcanzable y la adquisición de insignias.

### 3.3. Parte C: Guías de Palabras Clave y Categorías Específicas por Idioma

Este subapartado proporciona una guía procesal para cada idioma objetivo, reconociendo que la traducción directa de palabras clave es ineficaz. El proceso debe repetirse de forma nativa en cada mercado.

* **Español (amazon.es, amazon.com.mx):** El proceso implica brainstorming, análisis de la competencia y el uso de herramientas como la Herramienta de Palabras Clave de Amazon de Ahrefs.45 Se hace hincapié en las "palabras clave de cola larga" y en llenar los 7 campos de palabras clave con múltiples frases separadas por espacios.45
* **Italiano (amazon.it):** El proceso refleja la estrategia general: brainstorming, uso de las sugerencias de búsqueda de Amazon y análisis del BSR.47 La documentación oficial de KDP en italiano proporciona ejemplos de tipos de palabras clave útiles (p. ej., *Ambientazione*, *Tipi di personaggi*) y palabras clave a evitar.49
* **Francés (amazon.fr, amazon.ca):** La estrategia implica brainstorming, análisis de la competencia (título, subtítulo, descripción) y el uso de herramientas para estimar el volumen de búsqueda.45 Se recomiendan extensiones de navegador gratuitas como Keyword Surfer y AMZ Suggestion Expander para el mercado francés.50
* **Portugués (amazon.com.br):** El enfoque está en el uso de palabras clave de "cauda longa" y en entender que la investigación de palabras clave es un proceso continuo de prueba y refinamiento.52 Herramientas gratuitas como Google Keyword Planner y la propia barra de búsqueda de Amazon son puntos de partida recomendados.52
* **Alemán (amazon.de):** El proceso incluye brainstorming, investigación de la competencia y uso de la función de autocompletado de Amazon.54 Existen reglas específicas para el mercado alemán con respecto a los guiones (p. ej., "Fahrrad-Klingel" cubre múltiples variaciones), la irrelevancia de las formas singular/plural y el orden de las palabras.54

## Sección IV: Optimización Avanzada: Contenido A+, Precios y Palancas Promocionales

Esta sección va más allá de la optimización estática del listado para cubrir estrategias dinámicas que impactan directamente en la conversión y la velocidad de ventas.

### 4.1. Contenido A+: Una Guía Módulo por Módulo para Mejorar la Conversión

El Contenido A+ permite a los autores agregar medios enriquecidos (imágenes, texto formateado, tablas de comparación) a su página de detalles, creando una experiencia más profesional y atractiva que puede aumentar las tasas de conversión.13

#### Proceso de Creación

1. **Acceso:** Inicie sesión en KDP, vaya a la pestaña "Marketing" y seleccione "Contenido A+" para el mercado deseado.55
2. **Brainstorming y Planificación:** Antes de construir, estudie a los competidores y planifique el flujo narrativo. El Contenido A+ debe contar una historia sobre el libro o el autor, no solo repetir la descripción.56
3. **Selección de Módulos:** Elija hasta cinco módulos de las 17 opciones disponibles para mostrar mejor los puntos de venta únicos del libro.55

#### Mejores Prácticas y Uso de Módulos

* **Para Ficción:** Use módulos para mostrar la portada, presentar personajes clave, establecer el tono de la historia con imágenes evocadoras o mostrar otros libros de una serie usando la tabla de comparación.56
* **Para No Ficción:** Use módulos para resaltar los puntos clave, mostrar diseños de páginas interiores (p. ej., páginas de cuadernos de trabajo), detallar la experiencia del autor o comparar el libro con otros del mismo autor.55
* **Prácticas Generales:** Use imágenes de alta resolución (300 DPI), mantenga el texto conciso, mantenga un diseño cohesivo y asegure la optimización para móviles.55

El Contenido A+ tiene directrices estrictas. El contenido prohibido incluye reseñas de clientes, lenguaje de precios/promocional ("compre ahora", "gratis"), información sensible al tiempo ("nuevo") y enlaces web externos.58

**Tabla 4.1: Uso Estratégico de Módulos Clave de Contenido A+**

| **Módulo** | **Especificaciones** | **Caso de Uso Estratégico (Ficción)** | **Caso de Uso Estratégico (No Ficción)** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Encabezado de Imagen Estándar con Texto** | Imagen: 970 x 600 px | Banner de bienvenida con el título del libro y un eslogan evocador. | Mostrar la portada con un titular que resalte el principal beneficio o transformación. |
| **Tres Imágenes y Texto Estándar** | Imágenes: 300 x 300 px cada una | Presentar a tres personajes principales con breves descripciones o mostrar ilustraciones clave. | Mostrar tres ejemplos de páginas interiores (diagramas, listas, ejercicios) con explicaciones. |
| **Tabla de Comparación Estándar** | Imágenes de portada: 150 x 300 px | Mostrar todos los libros de una serie, permitiendo a los lectores ver el orden y hacer clic para comprar. | Comparar diferentes libros del mismo autor sobre temas relacionados, destacando el público objetivo de cada uno. |
| **Imagen Única y Barra Lateral Estándar** | Imagen: 300 x 625 px | Imagen del autor con una biografía que conecte su historia personal con el género que escribe. | Foto profesional del autor con una lista de sus credenciales, experiencia y misión. |

Fuente: Sintetizado de 55

### 4.2. Estrategia de Precios y Niveles de Regalías

La decisión de precios es fundamental y está directamente ligada a las opciones de regalías de KDP.

#### La Decisión de Regalías del 70% vs. 35%

* **Regalía del 70%:** Disponible para libros con un precio entre $2.99 y $9.99 en la mayoría de los mercados principales. Esta es la opción preferida para la mayoría de los autores.62
* **Regalía del 35%:** Se aplica a libros con un precio inferior a $2.99 o superior a $9.99, así como a obras de dominio público.63
* **Costos de Entrega:** Un factor clave. Para la opción del 70%, Amazon deduce una tarifa de entrega basada en el tamaño del archivo del ebook, que no se cobra para la opción del 35%. Para libros muy grandes y con muchas imágenes, la opción del 35% a veces puede ser más rentable.63

Una tabla completa que consolide las reglas de precios de Amazon por mercado y tamaño de archivo es una referencia esencial para la lógica de precios de cualquier sistema de IA, ya que define los límites dentro de los cuales debe operar el algoritmo de optimización.

**Tabla 4.2: Niveles de Regalías de KDP y Requisitos de Precios por Mercado**

| **Mercado** | **Moneda** | **Opción de Regalía** | **Rango de Precios** | **Consideraciones de Tamaño de Archivo** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Amazon.com** | USD | 35% | $0.99 - $200.00 | Mínimo de $1.99 para 3-10 MB; $2.99 para >10 MB |
|  |  | 70% | $2.99 - $9.99 | N/A |
| **Amazon.co.uk** | GBP | 35% | £0.77 - £150.00 | Mínimo de £1.25 para 3-10 MB; £1.49 para >10 MB |
|  |  | 70% | £1.77 - £9.99 | N/A |
| **Amazon.de,.fr,.es,.it** | EUR | 35% | €0.89 - €215.00 | Mínimo de €1.79 para 3-10 MB; €2.69 para >10 MB |
|  |  | 70% | €2.69 - €9.99 | N/A |
| **Amazon.com.br** | BRL | 35% | R$1.99 - R$400.00 | Mínimo de R$3.99 para 3-10 MB; R$5.99 para >10 MB |
|  |  | 70% | R$5.99 - R$24.99 | N/A |

Fuente: Sintetizado de 65

#### Estrategias de Precios Óptimas

* **Precios por Género y Competencia:** Analice los precios de los libros más vendidos en su género y categoría específicos. Los lectores tienen expectativas de precios para diferentes tipos de libros.66
* **Precios Psicológicos:** Utilice precios que terminen en.99, ya que esta es una expectativa estándar del consumidor.66
* **Estrategia de Lanzamiento:** Considere un precio de lanzamiento más bajo para fomentar las ventas iniciales y las reseñas, y luego aumente el precio más tarde.66
* **Matices de Precios Internacionales:** El descuento de precios para ebooks en comparación con las versiones impresas varía significativamente entre los mercados. En EE. UU. y Alemania, el descuento es modesto (~20%), mientras que en otros mercados puede ser mucho mayor, lo que sugiere diferentes expectativas de los consumidores con respecto al valor.68

### 4.3. Estrategia del Programa KDP Select

El programa KDP Select implica una compensación entre exclusividad y visibilidad.

#### La Compensación Central: Exclusividad vs. Visibilidad

Inscribirse en KDP Select requiere hacer que el ebook sea exclusivo de Amazon durante un período de 90 días a cambio de acceso a herramientas promocionales e inclusión en Kindle Unlimited (KU).69

* **Ventajas:** Acceso a millones de lectores de KU, mayor visibilidad en el algoritmo de Amazon, herramientas promocionales (Countdown Deals, Promociones de libros gratuitos), más fácil para los nuevos autores ganar tracción.69
* **Desventajas:** Incapacidad para vender en otras plataformas (Apple Books, Kobo), dependencia de Amazon, tasas de pago de KU fluctuantes.69

#### Estrategia de Kindle Unlimited (KU) para Nuevos Autores

La estrategia más efectiva en KU es escribir una serie. Los lectores que disfrutan del primer libro pueden continuar sin problemas, generando ingresos significativos por páginas leídas (KENP) para el autor.73 Esto se complementa con "escribir para la lectura continua", empleando técnicas narrativas (p. ej., cliffhangers) para mantener a los lectores comprometidos y pasando de un libro al siguiente.73

#### Uso Efectivo de Herramientas Promocionales

* **Kindle Countdown Deals:** Ofrecen un descuento por tiempo limitado mientras se mantiene la regalía del 70% (incluso para precios por debajo de $2.99). Esto crea escasez y es efectivo para las promociones de lanzamiento.74
* **Promociones de Libros Gratuitos:** Pueden generar una gran cantidad de descargas e introducir a los lectores a un nuevo autor. Son más efectivas para el primer libro de una serie para impulsar las ventas o las páginas leídas de los libros posteriores.76

## Sección V: Marco de Internacionalización y Adaptación Cultural

Esta sección aborda el requisito específico del usuario para la optimización multilingüe, yendo más allá de la simple traducción hacia una verdadera localización de mercado.

### 5.1. Más Allá de la Traducción: Adaptación de Metadatos para el Comportamiento de Búsqueda Local

La traducción directa de palabras clave es un punto de fallo común. La investigación debe realizarse de forma nativa en cada mercado objetivo (p. ej., en amazon.de para palabras clave en alemán) para capturar modismos locales, patrones de búsqueda y contexto cultural.78 Una IA debe ser entrenada o tener acceso a datos de búsqueda de cada mercado específico.

### 5.2. Matices Culturales en Marketing y Presentación

* **Diseño de Portada:** Las imágenes, paletas de colores y estilos de diseño que resuenan en el mercado estadounidense pueden no ser efectivos en Europa. Las portadas pueden necesitar ser adaptadas para cumplir con las expectativas de género locales.78
* **Descripciones de Libros:** El tono de voz y las técnicas persuasivas deben adaptarse. Algunas culturas pueden responder mejor a un texto directo y orientado a los beneficios, mientras que otras pueden preferir un enfoque más narrativo o sutil.79
* **Psicología de Precios:** Aunque los precios que terminan en.99 son comunes en EE. UU., las convenciones locales en Alemania, Francia o Italia pueden diferir. Los precios deben parecer naturales para el mercado local.67

### 5.3. Gestión de Contenido A+ en Múltiples Mercados

El Contenido A+ debe crearse y publicarse para cada mercado individualmente.61 Aunque Amazon puede copiar un borrador a otros mercados que admiten el idioma, es crucial revisar y adaptar el contenido (especialmente las imágenes y las referencias locales) para cada mercado específico.61

## Sección VI: Síntesis y Flujo de Procesos para el Desarrollo de Aplicaciones de IA

Esta sección final traduce todo el marco en un proceso algorítmico de alto nivel, proporcionando un plan directo para la aplicación de IA.

### 6.1. Diagrama de Flujo Algorítmico para la Optimización de Listados de KDP

Se presenta un diagrama de flujo visual que detalla la secuencia de operaciones:

1. **Entrada:** El autor carga el manuscrito del libro y proporciona información básica (género, público objetivo).
2. **Fase de Análisis:** La IA analiza el texto para identificar temas, puntos de la trama, arquetipos de personajes y tono.
3. **Fase de Recopilación de Inteligencia:**
   * La IA genera palabras clave semilla basadas en el análisis del texto.
   * La IA consulta los mercados de Amazon para la expansión de palabras clave, volumen de búsqueda, datos de la competencia y competitividad de las categorías (BSR).
   * La IA realiza un análisis reverse-ASIN de los principales competidores.
4. **Fase de Generación de Optimización:**
   * La IA sintetiza los datos para seleccionar palabras clave y categorías óptimas.
   * La IA genera un Título y Subtítulo persuasivos y ricos en palabras clave.
   * La IA genera una Descripción del Libro convincente y formateada en HTML.
   * La IA genera las 7 cadenas de Palabras Clave de Backend basadas en el modelo de "bolsa de palabras".
   * La IA recomienda un precio y un plan de regalías óptimos basados en el género, el tamaño del archivo y los datos del mercado.
   * La IA proporciona recomendaciones estratégicas para los módulos de Contenido A+.
5. **Salida:** La IA presenta un paquete de datos completo y optimizado, listo para que el autor lo copie y pegue en su panel de control de KDP.

### 6.2. Definición de Entradas, Lógica de Procesamiento y Salidas Optimizadas

Esta sección detallará las estructuras de datos y la lógica para cada paso del diagrama de flujo, proporcionando una especificación técnica para el equipo de desarrollo. La entrada es el manuscrito; el procesamiento implica análisis de texto, raspado de datos de mercado y aplicación de las reglas de optimización descritas en este informe; la salida es un conjunto completo de metadatos listos para publicar.

### 6.3. Recomendaciones para el Monitoreo Continuo de Datos y el Refinamiento de la Estrategia

La optimización no es estática. La aplicación de IA debe incluir una función para rastrear el rendimiento del libro (clasificación de ventas, clasificaciones de palabras clave) después de la publicación y sugerir actualizaciones periódicas de palabras clave, categorías y precios cada 90 días, en línea con los términos de KDP Select y las tendencias del mercado.2 Esto asegura que el listado del libro siga siendo competitivo y se adapte a la dinámica cambiante del mercado de Amazon.

#### Obras citadas

1. Amazon A9 Algorithm: What It Is, How It Works, and Strategies to Boost Your Rankings, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://myamazonguy.com/seo/amazon-a9-search-engine/>
2. Amazon Optimization Guide: Remember, Your Book Is A Product, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://bookbolt.io/amazon-optimization-guide-remember-your-book-is-a-product/>
3. Amazon Algorithms for Authors — Demystified! - Reedsy Blog, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://blog.reedsy.com/guide/kdp/amazon-algorithms-for-authors/>
4. Understanding Amazon's A9 Algorithm: Boost Your Product Rankings - RepricerExpress, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.repricerexpress.com/amazons-algorithm-a9/>
5. How Amazon A9 Algorithm Works? - Trellis, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://gotrellis.com/resources/blog/amazons-a9-algorithm/>
6. Exploring the Amazon A9 Algorithm: 9 Steps to Increase Your Rankings - Digital Position, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.digitalposition.com/resources/blog/ppc/exploring-the-amazon-a9-algorithm-9-steps-to-increase-your-rankings/>
7. Amazon A9 Algorithm - 2024 SEO Tips & Best Practices - Jungle Scout, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.junglescout.com/blog/amazon-a9-algorithm/>
8. Sell More Books with Optimized Amazon Book Listing Services - Elite Authors, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://eliteauthors.com/book-marketing-services/optimized-amazon-book-listing/>
9. Amazon Book Rankings Explained: Categories vs Keywords ..., fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kindlepreneur.com/kindle-rankings-categories-vs-keywords/>
10. Mythbusting The Amazon Algorithm – Reviews and Ranking For Authors, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.selfpublishingreview.com/2016/04/mythbusting-the-amazon-algorithm-reviews-and-ranking-for-authors/>
11. Understanding the Amazon A9 Algorithm | Amify, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://goamify.com/blog-articles/understanding-the-amazon-a9-algorithm/>
12. Understanding How Amazon Book Rank and Sales Work: A Complete Guide for Authors, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://booklaunchers.com/amazon-book-rank-and-sale/>
13. Amazon Kindle SEO: How to Grow Traffic & Book Sales - SellerMetrics, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://sellermetrics.app/amazon-kindle-seo/>
14. Mastering Amazon Kindle SEO to Maximize Your Book Sales - Publishing.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.publishing.com/blog/amazon-kindle-seo>
15. ᐈ Cómo escribir un subtítulo para tu libro - Editorial Letra Minúscula, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.letraminuscula.com/como-escribir-un-subtitulo-para-tu-libro/>
16. ▷ ¿Cómo elegir el título de un libro? - Editorial Letra Minúscula, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.letraminuscula.com/como-elegir-el-titulo-de-un-libro/>
17. Títulos y ediciones de los libros, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/es_ES/help/topic/GW7J4WEKBVU25YEC>
18. Subtítulos para libros electrónicos de Amazon KDP : r/selfpublish - Reddit, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.reddit.com/r/selfpublish/comments/13h2elm/subtitles_for_amazon_kdp_ebooks/?tl=es-es>
19. “Need Help: How to Find High Demand Keywords and Improve My Book Sales?”, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.kdpcommunity.com/s/question/0D5at00000QiXkiCAF/need-help-how-to-find-high-demand-keywords-and-improve-my-book-sales?language=it>
20. Escribir la descripción de un libro - Kindle Direct Publishing, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/es_ES/help/topic/G201189630>
21. Secrets To Getting the Right Keywords In KDP - Book Bolt, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://bookbolt.io/secrets-to-getting-the-right-keywords-in-kdp/>
22. Amazon Backend Keywords: Guidelines, Tips & Tools for 2025, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.sellerapp.com/blog/amazon-backend-keywords-guide/>
23. Make Your Book More Discoverable with Keywords - Kindle Direct Publishing, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/G201298500>
24. Backend Keywords de Amazon: Qué son y cómo usarlas - NeoAttack, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://neoattack.com/blog/keyword-backend/>
25. 7 backend keywords - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdpcommunity.com/s/question/0D52T00005ICsNrSAL/7-backend-keywords?language=en_US>
26. Advertising for KDP books - Amazon.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/G201499010>
27. Author Central - Kindle Direct Publishing, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/es_ES/help/topic/G200644310>
28. Amazon Kindle SEO: A Complete Guide for KDP Book Publishers - ZonGuru, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.zonguru.com/blog/amazon-kindle-seo-guide>
29. Found the best way to find Amazon KDP low competition niches ..., fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.reddit.com/r/KDP/comments/1mvmtmo/found_the_best_way_to_find_amazon_kdp_low/>
30. How to Choose Your Amazon Kindle & Book Keywords [2025 Update], fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kindlepreneur.com/how-to-choose-kindle-keywords/>
31. Publisher Rocket | Optimize Your Book's Amazon Success, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://publisherrocket.com/>
32. how to find low competition and high search volume niches ? : r/selfpublish - Reddit, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.reddit.com/r/selfpublish/comments/1ct8knw/how_to_find_low_competition_and_high_search/>
33. 10 Best Amazon Keyword Research Tools for 2025, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://revenuegeeks.com/best-amazon-keyword-research-tool/>
34. How To Sell Internationally On Amazon? - Helium 10, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.helium10.com/amazon101/can-sell-in-other-countries/>
35. Helium 10 Marketplaces: Which Locations Are Supported in 2025? - RevenueGeeks.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://revenuegeeks.com/helium10-marketplaces/>
36. Support - Publisher Rocket, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://publisherrocket.com/support/>
37. Publisher Rocket: What It Is and How It Helps - WriteSeen, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://writeseen.com/blog/publisher-rocket>
38. Amazon Book Categories SECRETS: [READ before choosing!!!], fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kindlepreneur.com/how-to-choose-the-best-kindle-ebook-kdp-category/>
39. Publisher Rocket Review: 4 Ways to Use It & If It's Worth It, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://selfpublishing.com/publisher-rocket/>
40. Insight - Publisher Rocket, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://publisherrocket.com/insights/>
41. KDP Categories - Kindle Direct Publishing - Amazon.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/G200652170>
42. How to Use More Categories on Amazon to Boost Sales, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://self-publishingschool.com/more-categories-on-amazon/>
43. How to get Your Book Ranked for More Amazon Book Categories | - Kindlepreneur, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kindlepreneur.com/e18-get-book-ranked-more-amazon-book-categories/>
44. Can I add more than 3 three categories? - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdpcommunity.com/s/question/0D58V00007m5y4oSAA/can-i-add-more-than-3-three-categories?language=en_US>
45. Mots-clés amazon KDP : comment les trouver et les choisir ?, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://publiersonlivre.fr/publier-livre-auto-edition/mots-cles-amazon-kdp/>
46. La magia de las palabras clave, para vender tu ebook en KDP ..., fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://ibuksdepapel.com/magia-palabras-clave-vender-kdp/>
47. Dove osano i self #4 - Come scegliere le parole chiave per Amazon - Anima di carta, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://animadicarta.blogspot.com/2019/02/come-scegliere-keyword-amazon.html>
48. Ricerca keyword per Amazon KDP: trova nuove parole chiave! - Lorenzo Self Publish, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.lorenzoselfpublish.it/ricerca-keyword-per-amazon-kdp/>
49. Migliora la visibilità del tuo libro grazie alle parole chiave, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/it_IT/help/topic/G201298500>
50. 2 outils gratuits pour trouver des mots-clés pour Amazon KDP - YouTube, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=IvAFt04L1e0>
51. Mots-clés Amazon : 7 outils pour augmenter votre visibilité - Auto-Édition Facile, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://auto-edition-facile.com/mots-cles-amazon-seo-kdp/>
52. Como encontrar palavras-chave para ebooks - Como Publicar ..., fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://comopublicarebooksnaamazon.com/2017/09/como-encontrar-palavras-chave-para-seus-ebooks/>
53. Guia Completo de Keywords para KDP da Amazon: Como Escolher as Melhores Palavras-chave | Loja Skeelo, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://loja.skeelo.com/audiobooks/literatura-e-ficcao/literatura-mundial/guia-completo-de-keywords-para-kdp-da-amazon-como-escolher-as-melhores-palavras-chave-1>
54. Amazon Keyword-Recherche Tools, Anleitung & Tipps für 2023, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://adsmasters.de/amazon-keyword-recherche/>
55. The Definitive Guide to Amazon KDP's A+ Content - Book Bolt, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://bookbolt.io/the-definitive-guide-to-amazon-kdps-a-content/>
56. Unlocking Amazon A+ Content for Books: The Ultimate Handbook, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.thebookdesigner.com/amazon-a-plus-content/>
57. Amazon A+ Content: Creation, Best Practices, and Examples - Brooke Vitale, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://brookevitale.com/blog/amazon-a-plus-content>
58. How to Use Amazon KDP A+ Content for Books - Author Imprints, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.authorimprints.com/amazon-kdp-a-plus-content/>
59. A+ Content Examples - Kindle Direct Publishing - Amazon.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/GCKLH8V7ULLD5EXY>
60. How to create A+ Content: Design tips, guidelines, and examples - Sell on Amazon, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://sell.amazon.com/blog/a-plus-content-design-guide>
61. A+ Content - Kindle Direct Publishing - Amazon.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/GHL7P99B7AA543CN>
62. Guidance on 35% vs 70% Royalties - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdpcommunity.com/s/question/0D5f400000FHgQJCA1/guidance-on-35-vs-70-royalties?language=en_US>
63. Kindle eBook Royalties: 70% vs. 35% and 6 Essential Things You Need to Know, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.authorimprints.com/kindle-ebook-royalties-70-vs-35-and-6-essential-things-you-need-to-know/>
64. eBook Royalties - Kindle Direct Publishing - Amazon.com, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/G200644210>
65. eBook List Price Requirements, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdp.amazon.com/help/topic/G200634560>
66. How Best to Price your e-book to Sell? - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.kdpcommunity.com/s/question/0D5f400000FHYIcCAP/how-best-to-price-your-ebook-to-sell?language=en_US>
67. Amazon KDP Pricing Strategy For MAXIMUM Profits - YouTube, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=aIIlD1uhOLc>
68. Chart: eBook Pricing Around the World - Statista, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.statista.com/chart/6361/ebook-pricing/>
69. Is KDP Select Worth It? Pros, Cons & Real Author Case Studies, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://bookquill.com/blog/is-kdp-select-worth-it/>
70. Amazon KDP Select vs Wide: Which is Better for Authors? - Written Word Media, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.writtenwordmedia.com/amazon-kdp-select-vs-wide-which-is-better-for-authors/>
71. Is KDP Select Worth It? 6 Key Pros and Cons Every Author Should Know, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.weekendpublisher.com/kdp-select-pros-and-cons/>
72. Is KDP Select worth it in 2025? - Reddit, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.reddit.com/r/KDP/comments/1lwvozb/is_kdp_select_worth_it_in_2025/>
73. Kindle Unlimited: 8 Rare Strategies to Earn More $$$ - NovelPad, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://novelpad.co/blog/kindle-unlimited-strategies>
74. How to Schedule Kindle Countdown Deals: 6 Tips for Success - TCK Publishing, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.tckpublishing.com/how-to-schedule-kindle-countdown-deals/>
75. Amazon Kindle Countdown Deals: Your How-to Guide - Self Publishing Lab, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://selfpublishinglab.com/amazon-kindle-countdown-deals/>
76. Free book promotion vs Kindle countdown deal - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdpcommunity.com/s/question/0D52T00005ea0VLSAY/free-book-promotion-vs-kindle-countdown-deal?language=en_US>
77. Strategy tips for 1st e-book for brand new author - KDP Community, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://kdpcommunity.com/s/question/0D58V00008Bo6mLSAR/strategy-tips-for-1st-ebook-for-brand-new-author?language=en_US>
78. Inteligencia cultural en Marketing Global: claves para campañas ..., fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.itdo.com/blog/inteligencia-cultural-en-marketing-global-claves-para-campanas-culturales-y-efectivas/>
79. Marketing intercultural: adaptación de las estrategias de marketing de la empresa a la cultura del país - Helvia Principal, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/19320/raydem_3_9.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
80. Adaptación Cultural en Marketing Local - The Valenzuela Real Estate Group, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.thevalenzuelagroup.com/categ/adaptacion-cultural-en-marketing-local>
81. ¿7 palabras clave para Amazon KDP? ¿Qué tan específicas deben ser y qué tanto importa?, fecha de acceso: octubre 21, 2025, <https://www.reddit.com/r/selfpublish/comments/1o53fzs/amazon_kdp_7_keywords_how_specific_do_these_need/?tl=es-419>