



PERÚ

Ministerio de Cultura

# La autopublicación en el Perú 2018-2024

**S E R I E E I N F O R M E S** 9 3 9 9 5 4 1 5 4 1 4 1 5 4 1

0 0 8 2 7 8 7 2 0 7 2 0 0 0 8 2 7 8 7 2 0 7 2 0 2 0 7 2 0

3 3 1 8 1 1 0 5 6 0 5 6 3 3 1 8 1 1 0 5 6 0 5 6 5 6 0 5 6

8 7 1 7 8 1 6 3 3 6 3 3 8 7 1 7 8 1 6 3 3 6 3 3 3 3 6 3 3

0 6 5 3 3 5 3 9 9 3 9 9 0 6 5 3 3 5 3 9 9 3 9 9 9 9 3 9 9

7 8 8 8 7 8 2 7 8 2 7 8 7 8 8 8 7 8 2 7 8 2 7 8 7 8 2 7 8

5 4 1 5 4 1 8 1 1 8 1 1 5 4 1 5 4 1 8 1 1 8 1 1 1 1 8 1 1

8 1 9 3 9 9 5 4 1 5 4 1 8 1 9 3 9 9 5 4 1 5 4 1 4 1 5 4 1

0 0 8 2 7 8 7 2 0 7 2 0 0 0 8 2 7 8 7 2 0 7 2 0 2 0 7 2 0

3 3 1 8 1 1 0 5 6 0 5 6 3 3 1 8 1 1 0 5 6 0 5 6 5 6 0 5 6

8 7 1 7 8 1 6 3 3 6 3 3 8 7 1 7 8 1 6 3 3 6 3 3 3 3 6 3 3

0 6 5 3 3 5 3 9 9 3 9 9 0 6 5 3 3 5 3 9 9 3 9 9 9 9 3 9 9

7 8 8 8 7 8 2 7 8 2 7 8 7 8 8 8 7 8 2 7 8 2 7 8 7 8 2 7 8

5 4 1 5 4 1 8 1 1 8 1 1 5 4 1 5 4 1 8 1 1 8 1 1 1 1 8 1 1

7 2 0 7 2 0 0 0 1 7 8 1 7 2 0 7 2 0 0 0 1 7 8 1 0 1 7 8 1

0 5 6 0 5 6 3 3 5 3 3 5 0 5 6 6 5 6 3 3 5 3 3 5 3 5 3 3 5

6 3 3 6 3 3 8 7 8 8 7 8 6 3 3 6 3 3 8 7 8 8 7 8 7 8 8 7 8

3 9 9 3 9 9 0 6 4 0 6 4 3 9 9 3 9 9 0 6 4 0 6 4 6 4 0 6 4

2 7 8 2 7 8 7 8 1 7 8 1 2 7 8 2 7 8 7 8 1 7 8 1 8 1 7 8 1

3 9 9 3 9 9 0 6 4 0 6 4 3 9 9 3 9 9 0 6 4 0 6 4 6 4 0 6 4

2 7 8 2 7 8 7 8 1 7 8 1 2 7 8 2 7 8 7 8 1 7 8 1 8 1 7 8 1



PERÚ

Ministerio de Cultura

Alfredo Martín Luna Briceño  
**Ministro de Cultura**

Gisella Mariell Escobar Rozas  
**Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales**

Carlos Felipe Palomares Villanueva  
**Secretario General**

María Carina Moreno Baca  
**Directora de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes**

Mónica Medalie Reyes Liñán  
**Directora (e) de la Dirección del Libro y la Lectura**

#### **La autopublicación en el Perú (2018-2024)**

© **Ministerio de Cultura del Perú.**

Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja, Lima, Perú  
Teléfono: (511) 618 9393  
[www.gob.pe/cultura](http://www.gob.pe/cultura)

**Equipo de elaboración de contenidos:** Ricardo Gustavo Zavaleta Acosta,  
Fernando Israel Cuyutupac Borja, Salvador Martín Paredes Oporto,  
Claudia María Soberón Rebaza, Manuel Francisco Barrós Alcántara

Primera edición, diciembre de 2025

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2025-15545  
ISBN: 978-612-5137-33-3



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar 3.0 (CC BY-NC-ND)

Libro electrónico disponible en [www.perulee.pe](http://www.perulee.pe)

Se permite la reproducción parcial siempre y cuando se cite la fuente.

# Índice

## **Presentación**

## **Resumen ejecutivo**

### **1. La autopublicación como hecho social en el siglo XXI**

1.1. La autopublicación en América Latina y el Perú

1.2. El objeto de estudio

### **2. La autopublicación en el Perú (2018-2024)**

2.1. Panorama de la producción editorial general

2.2. El sujeto autor-editor

2.3. La producción de la autopublicación

2.3.1. Análisis de la autopublicación según el ISBN

2.3.2. Análisis de la autopublicación según el Depósito Legal

2.3.3. Características materiales de la autopublicación según el ISBN

### **3. Conclusiones**

## **Referencias**

## **Anexos**

A.1. Aspectos metodológicos

A.1.1. Consideraciones sobre el ISBN

A.1.2. Consideraciones sobre el Depósito Legal

A.2. Guía de entrevistas

A.2.1. Guía de entrevista a especialista extranjero

A.2.2. Guía de entrevista a editores peruanos

# Presentación

En el ámbito de la Política Nacional de Cultura al 2030<sup>1</sup> y la Política Nacional de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas (PNLLB) al 2030<sup>2</sup>, el Ministerio de Cultura (Mincul) ha promovido la gestión de la información y el conocimiento como un mecanismo y enfoque de trabajo central para la implementación de políticas basadas en evidencia. Asimismo, desde la Dirección del Libro y la Lectura (DLL) —a partir de lo que señala la Ley 31053<sup>3</sup>, «Ley que reconoce y fomenta el derecho a la lectura y promueve el libro»—, se impulsan la producción, la difusión y el uso de cifras y datos que demuestren el estado, las dinámicas y las transformaciones del ecosistema del libro y de la lectura en el Perú.

La gestión de la información y el conocimiento promueve el fortalecimiento de la gobernanza cultural en el país mediante el incremento de la capacidad de la institucionalidad pública cultural, para generar y estimular el uso de la información y el conocimiento sobre los diferentes campos culturales. En ese contexto, el equipo de Gestión de la Información y el Conocimiento (GlyC) de la DLL ha impulsado y desarrollado un estudio sobre la autopublicación en el Perú, parte de un fenómeno global que ha recibido poca atención en el ámbito bibliográfico y en el debate público.

Como uno de los primeros esfuerzos, este estudio busca contribuir al campo de investigación del ecosistema del libro y la lectura mediante una aproximación panorámica. La presente publicación analiza la producción editorial autopublicada en el Perú en el periodo 2018-2024, a partir de las cifras del International Standard Book Number (ISBN) y del Depósito Legal. Esta información es relevante para comprender la autopublicación como un hecho social constitutivo y constante en la realidad editorial peruana de los últimos años, a nivel nacional y considerando distintas variables, como las que se desarrollan a lo largo de este documento. Debe señalarse que el periodo elegido también considera las repercusiones de la pandemia de la COVID-19.

Los resultados del estudio contribuyen a problematizar un fenómeno poco abordado en la región latinoamericana. De ahí que su publicación sea de interés para los investigadores y los agentes del sector editorial peruano y latinoamericano, que, de distintas maneras, forman parte de las dinámicas aquí analizadas. La DLL presenta esta investigación con la confianza de que sea el inicio de un diálogo que se proyecte hacia el futuro.

---

1 Aprobada el 21 de julio de 2020 mediante el Decreto Supremo 009-2020-MC.

2 Aprobada el 12 de julio de 2022 mediante el Decreto Supremo 007-2022-MC.

3 Publicada el 15 de octubre de 2020 en el diario oficial *El Peruano*.

# Resumen ejecutivo

El presente documento estudia la producción de la autopublicación en el Perú en el periodo 2018-2024, a partir del análisis de los títulos autopublicados y registrados como tales según el ISBN y el Depósito Legal. Basado en lo que los autores-editores registran ante la Biblioteca Nacional del Perú (BNP), el estudio analiza un hecho social acotado: la producción formal. En términos generales, muestra lo que se ha cuantificado en el país en un periodo de seis años, considerando distintas variables: sexo, idioma, lugar de publicación, soporte, entre otras.

El resultado es un panorama que evidencia cómo el Perú se inscribe en la tendencia global de la autopublicación. Entre los principales hallazgos, se muestra la importancia de la autopublicación como parte de la producción editorial peruana, con 7418 títulos registrados en ISBN y 13 043 en Depósito Legal durante el periodo analizado (2018-2024), que representan, respectivamente, entre el 13,8 % y 17,0 % de la producción nacional, un aumento en comparación con años anteriores. Asimismo, dado que el periodo analizado coincide con la pandemia de la COVID-19 y sus consecuencias, las cifras permiten observar su impacto en el fenómeno de la autopublicación.

El estudio se estructura de la siguiente manera. En el primer capítulo, se conceptualiza la autopublicación y se caracteriza como un hecho social en el siglo XXI a partir de sus principales rasgos. Dado que se consultaron fuentes de alcance internacional, también se incluyen casos para América Latina. Luego, en el mismo capítulo, se presenta lo que se conoce hasta la fecha sobre este fenómeno en la región y se expone brevemente el caso peruano. En este marco, se describe el panorama de la autopublicación entre los años 2008 y 2017. Finalmente, se definen los parámetros del objeto de estudio, el tipo de fuentes consultadas, la metodología y las principales limitaciones de la investigación.

El segundo capítulo presenta el aporte principal del estudio: el análisis de las cifras registradas en ISBN y Depósito Legal en el periodo 2018-2024. En primer lugar, se sitúa el panorama de la producción editorial general en el Perú. Seguidamente, se caracteriza al sujeto autor-editor desde las siguientes variables: naturaleza del agente editor, tipo de agente editor y sexo. Para terminar, se examina la producción de la autopublicación en el país. Con fines didácticos, el análisis se subdivide según los datos de ISBN, de Depósito Legal y de las características materiales de la autopublicación de acuerdo con el ISBN. Cabe señalar que, en el desagregado, se consideran distintas variables de manera individual o cruzada. Asimismo, en las conclusiones, se exponen los principales hallazgos y tendencias de la autopublicación en el periodo analizado.

En los anexos se reúne un conjunto de información, insumos y documentos empleados en el estudio. El primero corresponde a los aspectos metodológicos, donde se presentan las consideraciones sobre el ISBN y el Depósito Legal. El segundo anexo incluye las guías de entrevistas realizadas a editores peruanos y a un especialista internacional.

# Capítulo 1

## La autopublicación como hecho social en el siglo XXI

En el mundo hiperconectado actual, hablar de autopublicación puede parecer innecesario o, incluso, irrelevante. Los agentes del ecosistema peruano del libro y la lectura suelen guiarse por percepciones de sí mismos y de su quehacer que —por endógenas— no complejizan las prácticas que ven o experimentan como habituales. Más que advertir el riesgo de percibir las como naturales, interesa señalar la importancia de interrogarlas y de considerar lo que revelan de las dinámicas sociales, productivas o comerciales del sector. Ante la escasa información especializada de estudios y datos sobre el ecosistema peruano, aproximarse a hechos sociales como la autopublicación exige precisar algunos aspectos históricos y léxicos.

Como práctica individual, la autopublicación ha existido en distintos momentos de la historia. Algunos investigadores sugieren que, desde los primeros tiempos de la publicación, existieron personas que decidieron editar sus obras por cuenta propia luego de haber sido rechazadas por los intermediarios de cada época. Pero es a partir del siglo XVIII europeo cuando los roles de autor y editor adquieren una delimitación social más clara, que puede hablarse de la autopublicación como un fenómeno propiamente social. Esto último se refiere a una cadena productiva que comenzó a perfilarse como sistema desde el nacimiento de la imprenta de tipos móviles en el siglo XV (Mangas-Vega, 2016; Cerlalc, 2018)<sup>4</sup>.

Para José Luis de Diego (2022), si se piensa «en un ciclo de larga duración», se observa que la relación entre autores y editores ha variado con los años. Desde la década de 1960 hasta el siglo XXI, se ha desarrollado lo que se denomina «la edición sin editores», un periodo de múltiples transformaciones globales en el ámbito editorial que se replican con particularidades en territorios periféricos<sup>5</sup>. Entre estas transformaciones, las más pertinentes para la presente investigación son dos: a) la autopublicación como resultado de las nuevas tecnologías y de lo digital; y b) la importancia de la comercialización de libros y productos editoriales a través de Internet, lo que compite con antiguas lógicas económicas (De Diego, 2022, pp. 75-76). A esto hay que sumarle que, históricamente y en distintos momentos, la autopublicación ha estado asociada a la mala calidad, a modo de estigma: se pensaba que si una editorial no publicaba un libro era porque no valía la pena (Kawasaki y Welch, 2013, p. 11).

En ese amplio marco, ¿qué particularidades presenta en el siglo XXI un hecho social que existe desde hace bastante tiempo? Según José Diego González, director técnico de Ecosistema Editorial del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), la autopublicación constituye un subsector, ya que toma o se manifiesta de distintas formas. Su auge reciente lleva a preguntarse por el vocabulario que se utilizará en este estudio, con el fin de evitar confusiones y un mal uso de los términos involucrados.

---

4 Algunos autores plantean que pueden encontrarse casos de autopublicaciones desde el siglo II d. C. Sin embargo, los rasgos más orientados al mundo editorial son notorios cuando ya había mediación social de editores, como en el siglo XVI (Alonso Arévalo, Córdón-García y Gómez Díaz, 2014).

5 Para una síntesis de la problemática editorial de las últimas décadas, consultar De Diego (2022, pp. 73-74).

En ese sentido, cabe diferenciar los dos conceptos más importantes<sup>6</sup> para precisar qué estudia esta investigación:

- Autoedición: «significa que el autor realiza sobre su propia obra las tareas propias de un editor, que son muy amplias y variadas» (Cordón-García, 2016, p. 279).
- Autopublicación: «se aplica a la acción por la que un autor, por el medio que sea, solventa por sí mismo la publicación de su libro, sea la impresión o la creación de un archivo para su posterior distribución y comercialización» (Cordón-García, 2016, p. 279).

Mientras que la autoedición se refiere al trabajo técnico editorial —la revisión o el diseño, por ejemplo—, la autopublicación abarca todos los ámbitos del ecosistema del libro —como la difusión o la comercialización—, desde la agencia protagónica del autor. Para Cordón-García (2016), la autopublicación puede ser de tres tipos: clásica (o impresa), electrónica y derivada. La clásica incluye al autor-imprenta, autor-editor y la impresión bajo demanda. La electrónica comprende la que se realiza en la web, de manera directa o derivada, con una amplia variedad de opciones que incluye lo transmedia en distintas plataformas. La autopublicación derivada engloba a las que usan recursos de Internet, como páginas web que tienen la opción de generar productos editoriales. Un ejemplo de esta última es Wikipedia y su función «hacer un libro». En este amplio espectro, la autopublicación electrónica es la que genera mayores cantidades de producción, que a su vez resulta variada (Cordón-García, 2016; Bergström y Oskarsson, 2022). En esta parte del estudio, se tratará lo referente a las autopublicaciones impresas y digitales.

En el manifiesto «The Self-Publishing Revolution», Kawasaki y Welch (2013) establecieron tres grandes procesos sobre la autopublicación que, en años posteriores, han sido retomados por otros autores (Alonso Arévalo, Cordón-García y Gómez Díaz, 2014; Cordón-García, 2016; Cerlalc, 2018; Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024). Aunque no necesariamente citan a Kawasaki y Welch, estos estudios dialogan de manera implícita con las ideas expuestas en dicho manifiesto. A continuación, se resumen los tres procesos integrando los aportes de todos los autores mencionados:

- *Democratización*: cualquier persona con una computadora y un programa de procesamiento de textos puede publicar un libro. De igual manera, cualquier persona con una computadora o un dispositivo similar puede leer uno. «Escribir y leer ya no son dominio exclusivo de los ricos, famosos y poderosos» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 5). En ese sentido, existe una mayor horizontalidad y un acceso más democrático a la producción y el consumo de los contenidos generados.
- *Desintermediación*: implica prescindir de otros agentes del ecosistema del libro y la lectura. El escenario extremo solo deja activos al autor y al lector, sin la intervención de terceros. Según Kawasaki y Welch (2013), «los autores pueden determinar el éxito de sus libros, y los lectores, la calidad de lo que leen» (p. 5).

---

<sup>6</sup> «Autoedición, autopublicación, edición a cuenta del autor, edición indie, edición alternativa, edición artesanal son términos que en mayor o menor medida suelen utilizarse para referirse a los escritos que circulan en los márgenes del sector editorial, aunque, propiamente, son los conceptos de autopublicación y autoedición los que más confusiones suscitan, empleándose habitualmente como sinónimos y, la mayoría de las veces, como intercambiables, al igual que ocurre con los términos de referencia edición y publicación que, sin embargo, designan procesos completamente diferentes» (Cordón-García, 2016, p. 279).



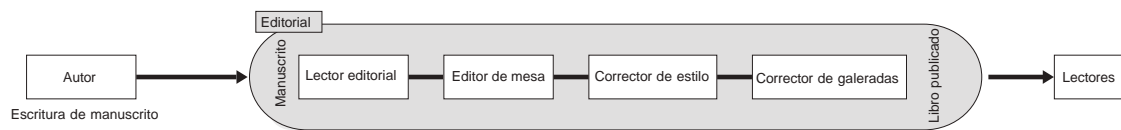
- **Determinación:** de manera autónoma, el autor decide distintos aspectos de la producción y la distribución de su publicación, lo que incluye el diseño, el precio, las formas de difusión, entre otros. Esta autonomía cuestiona la existencia de los otros agentes del ecosistema del libro y la lectura. Según Kawasaki y Welch (2013), «la distribución de libros de los autores a los lectores es más directa, inmediata y económica que nunca» (p. 5).

Quien se autopublica es denominado autor-editor<sup>7</sup>. Como sujeto, promueve un nuevo modelo editorial, que contrasta con el llamado tradicional o convencional: «Nos encontramos en un escenario donde la autopublicación presiona para que se modifique el ecosistema editorial de una manera muy profunda» (Cerlalc, 2018, p. 54). La figura 1 muestra los agentes que intervienen en ambos modelos, lo cual se comprenderá mejor a lo largo de este capítulo. Si bien la figura concierne más al caso de la autopublicación digital literaria, conviene advertir ese horizonte general de interacción y sociabilidad.

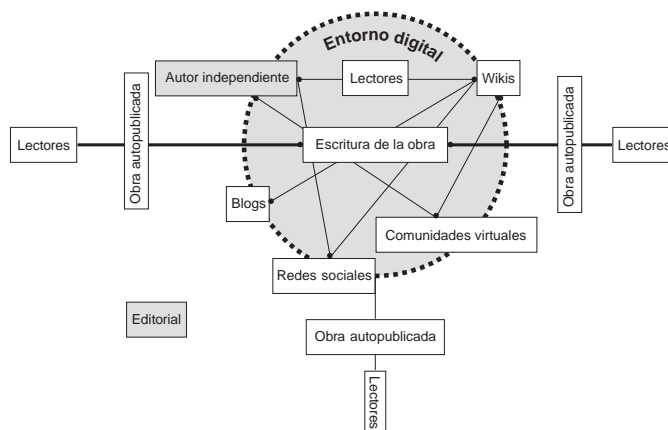
**Figura 1**

Diagrama que contrasta los modelos editoriales tradicional y nuevo

**Modelo intermediado de edición:** proceso lineal



**Modelo autopublicado:** proceso multimodal



**Nota.** Elaboración de Toro Murillo y Suárez-Giraldo (2024, p. 9).

<sup>7</sup> Cordón-García (2016) registra denominaciones dadas por otros investigadores. Entre otras, menciona a la de «autor emprendedor» (p. 282), la cual se enmarca en un léxico que también refiere al marketing.

La autopublicación presenta ventajas y desventajas que complejizan los grandes procesos descritos. De manera breve, se exponen a partir de los aportes de distintos autores<sup>8</sup>:

### Principales ventajas

- *Control del proceso*: el autor se responsabiliza de supervisar el proceso de producción y distribución. Esto implica encargarse de las decisiones sobre, por ejemplo, formatos, diseño, precio, difusión, prensa y relaciones públicas. Como el autor no depende del calendario de una casa editorial, puede decidir sus plazos. Además, no se guía por el mercado, lo que marca una clara diferencia con el modelo convencional: «a menos que ya sea un autor exitoso o una gran celebridad, el control de su libro es una ilusión cuando trabajas con un editor tradicional» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 6).
- *Precio de venta*: además de fijar el precio de venta, el autor puede modificarlo según las circunstancias, como en campañas de marketing o para dirigirse a un público objetivo específico. En el caso de editoriales convencionales, los autores tienen escasa posibilidad de intervenir en la determinación del precio.
- *Agilidad para llegar al mercado*: «una editorial tradicional tarda entre nueve y doce meses en comercializar un libro impreso, y no lanzará la versión electrónica antes que la impresa» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 7). En el modelo de la autopublicación, la impresión bajo demanda puede comercializarse en menos tiempo. Cuando se trata de un producto digital, el proceso puede completarse en pocos días.
- *Mayores ingresos*: al controlar el proceso, el autor obtiene mayores márgenes de ganancia que aquellos que publican con editoriales convencionales. Cabe recordar que estas suelen pagar alrededor del 10 % por concepto de derechos de autor. Según Kawasaki y Welch (2013), «Amazon [...] paga regalías del 35 % o el 70 %. Apple paga el 70 % y Barnes & Noble, el 65 %» (p. 7).
- *Contenidos de la publicación*: el autor tiene autonomía para decidir los contenidos de la obra y, si lo desea, puede actualizarlos cuando y como mejor le parezca. Esto contrasta con el funcionamiento de una editorial convencional, que suele corregir erratas después de unos meses y una vez agotado el tiraje disponible para la venta. «Al autopublicar un libro, puedes revisarlo inmediatamente con revendedores de libros electrónicos en línea e incluso modificar la versión que se imprime bajo demanda» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 6).
- *Comercialización y alcance*: una vez escrita, la obra puede ponerse a disposición de los lectores y adquirirse en todo el mundo. Ya sea en formato digital o impreso bajo demanda, su comercialización es amplia. «La mayoría de plataformas brindan información detallada de las ventas generadas día a día, discriminadas por país y

---

8 Kawasaki y Welch, 2013; Alonso Arévalo, Córdón-García y Gómez Díaz, 2014; Córdón-García, 2016; Cerlalc, 2018; Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024; Bergström y Oskarsson, 2022; Schroff, 2023.

por tienda» (Cerlalc, 2018, p. 20). Esto permite al autor modificar sus estrategias de venta. Adicionalmente, a diferencia de las editoriales convencionales, que suelen dejar de promocionar el libro pasado un tiempo, el autor puede otorgarle mayor longevidad comercial a su obra. Al optar por un *e-book* o por la impresión bajo demanda, la comercialización puede variar a lo largo del proceso (Kawasaki y Welch, 2013).

- *Interacciones con lectores*: la autopublicación propicia un vínculo más directo entre autores y lectores. En este proceso, el autor «puede conocer mejor sus opiniones, sus ideas, puede dialogar con ellos y crear una comunidad en torno a sus obras» (Cerlalc, 2018, p. 20). Esto implica también que el autor venda directamente a los lectores clientes, lo que le permite obtener «las mismas ganancias que los distribuidores y minoristas» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 7). La venta directa, además, favorece un contacto más constante con el público y puede generar futuras oportunidades de comercialización.
- *Flexibilidad para negociar*: un autor-editor puede negociar directamente con organizaciones de distintos tipos y obtener resultados diferentes a los de conseguir un lector individual. «Por ejemplo, podrías vender una licencia de sitio para tu libro [digital] a una gran empresa para todos sus empleados» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 9). En cambio, una editorial convencional optaría por una distribuidora o un agente que negocie con una empresa grande. Incluso si vendiera por sí misma una cantidad considerable de ejemplares, la editorial se llevaría parte de las ganancias.
- *Distribución global*: desde el primer momento, la autopublicación digital permite distribuir a un mercado mundial, sin barreras geográficas. Este es otro de los rasgos atractivos de las plataformas mencionadas. De manera opuesta, un editor del modelo convencional suele esperar el comportamiento del mercado para evaluar la conveniencia de una distribución internacional o, incluso, la posibilidad de negociar derechos hacia otras lenguas o productos editoriales derivados (Kawasaki y Welch, 2013).
- *Control de derechos en el extranjero*: el autor-editor es el único que se beneficia de la venta de derechos para traducciones o productos editoriales derivados. En cambio, cuando interviene una editorial tradicional, esta recibe un porcentaje por las gestiones realizadas. Cabe advertir que, en el primer caso, el autor-editor actúa como su propio agente, lo que conlleva «la dificultad de encontrar (o ser encontrado por) un editor extranjero, negociar un contrato, proporcionar material gráfico y cobrar regalías» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 8).
- *Datos para el análisis*: la mayoría de los revendedores de *e-books* «ofrecen resultados de ventas en tiempo real o casi real» (Kawasaki y Welch, 2013, p. 8). Al contar con esta información, el autor-editor puede adecuar sus estrategias de marketing y campañas promocionales. Por el contrario, el modelo convencional suele proporcionar datos de ventas luego de varios meses.

## Principales desventajas o dificultades

- *Costos de producción:* el autor-editor asume íntegramente los costos de la publicación y la circulación del libro, y con ello todo el riesgo de inversión. Mientras que en el modelo convencional algunos autores reciben anticipo de dinero, en la autopublicación esa figura es inconcebible.
- *Proceso de edición:* para que el autor-editor asuma el proceso editorial en su totalidad —desde la revisión del texto hasta la gestión de la distribución—, es recomendable que cuente con experiencia previa, que tenga conocimiento de los roles que ejercerá o que sepa a qué profesionales puede contratar para los distintos procesos involucrados.
- *Marketing insuficiente:* al tratarse de un libro autopublicado, las acciones de marketing difícilmente podrán competir con las que podría realizar una editorial tradicional. Si bien esto puede cambiar cuando un título autopublicado alcanza gran éxito, la obra suele mantenerse rezagada frente a las publicadas por editoriales convencionales. Por ello, resulta importante desarrollar un trabajo de marketing que permita a la obra llegar de la mejor manera posible a distintos medios de difusión, lo que incluye, entre otros, la prensa, las redes sociales y los críticos especializados.
- *Prestigio:* el «estigma» de la mala calidad aún persiste, aunque en menor medida (Kawasaki y Welch, 2013, p. 11). Un elemento adicional es el peso simbólico del sello editorial. «El sello [de las editoriales convencionales] puede ser un ingrediente imprescindible para que una obra desconocida tenga un amplio alcance y llegue a convertirse en un éxito de ventas» (Cerlalc, 2018, p. 21). Desde luego, esta dimensión simbólica implica también una dimensión económica; ambas deben ser tomadas en cuenta al reflexionar sobre la autopublicación.
- *La calidad del producto editorial:* en el contexto actual de la autopublicación, es importante contar con el trabajo de un editor profesional. «Por distintas razones puede que se obvie esta intervención; no obstante, ante una oferta cada vez más amplia de contenidos, asegurar la calidad es imprescindible» (Cerlalc, 2018, p. 20). No es de extrañar que un autor-editor contrate a un editor para cerciorarse de la calidad de lo que busca publicar.
- *Gestionar la traducción:* llevar a cabo la traducción de una obra puede significar un gran desafío para un autor-editor. Además de financiar los costos, el criterio, el conocimiento del mercado y otros detalles afines son aspectos que deben tomarse en cuenta.
- *Uno solo es el equipo:* como lo sugieren las desventajas planteadas, el camino de la autopublicación puede resultar frustrante, tedioso, solitario, y generar bastante incompreensión para alguien que, como autor-editor, comienza a dar sus primeros pasos en el mundo editorial. Los roles que normalmente asumiría un equipo editorial

para las distintas partes del proceso recaen en una sola persona. Un punto clave a considerar es que la autopublicación no excluye los procesos implicados en la vida social de un producto editorial; más bien, los redistribuye<sup>9</sup>.

Como se aprecia, la autopublicación exige que los agentes del ecosistema reflexionen sobre su quehacer y replanteen su posición respecto de lo que antes hacían, para asumir nuevos roles y competencias (Cordón-García, 2016). En ese camino, hablar de la autopublicación parte de la premisa de la reconfiguración del ecosistema, de sus lógicas, interrelaciones y contrapesos en la producción, distribución y comercialización. La propia idea de ecosistema remite a procesos en los que no cambian las funciones, pero sí las personas que las desempeñan y las capacidades con que lo hacen.

En este punto resulta clave desarrollar un concepto importante para la vida social de los productos editoriales: el ecosistema del libro y la lectura. Según lo planteado por la PNLLB, el ecosistema comprende el conjunto de actividades, interacciones, interdependencia y eslabones de la cadena de valor. Dichos eslabones están compuestos por «autoras/es, editoras/es, distribuidoras/es, librerías, mediadoras/es de lectura, bibliotecas y lectoras/es, entre otros» (Ministerio de Cultura, 2022, p. 21). Este enfoque se deriva de lo formulado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) sobre los dominios culturales, los cuales define como «un conjunto común de actividades económicas (producción de bienes y servicios) y sociales (participación en eventos culturales) que tradicionalmente son de naturaleza cultural» (Instituto de Estadística de la Unesco, 2009, p. 10)<sup>10</sup>.

Aunque no necesariamente en todo el territorio latinoamericano se emplea un concepto semejante, en los países que cuentan con leyes del libro suele considerarse la multiplicidad de agentes que intervienen en la producción, distribución y consumo (Fernández Vergara, 2019). En ese sentido, el autor que se publica a sí mismo asume las funciones de distintas personas que desempeñan roles diferenciados. Si bien la informalidad del ecosistema en países como el Perú hace que un solo agente desempeñe múltiples roles, con la autopublicación esta situación se acentúa. En la autopublicación, el autor tiene mayor protagonismo en todo el proceso y, por ello, asume también grandes responsabilidades para que su producto editorial tenga la mayor calidad posible. Esto depende «de la voluntad y capacidad del propio autor por alimentar una producción regulada únicamente por su creatividad y disciplina» (Cordón-García, 2016, p. 278).

Es importante mencionar que la autopublicación comprende un conjunto amplio y diverso de expresiones textuales y de manifestaciones derivadas de ellas. Al no ser un fenómeno uniforme, conviene diferenciar, como mínimo, el tipo de soporte: digital o físico. Por su predominio, debe destacarse la gran variedad existente en la opción digital. Esta incluye, entre otras, las llamadas *vanity presses*, las *start-up* —que facilitan la edición digital—, las

---

9 «Aunque la tecnología permita eliminar intermediarios en la relación del autor con sus lectores, esto no implica que las tareas que asumen los distintos eslabones de la cadena de valor desaparezcan» (Cerlalc, 2018, p. 20).

10 En la DLL se viene implementando el ecosistema con un total de cinco ejes: i) investigación y creación, ii) producción editorial, iii) circulación del libro, iv) acceso al libro y v) acceso a la lectura.

empresas de servicios que un autor puede contratar para todo o parte del proceso editorial, la edición *open access*, la edición *crowdsourcing* y los textos vinculados con la *storylife*, como memorias, autobiografías o correspondencias<sup>11</sup>. Asimismo, deben considerarse los distintos tránsitos editoriales que se producen entre plataformas —como blogs, páginas web o redes sociales— y la escritura o autopublicación de libros mediante *software* disponibles en Internet. Aunque también existen libros autopublicados en formato impreso, suelen ser menos frecuentes que los digitales. Por su amplitud, lo mencionado no se limita a la literatura, sino que también abarca la autopublicación en el ámbito universitario y científico en general (Cordón-García, 2016).

A partir de lo señalado se advierte que la autopublicación está generando efectos propios en el sector editorial a escala global. De manera progresiva, el modelo tradicional observa cómo el nuevo modelo se va superponiendo. Sin embargo, resulta complejo identificar sus efectos por dos razones. La primera se debe a que el formato digital no obliga a los autores a registrar sus obras con ISBN. Como las distintas plataformas no lo exigen, es difícil cuantificar la producción de títulos autopublicados o conocer sus características. La segunda razón está relacionada con la escasa o nula información que brindan las empresas dedicadas a la autopublicación digital, en especial aquellas con mayor presencia en el mercado, como Amazon (Cerlalc, 2018, p. 11).

En el mercado existen varias consideraciones por precisar. Para Cordón-García (2016), la autopublicación constituye un modelo consolidado. En ese sentido, puede considerarse un nuevo paradigma que ha ido abriéndose paso frente al modelo editorial tradicional. La autopublicación genera grandes expectativas entre los distintos agentes involucrados, incluidas las empresas vinculadas con alguna fase del proceso editorial. Si anteriormente la autopublicación era artesanal o, en el peor de los casos, de baja calidad, hoy las plataformas digitales facilitan tanto la calidad como la cantidad de producción gracias a las diversas herramientas y servicios que los autores pueden aprovechar (Alonso Arévalo, Cordón-García y Gómez Díaz, 2014). Cabe señalar que este nuevo paradigma está dominado por grandes empresas que ofrecen estos servicios, por lo general a autores individuales, lo que implica la existencia de estructuras de apoyo. CreateSpace, de Amazon, y Smashwords son algunos ejemplos de compañías con gran presencia en el mercado (Alonso Arévalo, Cordón-García y Gómez Díaz, 2014).

Con el tiempo, los grandes grupos editoriales comenzaron a interesarse por la autopublicación (Cordón-García, 2016). Las editoriales tradicionales dieron el paso hacia este nuevo modelo para aprovecharlo de acuerdo con sus intereses. A través de sus propias plataformas de autopublicación, atienden la demanda de numerosos autores noveles sin incorporarlos al catálogo principal, es decir, manteniéndolos fuera de los sellos editoriales consolidados. «En estos espacios tienen, además, una suerte de cantera para medir y evaluar qué contenidos despiertan interés en los lectores y resultarían realmente interesantes de publicar» (Cerlalc, 2018, p. 36). Este fenómeno se observa también en el ámbito

---

<sup>11</sup> Para profundizar en la variedad de autopublicaciones digitales, ver Alonso Arévalo, Cordón-García y Gómez Díaz (2014, p. 128).

hispanohablante. José Luis de Diego (2022) menciona, por ejemplo, el sitio web Caligrama ([www.caligramaeditorial.com](http://www.caligramaeditorial.com)), de Penguin Random House, lo que resulta relevante porque demuestra que no puede hablarse de «la autopublicación como un modo alternativo a los grandes sellos de la edición, sino que es el más poderoso grupo del mundo el que está favoreciendo esa práctica» (p. 75). Editorial Planeta hizo algo similar con Universo de Letras ([www.universodeletras.com](http://www.universodeletras.com)).

En el contexto de la economía digital, el alcance global y la interacción que posibilita Internet han convertido a la autopublicación en un modelo de negocio atractivo para distintos tipos de agentes, empresas y realidades en el mundo (Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024). En este amplio escenario, la «multiplicación de contenidos» y la «liberación de límites determinados por la industria tradicional» permiten hablar de un *boom* comercial a inicios del siglo XXI. Es importante precisar que, en este modelo, el cliente es «el autor y no el lector» (Cerlalc, 2018, p. 30)<sup>12</sup>. En consecuencia, las empresas se enfocan cada vez más en el autor como eje de los procesos ya mencionados.

Las ventas guardan correspondencia con el auge de la autopublicación, aunque la posibilidad de obtener cifras precisas es limitada. La mayoría de los estudios aquí citados coinciden en señalar la gran producción que viene registrando el mercado angloparlante, con especial énfasis en Estados Unidos, aunque no se limita a este país. Algunos matices de esta tendencia son los siguientes:

1. «Una gran parte de estos libros no persigue un fin comercial, así que, cuando no se distribuyen gratis, se venden a muy bajo costo (con precios cercanos a los 0,99 dólares)» (Cerlalc, 2018, p. 21).
2. Como Amazon Publishing es una de las empresas editoriales que más ha publicado, es interesante que este fenómeno se manifieste también en países de habla hispana: «donde más títulos en español se han autopublicado mediante esta plataforma son Argentina, España, Estados Unidos, México y Venezuela» (Cerlalc, 2018, p. 31).
3. Más allá de las cifras específicas de ventas, la tendencia del mercado sitúa en el centro al otro agente clave del ecosistema: el lector. Si la gran producción de títulos autopublicados respondía a las demandas del autor-editor como cliente, el consumo de dichos títulos invita a volver la mirada a quienes los leen. Los lectores «los eligen a la hora de definir su próxima lectura» (Cerlalc, 2018, p. 29).
4. La autopublicación ha alcanzado también presencia en el mercado que trastoca el ecosistema del libro y la lectura, especialmente el vinculado con el sistema literario. En algunas ferias del libro, como en las de Londres y Frankfurt, se destinó un pabellón específico a la autopublicación. En la feria de Madrid se intentó hacer lo mismo, pero los libreros se negaron (Cerlalc, 2018).

---

12 Para consultar los procesos que devienen en esta incidencia del autor como cliente, ver Cerlalc (2018, pp. 29-30).

5. Existen eventos propios del fenómeno de la autopublicación: «congresos, ferias, talleres o eventos de formación que se realizan de manera física o digital» (Cerlalc, 2018, p. 43). Además de crear nuevos nodulos comerciales y de incorporar lógicas de consumo en torno de la autopublicación, estos eventos contribuyen a dar mayor visibilidad a los agentes de este ecosistema. Aunque algunos investigadores mencionan ciertos premios otorgados a los autores con altas ventas, conviene considerar que poco a poco van surgiendo instancias de legitimación que refuerzan las propias dinámicas del mercado. En conjunto, estos matices constituyen algunos de los aspectos a tomar en cuenta respecto del ecosistema de la autopublicación como hecho social.
6. El riesgo de plagio está presente en la autopublicación digital. Celedón (2022, p. 3) señala que se han registrado casos de uso indebido de derechos de autor y de diseño de cubiertas en Amazon. En Internet, este tipo de prácticas puede ser difícil de controlar; sin embargo, la practicidad que ofrecen los avances tecnológicos ha incrementado la vulnerabilidad de los autores.
7. La autopublicación también ha tenido repercusiones en el ámbito científico y académico. Según Mangas-Vega y Gómez-Díaz (2015), «en el caso de las monografías científicas no tiene mucho sentido la autopublicación, ya que de entrada incumpliría con un indicador fundamental de los analizados, el de la revisión por pares» (p. 12). En las plataformas de autopublicación estudiadas por estas autoras, no se aplican criterios de calidad suficientes. Esto deviene en la publicación de contenidos de dudosa calidad, lo que resulta contraproducente para el público especializado al que se dirigen, un sector que demanda rigurosidad en los procedimientos y los hallazgos.

Por otra parte, el fenómeno de la autopublicación plantea a la industria editorial diversos desafíos. Uno de ellos es «la sobreabundancia de contenidos y sus posibles efectos» (Cerlalc, 2018, p. 49), que se manifiesta en dos dimensiones: i) la invisibilización de las obras en un amplio mercado digital; y ii) la deflación generalizada de precios en la comercialización de libros autopublicados, en especial los digitales. Dado que se ofertan en grandes cantidades, los precios tienden a disminuir y suelen ser los propios autores quienes deciden reducirlos. Esto conduce a que la industria también reduzca sus precios para competir en el mercado. Otro desafío es comprender y valorar cuál es el aporte del editor en el ecosistema del libro y la lectura. «¿Qué puede ofrecer un editor a un autor que desee publicar? ¿Cuál puede ser el valor diferencial de una obra que atravesó un proceso editorial para que se distinga de una autopublicada?» (Cerlalc, 2018, p. 49). Aquí radica parte de la importancia de concebir el ecosistema de manera integral —«como una red de valor»—, que sustituye la mirada lineal por una con múltiples interacciones y entrelazamientos en sus diversas fases o momentos.

Lo señalado en el párrafo anterior adquiere una derivación específica cuando se trata de la autopublicación literaria. En este ámbito se presenta una paradoja —a veces inadvertida— al superponerse el campo literario y el editorial propio de la autopublicación (Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024). En el mejor de los casos, un autor literario que se autopublica podría lograr reconocimiento entre los lectores con los que interactúa con frecuencia. Incluso



podría alcanzar cierta independencia económica. Sin embargo, esto no cambia su estatus de autor infravalorado frente a los mecanismos de canonización del sistema literario. Esto se evidencia en las lógicas comerciales de lo literario: «los lectores no están dispuestos a pagar por un libro autopublicado lo mismo que por un libro producido con intermediación editorial; pero están dispuestos a pagar por autores desconocidos autopublicados si se trata de precios bajos» (Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024, p. 11). Este comportamiento responde a un criterio de los consumidores: «siempre y cuando sea gratis o se venda a bajo costo, [al libro autopublicado] no se le exige un sello de calidad» (Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024, p. 11)<sup>13</sup>. Ciertamente, esta es una dinámica comercial particular de la autopublicación literaria, aunque podrían plantearse interrogantes similares respecto de otros tipos de contenidos en los libros autopublicados.

De manera complementaria, cabe señalar que, desde el auge de la inteligencia artificial (IA) —en noviembre de 2022, con el lanzamiento de ChatGPT—, se ha transformado parte del fenómeno de la autopublicación en el siglo XXI (Luna Acosta, 2024). Las posibilidades tecnológicas de automatización y de asistencia en diversas tareas que ofrece la IA ha tenido dos consecuencias significativas: i) pocos meses después del auge de la inteligencia artificial, se publicaron varios títulos en la tienda Kindle de Amazon que atribuían su autoría al chatbot; y ii) Amazon restringió «a tres los títulos que un mismo autor puede publicar en un solo día en su plataforma de autopublicación Kindle Direct Publishing» (Luna Acosta, 2024, p. 75). En ambos casos subyace un uso estratégico de las nuevas posibilidades tecnológicas, en el que las IA generativas escriben los libros que se publican o autopublican en formato digital. Interesa aquí destacar ese aspecto —relacionado con el notable incremento en el ritmo de creación de contenidos— dentro de la problemática general de la autopublicación. Como señala José Diego González, director técnico de Ecosistema Editorial del Cerlalc, este es «un subsector que puede verse altamente beneficiado por la IA». La inteligencia artificial tiene el potencial de impulsar aún más el fenómeno analizado, ya que puede sustituir total o parcialmente los roles que participan en los procesos editoriales del modelo tradicional<sup>14</sup>. Esto abre las puertas a otras consideraciones, como la discusión de la calidad del libro autopublicado y el conocimiento técnico que requiere su realización.

En la actualidad, puede afirmarse que la autopublicación ya no es una «vanidad». Se trata de un hecho social complejo y, como parte de las transformaciones que ha venido generando en el ecosistema del libro y la lectura a escala global, está cambiando de estatus. La idea de las *vanity presses* ha quedado relegada por el auge que experimenta, ya que las empresas «ponen a disposición del autor el servicio para la publicación sin importar la calidad del producto» (Celedón, 2022, p. 2). Alonso Arévalo, Córdón-García y Gómez Díaz (2014) lo expresan de otro modo: «ya no son las prensas de la vanidad, la autopublicación está fuera de los rincones oscuros y está integrándose en la corriente principal» (p. 136).

---

13 Si bien en el caso de la autopublicación literaria hay colaboraciones con comentarios de lectores al libro, incluso en sus reediciones, el pago está sujeto a consideraciones como «un apoyo al autor o un pago social que lo impulsa» (Toro Murillo y Suárez-Giraldo, 2024, p. 11).

14 Comunicación personal, 15 de agosto de 2025.

Lo que hasta hace poco era un modelo controlado por las editoriales se ha convertido en un espacio más dinámico —con distintos desafíos y riesgos—, en el que muchos autores optan por autopublicarse para darse a conocer (Cordón-García, 2016, p. 282).

## 1.1. La autopublicación en América Latina y el Perú

La autopublicación ha sido poco estudiada en América Latina. Como se observa en la mayoría de las fuentes citadas en este capítulo, las cifras disponibles suelen referirse al mundo angloparlante. En este contexto bibliográfico, *Radiografía de la autopublicación en América Latina* (Cerlalc, 2018) constituye un informe relevante que ofrece un primer panorama del hecho social en el periodo 2006-2016. Uno de los principales hallazgos del estudio es la dificultad de cuantificar la producción de autopublicaciones en la región. Como se mencionó en la primera parte de este capítulo, la mayoría de las empresas de autopublicación digital no exige a los autores registrar sus obras con ISBN, lo que impide cuantificar los títulos. Aun así, el ISBN continúa siendo el principal indicador para medir la producción editorial formal. Otra dificultad identificada es la conceptualización del autor-editor, que varía según las agencias latinoamericanas que reportan anualmente sus cifras al Cerlalc (2018, p. 22). Además, los datos presentados explicitan un problema adicional: no es posible identificar a las empresas editoriales que incluyen autopublicaciones en sus catálogos.

Según el Cerlalc (2018), la producción de títulos con ISBN de autores-editores en América Latina pasó de 5232 en 2007 a 10 968 en 2011 y a 22 026 en 2016 (p. 22). Este incremento del 400 % en nueve años se enmarca en el aumento general de la producción editorial en la región, que pasó del 5,5 % en 2007 al 11,6 % en 2016 con respecto a los totales. La figura 2 muestra el desglose por país. Brasil, Argentina y México tienen una presencia protagónica en el periodo analizado, marcando una tendencia regional importante. El Cerlalc no presenta el detalle de las cifras en ninguna tabla de su estudio, pero comenta los casos de Argentina<sup>15</sup>, Perú, Colombia y Chile. Sobre el primero, señala que las cifras se triplicaron: de 1190 a 3380 títulos. Perú tuvo un crecimiento superior al 300 %: de 109 a más de 400 títulos. Colombia creció en menor proporción: de 1400 a más de 2000 títulos. A su vez, Chile pasó de 300 a más de 1000 títulos en el mismo periodo (Cerlalc, 2018, p. 23)<sup>16</sup>. En la región, los autores-editores priorizan el formato impreso, aunque el digital registró un crecimiento mayor en el mismo lapso.

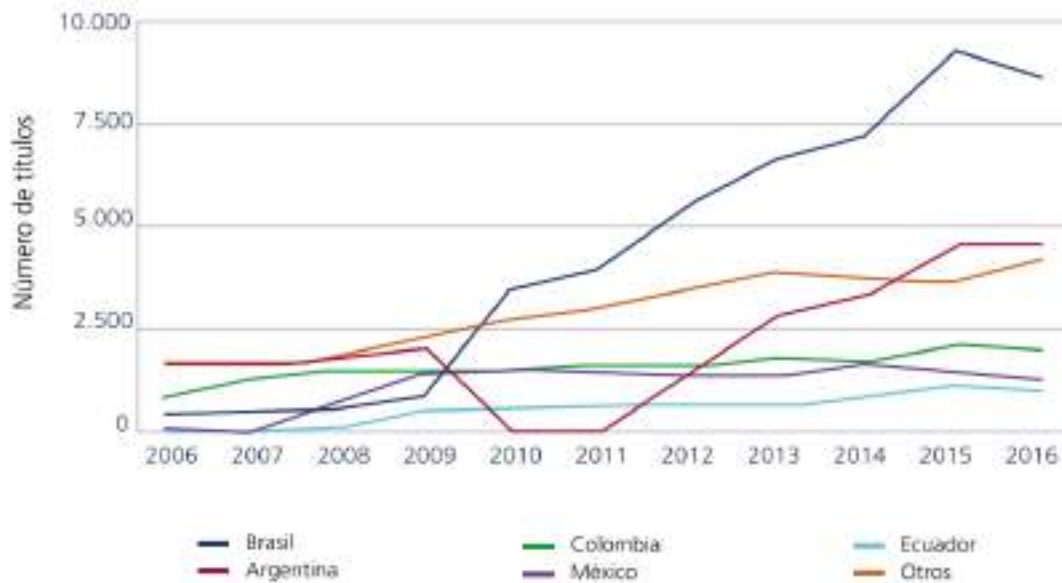
---

15 Según José Diego González, el caso de Argentina es «paradigmático» porque concentra un conjunto amplio de prácticas de empresas editoriales que brindan servicios para la autopublicación, lo cual se evidencia en el ISBN. (Comunicación personal, 15 de agosto de 2025).

16 Cuando estas cifras se comparan con España, el contraste es notorio porque el volumen de títulos autopublicados es «equivalente al de toda América Latina» (Cerlalc, 2018, p. 23). Aunque España experimentó un descenso en el mismo periodo, estas primeras comparaciones generales muestran su gran predominio en el mercado hispanoparlante.

**Figura 2**

América Latina: número de títulos con ISBN registrados por los autores-editores desagregados por país (2006-2016)



**Nota.** Elaboración del Cerlalc (2018, p. 23).

Lamentablemente, el Cerlalc no presenta el desglose completo por país ni la trayectoria detallada por año. Tampoco precisa cuáles son los 17 países que conforman su universo de estudio; en algunos casos incluye a Brasil y en otros no. Cabe recordar que Giraldo-González, Giménez-Toledo y Córdoba-Restrepo (2024) realizaron un aporte relevante con el artículo «La producción de libros académicos en 16 países de América Latina entre 2013 y 2019». A diferencia del informe del Cerlalc, los autores de este estudio sí especifican el territorio de su muestra y ofrecen una tabla con la producción general, que incluye las cifras anuales de títulos de autores-editores por país<sup>17</sup>. Sin embargo, los datos correspondientes a 2016 difieren de los presentados por el Cerlalc. Ya sea por imprecisiones en el fraseo o por diferencias notorias en las cifras —como ocurre en el caso de Argentina—, ambas investigaciones no pueden utilizarse de manera conjunta para documentar el caso peruano.

<sup>17</sup> Los países incluidos son Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela (Giraldo-González, Giménez-Toledo y Córdoba-Restrepo, 2024, p. 2).

**Tabla 1**

Número de títulos con ISBN registrados por los autores-editores en algunos países latinoamericanos, respecto del año 2016, según los investigadores que los presentan

País	Datos presentados por el Cerlalc (2018) respecto del año 2016	Datos presentados por Giraldo-González, Giménez-Toledo y Córdoba-Restrepo (2024) respecto del año 2016
<b>Argentina</b>	3380	4812
<b>Chile</b>	Más de 1000	1016
<b>Colombia</b>	Más de 2000	2079
<b>Perú</b>	Más de 400	408

**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC.

Los datos que corresponden al caso peruano no coinciden con los registrados en la BNP, que son los que se usarán en esta investigación. Por ahora, las fuentes citadas sobre América Latina solo permiten afirmar que la tendencia mundial comentada en la primera parte del capítulo muestra un crecimiento sostenido en esta región. Esta idea puede complementarse con la percepción de José Diego González, quien advierte que el panorama relativo de las cifras no necesariamente refleja «un auge de la autopublicación [...] lo que nos delata es cierta debilidad del sector editorial más tradicional»<sup>18</sup>. En otras palabras, ante la «precariedad» de este último, las cifras sugerirían que la autopublicación «probablemente funciona» como una alternativa. De ahí que se trate de un fenómeno dinámico en la región, aunque todavía no ha sido estudiado en profundidad.

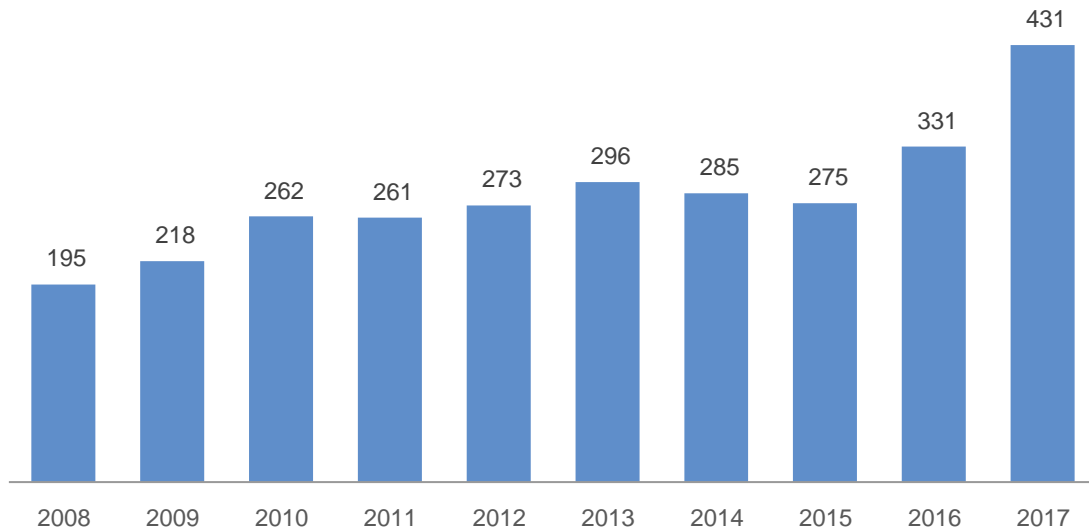
Para aproximarse a la realidad peruana de la autopublicación, pueden considerarse las cifras disponibles sobre la producción nacional. En la actualidad, solo existe una fuente que ofrece una visión general de la producción editorial y, dentro de ella, algunos aportes sobre el autor-editor. El *Panorama de la industria editorial en el Perú: análisis estadístico (2008-2019)* (BNP, 2021) permite recuperar datos pertinentes que contribuyen a contextualizar al lector hasta 2017, año límite de la presente investigación.

En el periodo 2008-2017, el número de autores-editores aumentó en un 121,1 %, al pasar de 195 a 431. A pesar de las ligeras fluctuaciones en este periodo, se evidencia una tendencia creciente. Los cambios más notorios se produjeron entre 2009 y 2010, y entre 2016 y 2017, con variaciones porcentuales de 20,2 % y 30,2 %, respectivamente.

<sup>18</sup> Comunicación personal, 15 de agosto de 2025.

**Figura 3**

Perú: número de autores-editores que registraron títulos con ISBN (2008-2017)



**Nota.** Adaptado de la BNP (2021, p. 78).

En la tabla 2 y la figura 4 se muestra el rol participativo que ha tenido el agente autor-editor en la producción editorial. En la tabla se observa un crecimiento no solo en la cantidad de autores-editores registrados, sino también en el número de títulos publicados (de 251 a 533), lo que representa un incremento de 2,1 veces en el periodo analizado. Asimismo, se aprecia que, en cuanto a la cantidad de agentes editores, se ubica en segundo lugar por debajo de las editoriales; mientras que, en la producción de títulos, su posición ha oscilado entre el tercer y cuarto lugar.

**Tabla 2**

Perú: número de editores y títulos registrados según tipo de agente editor (2008-2017)

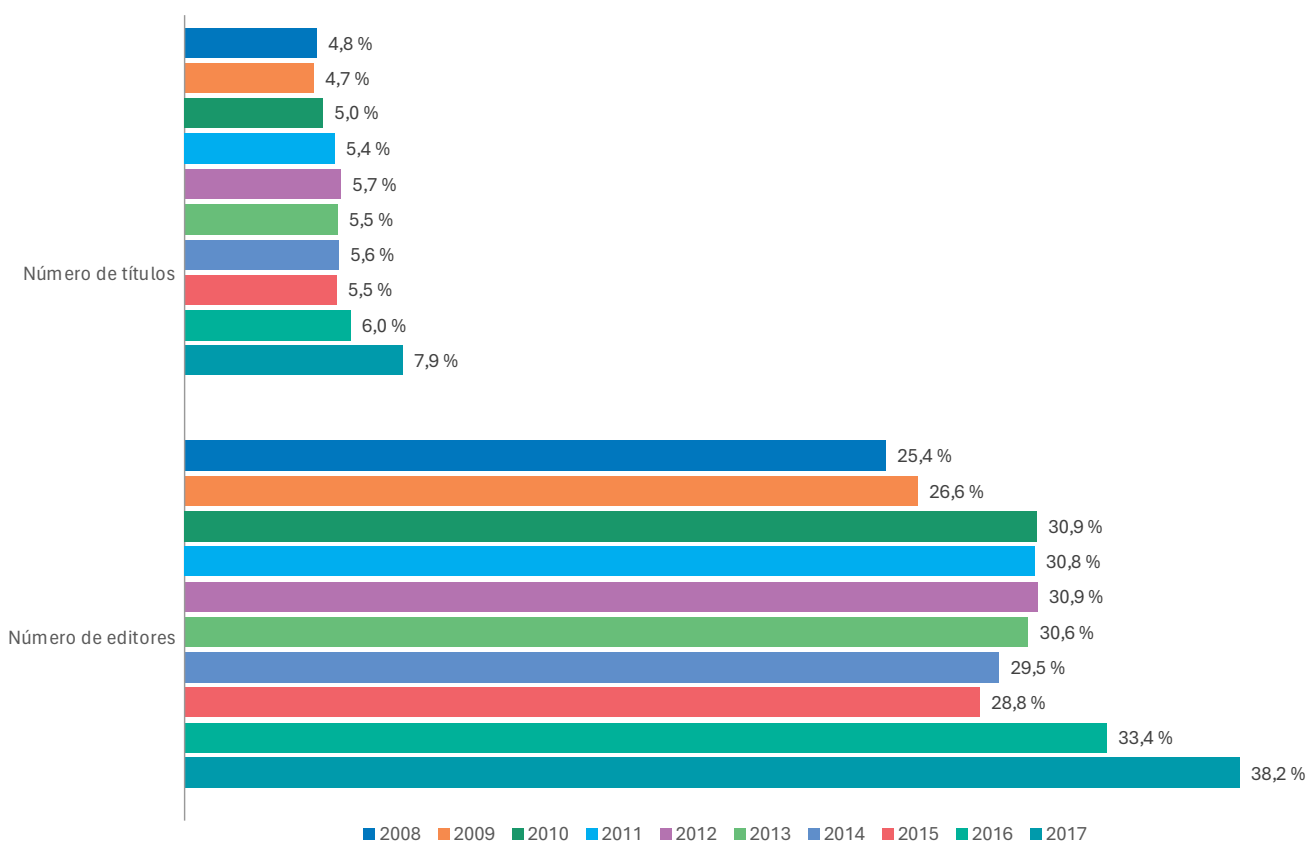
Año	N.º de editores / N.º de títulos	Editorial	Editorial universitaria	Empresa o entidad nacional	Institución educativa diferente a universidad	Institución religiosa	Editor- autor
<b>2008</b>	Número de editores	341	43	150	26	12	195
	Número de títulos	3866	544	476	50	45	251
<b>2009</b>	Número de editores	356	49	149	32	16	218
	Número de títulos	4054	522	391	60	51	250
<b>2010</b>	Número de editores	350	42	140	36	18	262
	Número de títulos	4723	464	324	161	56	303
<b>2011</b>	Número de editores	342	46	144	40	14	261
	Número de títulos	4175	513	346	80	64	298
<b>2012</b>	Número de editores	359	41	160	36	14	273
	Número de títulos	4357	617	433	177	33	338
<b>2013</b>	Número de editores	410	54	155	39	14	296
	Número de títulos	5224	586	399	138	37	375
<b>2014</b>	Número de editores	412	60	154	40	14	285
	Número de títulos	4451	660	486	151	60	344
<b>2015</b>	Número de editores	420	62	149	33	15	275
	Número de títulos	4254	829	494	132	48	336
<b>2016</b>	Número de editores	407	59	145	38	10	331
	Número de títulos	4823	611	396	165	79	389
<b>2017</b>	Número de editores	402	65	165	51	13	431
	Número de títulos	4767	804	396	201	41	533

Nota. Adaptado de la BNP (2021, p. 78).

En términos proporcionales, el número de títulos producidos por los agentes autores-editores no ha superado el 8,0 % del total de la producción editorial. Por otro lado, destaca la presencia de una cantidad considerable de este tipo de agentes, que durante su evolución representa casi el 40,0 %. Esto evidencia que, a pesar de contar con una participación significativa, su nivel de producción aún es pequeño en comparación con otros agentes editores.

**Figura 4**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN de autor-editor (2008-2017)

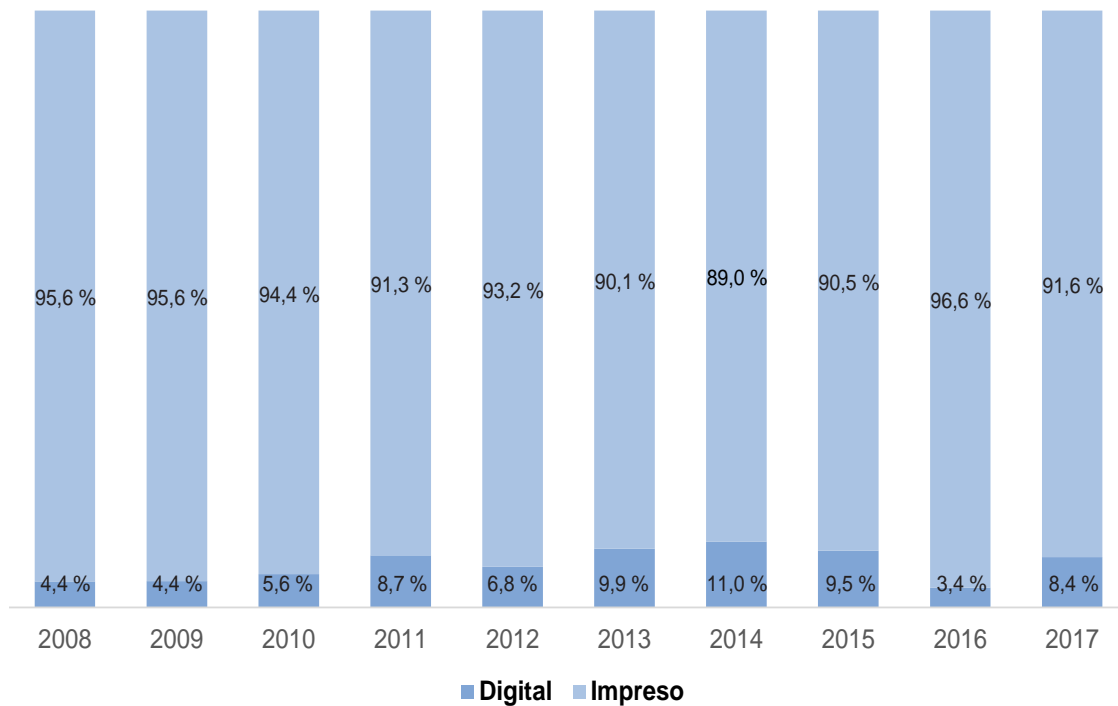


**Nota.** Adaptado de la BNP (2021).

Con la variable tipo de soporte, el total de 3417 títulos autopublicados con ISBN muestra algunos matices. Entre 2008 y 2017, las autopublicaciones digitales ascienden a 253 títulos (7,4 %) y las impresas, a 3163 (92,6 %). Los autores-editores peruanos priorizan la producción impresa, lo que delinea una tendencia creciente, aunque irregular. Como se detalla en la siguiente figura, este formato osciló entre el 89,0 % y el 96,4 %, mientras que el digital se mantuvo entre el 3,6 % y el 11,0 %. Hasta 2014 se observa un incremento progresivo de autopublicaciones digitales, pero en 2016 se registra una reducción significativa, con solo 13 títulos en este formato. No obstante, esto parece ser una variación coyuntural, pues en los años siguientes la tendencia vuelve a ser ascendente.

**Figura 5**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN de autor-editor según tipo de soporte (2008-2017)



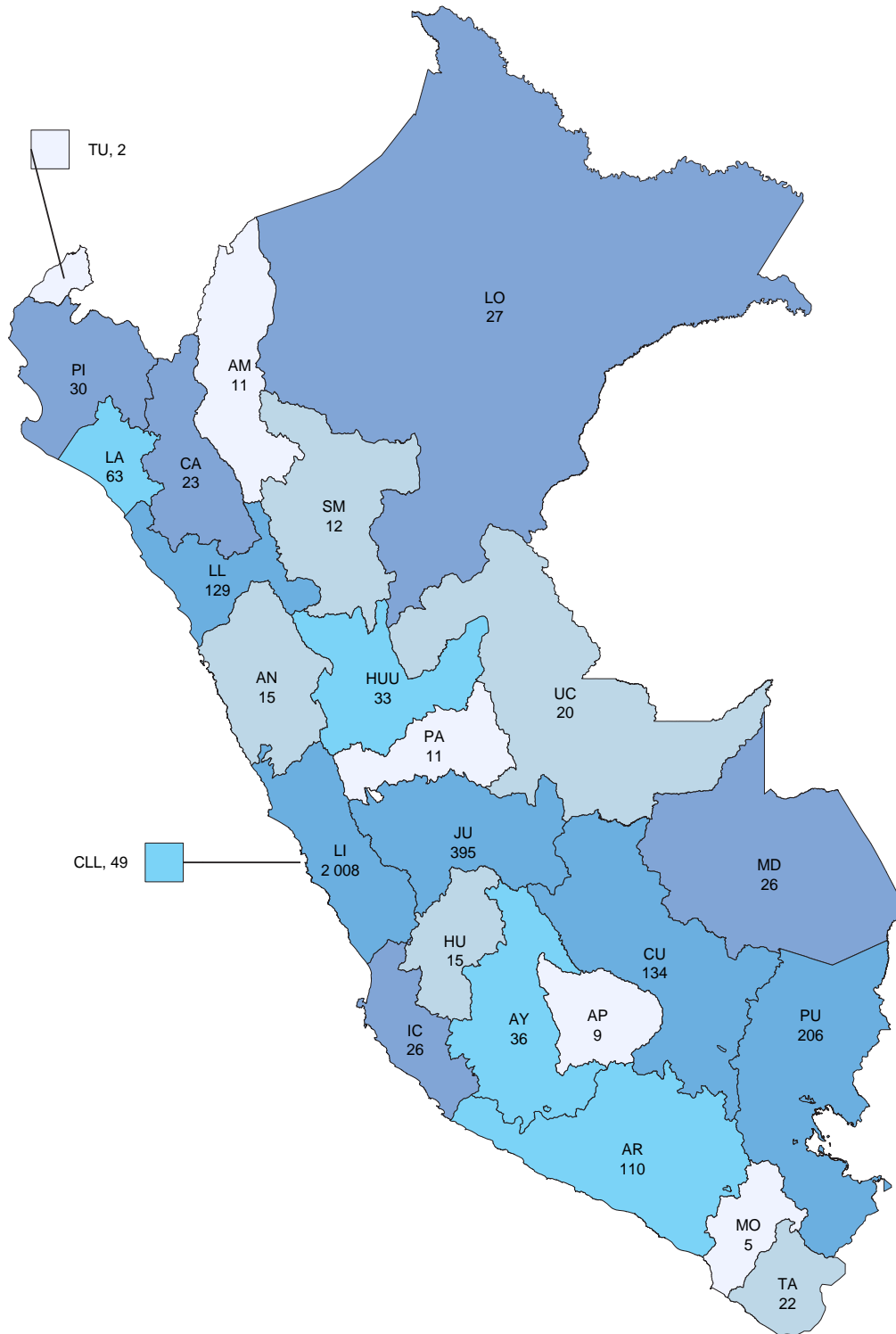
**Nota.** Adaptado de la BNP (2021, p. 71).

A nivel departamental, los 3417 títulos autopublicados se distribuyen de manera diferenciada en el país. En el periodo analizado, Lima fue el principal departamento productor, con 2008 títulos, lo que representa el 58,8 % del total. Otros departamentos muestran una dispersión considerable en la sierra y la costa, en las partes centro y sur: Junín (11,6 %), Puno (6,0 %), Cusco (3,9 %), La Libertad (3,8 %) y Arequipa (3,2 %). Los departamentos con menor presencia se ubican en la sierra y la selva, en las partes norte, centro y sur: San Martín, Huancavelica y Áncash (0,4 %); Amazonas, Pasco y Apurímac (0,3 %); y Moquegua y Tumbes (0,1 %). Si se observa la evolución a lo largo de los años, la mayoría de los departamentos —15 de 25 (60 %)— tiene al menos un año en el que no se registraron autopublicaciones con ISBN. Por contraste, esto evidencia una tendencia positiva: entre 2008 y 2017, diez departamentos (40 %) mantuvieron de manera sostenida la producción de autores-editores a nivel territorial. Esta actividad constante se observó en la costa y la sierra, en las partes norte, centro y sur: Arequipa, Ayacucho, Callao, Cusco, Ica, Junín, La Libertad, Lima, Piura y Puno. En conjunto, la dispersión territorial de la producción de títulos autopublicados muestra un desarrollo histórico con una progresión irregular, pero sostenida, que varió según cada departamento.



**Figura 6**

Perú: total de títulos con registro ISBN de autor-editor según departamento (2008-2017)



**Nota.** Adaptado de la BNP (2021, p. 73).

Lamentablemente, no se cuenta con mayor información procesada y analizada sobre la autopublicación en el Perú para el periodo previo a 2018. Si referirse a la producción nacional a partir de los títulos con ISBN resulta limitado —pues solo registra la producción formal—, en el caso de la autopublicación esta limitación se acentúa. La información presentada ofrece al lector un primer panorama de este fenómeno a partir de tres aspectos:

- En el siglo XXI, la autopublicación forma parte de una tendencia global con una trayectoria ascendente en América Latina y el Perú.
- Los datos disponibles de la BNP para el periodo 2008-2017 muestran que el autor-editor tuvo una participación activa, aunque no mayoritaria, dentro del conjunto de la producción editorial peruana registrada con ISBN. El volumen de sus títulos (3417) no es determinante respecto del total publicado en ese mismo periodo.
- Las variables soporte y departamento aportan complejidad a este breve panorama introductorio, aunque la información disponible aún resulta insuficiente para conocerlo en profundidad. En ese sentido, se plantea una primera ruta de investigación orientada a seguir documentando el caso peruano y establecer un diálogo con el contexto latinoamericano.

## 1.2. El objeto de estudio

La presente investigación analiza la producción de la autopublicación en el Perú durante el periodo 2018-2024. La unidad de análisis corresponde a la producción editorial autopublicada según los registros de ISBN y Depósito Legal de la BNP, cuya delimitación debe precisarse a la luz de la definición de autopublicación<sup>19</sup> presentada en la primera parte de este capítulo. ¿Cómo cuantifica la BNP las obras autopublicadas en el país? Lo hace a partir de la figura del autor-editor, es decir, del autor que registra ante la institución su propia publicación, lo que implica que un mismo título puede tener uno o más autores<sup>20</sup>. Sin embargo, la manera en que la BNP contabiliza esta producción está sujeta a diversas variables: las categorías empleadas, las diferencias entre años y los procesos de registro. De ello se desprende una problemática social que también puede entenderse como una política cultural y de conocimiento: el modo en que la BNP conceptualiza y cuantifica la producción editorial nacional. En ese sentido, su práctica respecto del autor-editor confirma lo señalado en este estudio: se trata de una de las diversas formas posibles de definir y abordar esta figura (Cerlalc, 2018, p. 22).

El periodo elegido para el estudio responde a dos factores importantes: i) el acceso a los datos disponibles de la BNP; y ii) el impacto de la pandemia de la COVID-19 y sus consecuencias en el ecosistema del libro y la lectura, que en este caso pueden observarse

---

19 Autopublicación: «se aplica a la acción por la que un autor, por el medio que sea, solventa por sí mismo la publicación de su libro, sea la impresión o la creación de un archivo para su posterior distribución y comercialización» (Cordón-García, 2016, p. 279).

20 El rasgo multiautorial de la autopublicación puede verse desde el proceso mismo de registro en la BNP, según lo sugiere su página web: <https://www.bnp.gob.pe/servicios/deposito-legal/como-se-realiza-el-tramite/>

desde la producción editorial. Las fuentes utilizadas son variadas y abarcan un amplio trabajo de recopilación y sistematización, con referencias sobre el contexto mundial, de América Latina y del Perú. También se incluye la base de datos de la BNP y su procesamiento como materia prima para la elaboración del estudio. Desde el punto de vista metodológico, la investigación es de carácter mixto. En el plano cuantitativo, el núcleo se centra en las cifras proporcionadas por la BNP sobre los títulos producidos durante el periodo analizado. El objetivo es situar, a través de la producción editorial, un hecho social de amplio alcance en el país durante los seis años considerados. En lo cualitativo, se realizó una revisión bibliográfica que contextualiza el fenómeno de la autopublicación en el mundo, América Latina y el Perú. Esta se complementó con entrevistas a José Diego González<sup>21</sup>, Lizbeth Alvarado<sup>22</sup> y Carlos Vela<sup>23</sup>, a fin de recoger sus percepciones sobre el fenómeno de la autopublicación.

Esta investigación tiene dos limitaciones significativas:

- La autopublicación es un fenómeno más amplio y complejo que el abordado en este estudio, ya que aquí solo se considera la información recogida por la BNP a partir del registro de ISBN y Depósito Legal. Como mínimo, esto implica dos aspectos: i) únicamente se miden las autopublicaciones presentadas ante la BNP por sus autores; y ii) se muestra solo el universo formal de autopublicaciones registradas como tales. Si la autopublicación como hecho social es múltiple en sus rasgos y posibilidades editoriales, lo que este estudio analiza constituye únicamente una parte de ese universo.
- Como primera aproximación al caso peruano, vista desde las cifras de la producción formal cuantificadas por la BNP y con escasa bibliografía especializada a nivel regional y nacional, se desprenden tres aspectos: i) esta investigación busca ofrecer un acercamiento general a su objeto de estudio; ii) para un conocimiento más profundo, los hallazgos presentados deben complementarse con otros enfoques, recortes y escalas de análisis; y iii) en el marco general de los limitados estudios sobre el ecosistema del libro y la lectura en el Perú, considerar la producción del autor-editor como unidad de análisis constituye una vía para retomar, a futuro, la problemática editorial y sus hechos conexos: entre ellos, los derechos de autor, las regalías, la difusión, el consumo o la piratería.

---

21 Literato de la Universidad de los Andes con máster en Edición por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, con experiencia en la coordinación de proyectos editoriales. Actualmente, es director técnico de Ecosistema Editorial del Cerlalc.

22 Licenciada en Lingüística y magíster en Comunicación por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Directora del sello editorial feminista Gafas Moradas. Actualmente, es presidenta de la Asociación de Editoriales Universitarias y Académicas del Perú (EU Perú) y jefa del Fondo Editorial de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

23 Licenciado en Administración de Empresas (Universidad del Pacífico), con una especialización en Políticas Editoriales y Proyecto Cultural (Universidad de Buenos Aires). Fue presidente del consejo directivo de Editoriales Independientes del Perú (EIP). Actualmente, dirige La Indie (distribuidora de libros de editoriales independientes) y codirige la editorial Pesopluma.

# Capítulo 2

## La autopublicación en el Perú (2018-2024)

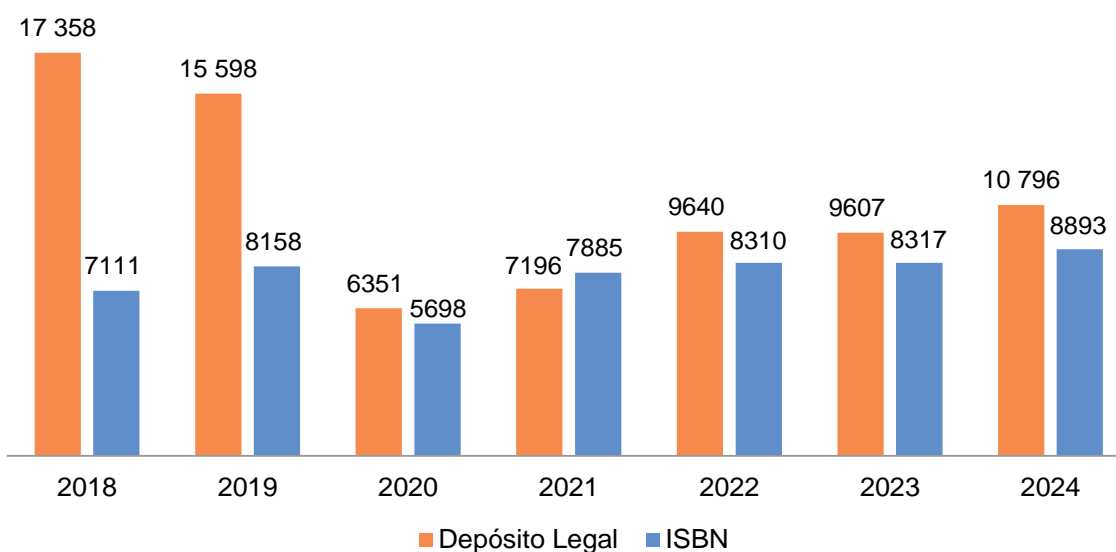
## 2.1. Panorama de la producción editorial general

Para aproximarse a la producción de la autopublicación en el país, es pertinente situar la producción nacional del periodo analizado. Como se explica en el anexo metodológico, los registros de ISBN y Depósito Legal son fundamentales para medir lo que se produce editorialmente en el Perú. En esta sección, se presenta un breve esbozo de lo producido en los últimos años. Sin pretensión de agotarlo, se combinarán y complementarán las cifras de ISBN y Depósito Legal. Además, se debe considerar que la información resultante está condicionada por diversas situaciones, como el hecho de que solo se cuantifica la producción editorial formal; las limitaciones de cada tipo de registro también afectan el alcance de su análisis comparativo o en diálogo. Para este estudio, no interesa profundizar en estas diferencias. El objetivo es describir el panorama de la producción nacional según lo que ambos registros permiten observar durante el periodo analizado.

Entre 2018 y 2024 se contabilizaron en el Perú 54 372 títulos con ISBN y 76 546 títulos con Depósito Legal. La diferencia de 22 174 títulos es significativa y puede analizarse a partir de algunos rasgos históricos. Como muestra la siguiente figura, en 2018 y 2019 el número de títulos registrados mediante Depósito Legal fue más del doble que los inscritos con ISBN. Con la pandemia de la COVID-19, esta brecha se redujo en los años siguientes, en parte debido a la disminución generalizada de la producción editorial nacional y de su registro formal. Aunque después se observa una recuperación, en especial en 2024, conviene destacar que, incluso tras esa progresiva mejora, el ISBN reporta, para ese año, menos títulos (8893) que el Depósito Legal (10 796).

Figura 7

Perú: número de títulos publicados según tipo de registro (2018-2024)



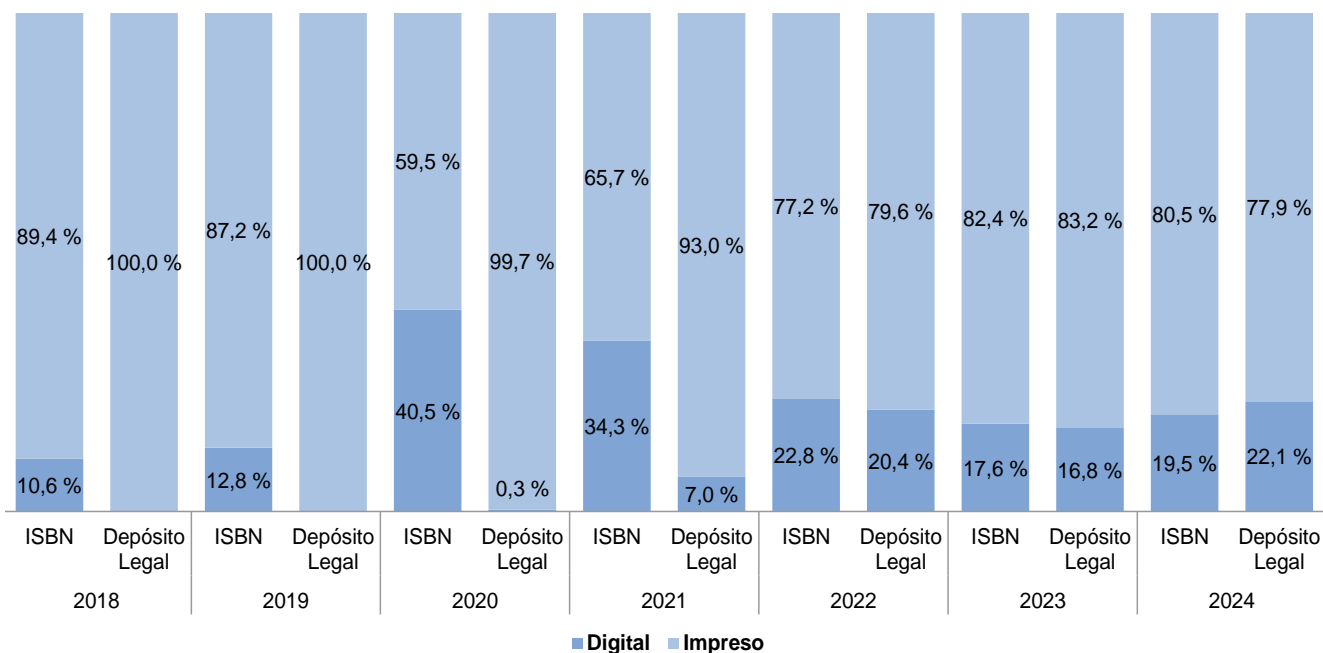
Nota. Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En el periodo 2018-2024, la variable soporte muestra marcadas diferencias entre los registros de ISBN y Depósito Legal respecto de la producción editorial. En el primero, el soporte digital alcanza 11 850 títulos, y el impreso, 42 522 en total. En el segundo, el digital registra 6505 títulos, y el impreso, 70 041. La siguiente figura sugiere las proporciones de esas diferencias, considerando las fluctuaciones de cada soporte en el contexto de la pandemia de la COVID-19 y su progresiva recuperación. El registro de ISBN evidencia que la digitalización forzada por la pandemia fue más una respuesta coyuntural —al llegar a representar el 40,5 % del total de publicaciones en dicho registro— que un cambio estructural permanente en las preferencias del mercado editorial peruano. De todos modos, se mantiene una tendencia al alza en la publicación de títulos en formato digital durante este periodo, con un incremento del 130 % (de 752 a 1730 títulos).

En el caso del Depósito Legal, no se registran títulos en soporte digital durante 2018 y 2019, debido a que, hasta la promulgación de la Ley 31253 —que regula el Depósito Legal en la BNP, vigente desde julio de 2021—, no existía la obligación de registrar publicaciones electrónicas, libros digitales o *e-books*. En 2021 se inscribieron 502 títulos, lo que representó el 7,0 %, proporción que en los años siguientes fluctúa entre el 20,7 % y el 22,0 % de la producción registrada, con valores similares a los observados en el registro ISBN.

**Figura 8**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN y Depósito Legal según tipo de soporte (2018-2024)



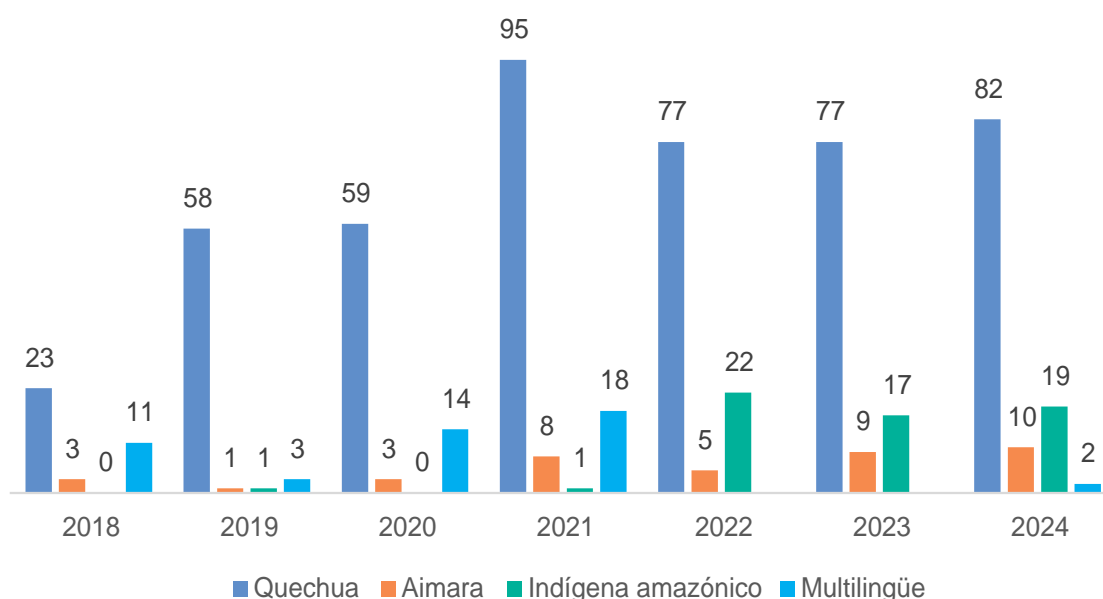
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP

De manera complementaria, cabe señalar que la variada oferta y el creciente uso de los dispositivos para la lectura de libros electrónicos en los últimos años han impulsado que las editoriales apuesten también por las versiones digitales de sus títulos impresos. Según datos de la *Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (Enapres)* del INEI para el periodo 2019-2024, la adquisición de libros digitales por parte de la población de 14 a más años pasó del 20,0 % al 27,3 %. Sin embargo, este incremento es sostenido desde 2016, cuando alcanzaba el 15,5 %. Aunque la normativa estableció recién en 2021 la obligación de registrar títulos digitales, ello no significa que estos no se publicaran en años anteriores ni que carecieran de un mercado activo. Si se tienen en cuenta las cifras del *Estudio diagnóstico del sector editorial del Perú* (Cerlalc, Cámara Peruana del Libro, 2017), las obras registradas en formato digital con ISBN pasaron de representar el 0,8 % en el año 2000 al 1,2 % en 2010 y al 13,7 % en 2016. En ese periodo, el ritmo de crecimiento del registro editorial peruano es inferior al promedio registrado en América Latina, que para esos mismos años aumentó en 2, 9 y 22 puntos porcentuales, respectivamente. Al año 2016, el Perú representaba el 3,4 % de la oferta total de títulos en América Latina (Cerlalc, Cámara Peruana del Libro, 2017).

En la producción editorial peruana han primado históricamente los títulos en español, que en el periodo analizado representan entre el 94,3 % y el 95,6 %. En contraste, los títulos en lengua extranjera alcanzan en promedio el 3,8 %. Aunque los títulos en lengua originaria representan solo el 0,8 % —con 459 obras—, es importante destacar su aumento a partir de 2019, especialmente aquellos escritos en quechua, cuya producción alcanzó su punto más alto en 2021. Asimismo, desde 2022, se registran publicaciones en lenguas amazónicas, con 22 títulos ese año y 60 títulos para el periodo analizado.

**Figura 9**

Perú: número de títulos con registro ISBN en lengua originaria (2018-2024)

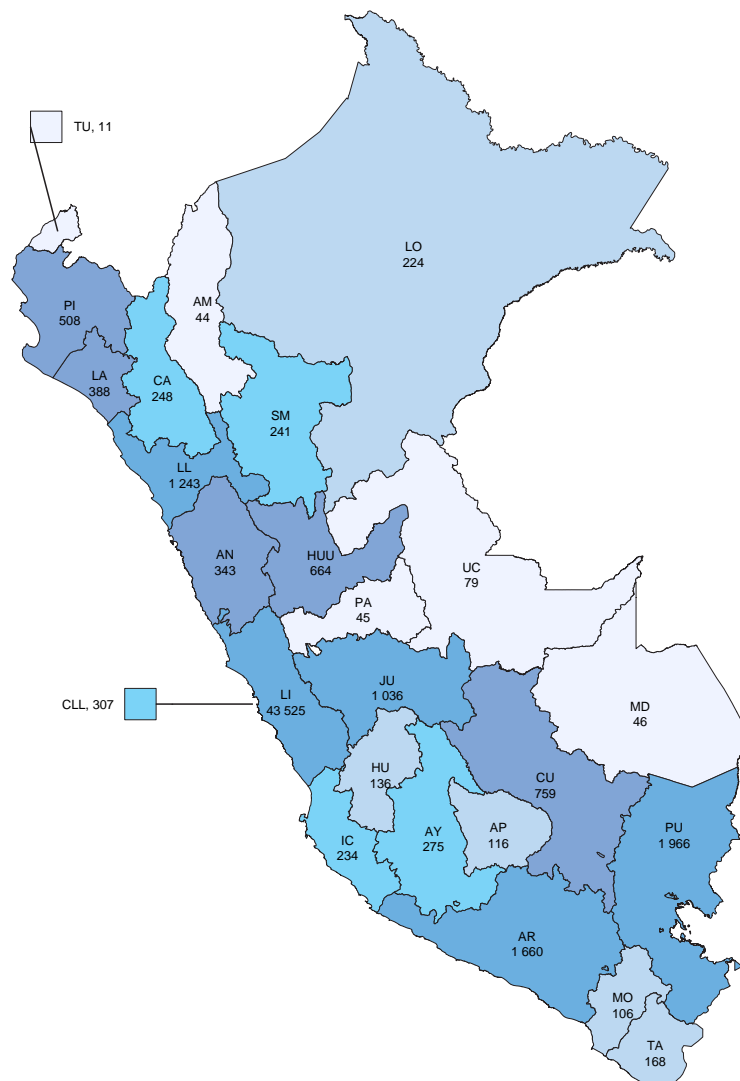


**Nota.** Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP. La categoría multilingüe incluye publicaciones en más de un idioma, específicamente en más de una lengua originaria.

Con respecto a la distribución por departamento de edición, durante el periodo analizado se observa el predominio de la capital en la producción editorial. Según los registros de ISBN, se contabilizaron 43 525 títulos, lo que representa el 80,0 % del total nacional en dicho registro y refleja su máxima concentración en 2019, con 6829 títulos (83,7 %). De acuerdo con los registros de Depósito Legal, entre 2018 y 2024 se contabilizaron 64 332 títulos, lo que representa el 78,38 % del total nacional en dicho registro y alcanza su punto más alto en 2019, con 14 017 títulos (80,8 %). En ambos registros se aprecia un descenso vinculado a la pandemia de la COVID-19, seguido de una progresiva recuperación. En el caso del registro de ISBN, aunque durante 2020 se contabilizó una menor cantidad de títulos en la capital (4567), en los últimos dos años se observa una leve disminución en la concentración de la producción editorial en Lima, que llegó al 77,7 % en 2024.

**Figura 10**

Perú: número de títulos con registro ISBN según departamento de edición (2018-2024)

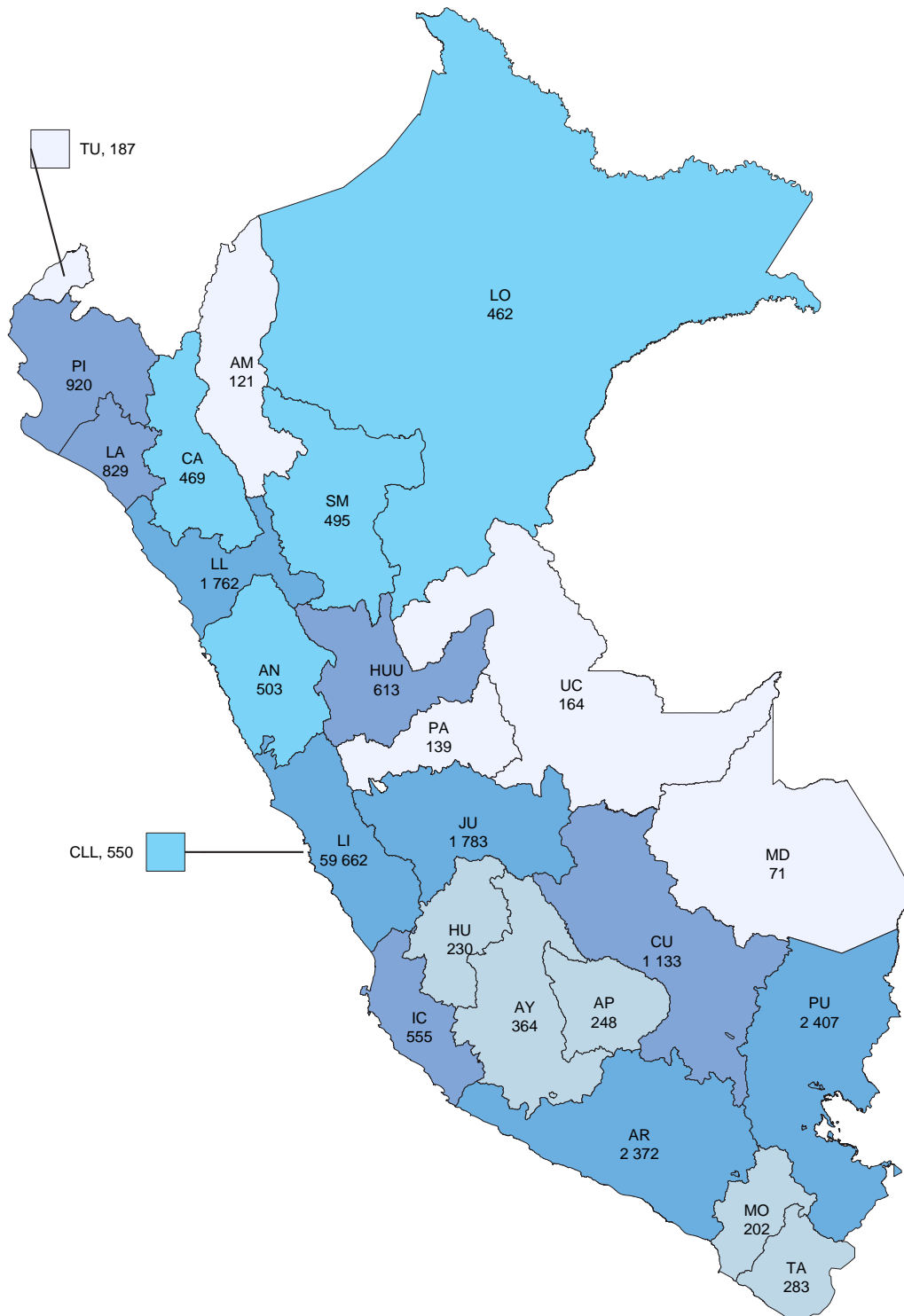


**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.



Figura 11

Perú: número de títulos con certificado de Depósito Legal según departamento de edición (2018-2024)

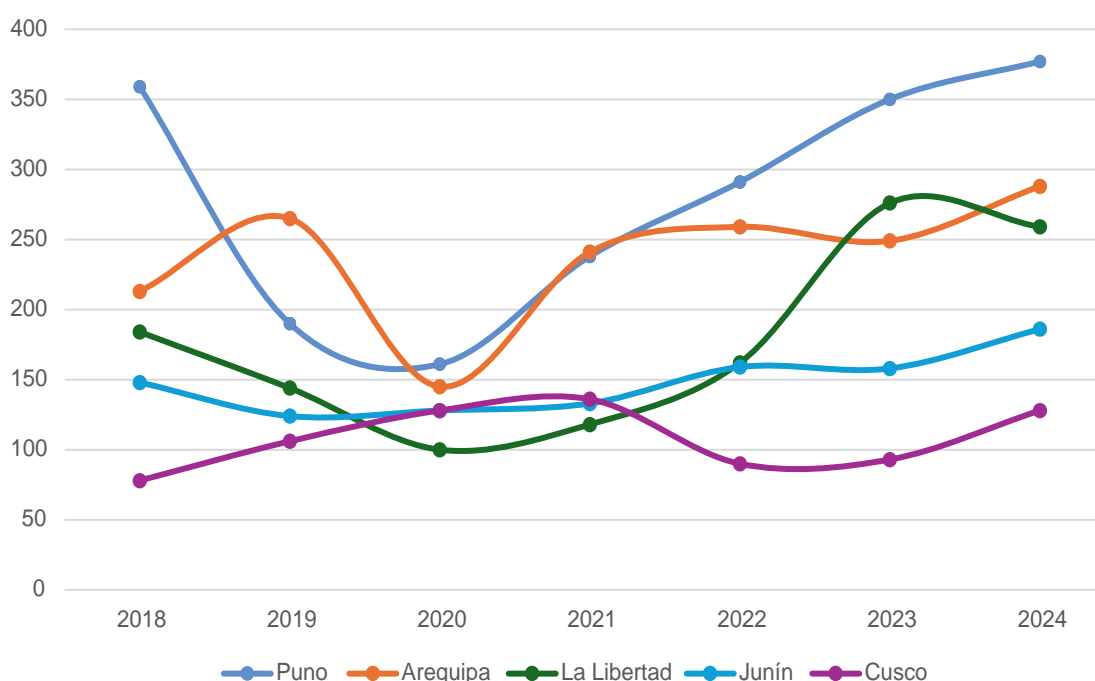


Nota. Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Además de Lima, es importante analizar la producción de otros departamentos que vienen desarrollando una industria editorial más dinámica y significativa en el país. Cuatro de ellos registraron más de 1000 títulos con registro ISBN entre 2018 y 2024: Puno (1966), Arequipa (1660), La Libertad (1243) y Junín (1036). En el caso de Puno, destacan dos aspectos. A partir de 2012 se registra un incremento en la cantidad de publicaciones (BP, 2021), por lo que resulta llamativa la caída de 2018 a 2019, con 169 títulos menos. No obstante, a partir de 2021, la región muestra un crecimiento sostenido en su producción editorial, con un aumento del 134,1 % entre 2020 (161 títulos) y 2024 (377 títulos).

**Figura 12**

Perú: número de títulos con registro ISBN según departamentos seleccionados (2018-2024)

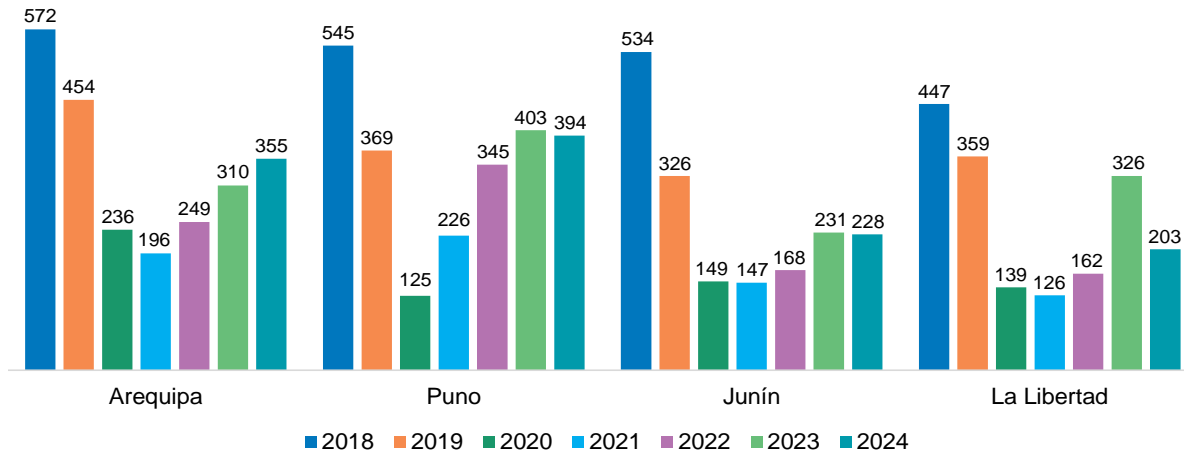


**Nota.** Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En el caso del Depósito Legal, se observa que departamentos como Arequipa y Puno presentan un comportamiento similar, lo que evidencia una constante actividad editorial en la zona sur del país. Se puede afirmar que todos los departamentos han experimentado un descenso sostenido sin lograr alcanzar los valores de 2018, con excepción de Apurímac, Huancavelica y Huánuco. Por su parte, en los últimos tres años, Arequipa, Junín, La Libertad, Cusco y Puno han registrado un crecimiento moderado, aunque con altibajos, lo que se refleja en los datos de la *Enapres* referidos al porcentaje de la población mayor de 14 años a más que adquirió libros impresos en cuatro de esos departamentos para el año 2023: Arequipa (40,2 %), Junín (30,5 %), Cusco (27,5 %) y Puno (26,5 %). En el caso de La Libertad, aunque es la cuarta región con mayor cantidad de publicaciones, esta posición no se refleja en la adquisición de libros impresos (14,9 %).

Figura 13

Perú: número de títulos con certificado de Depósito Legal emitidos según departamentos seleccionados (2018-2024)



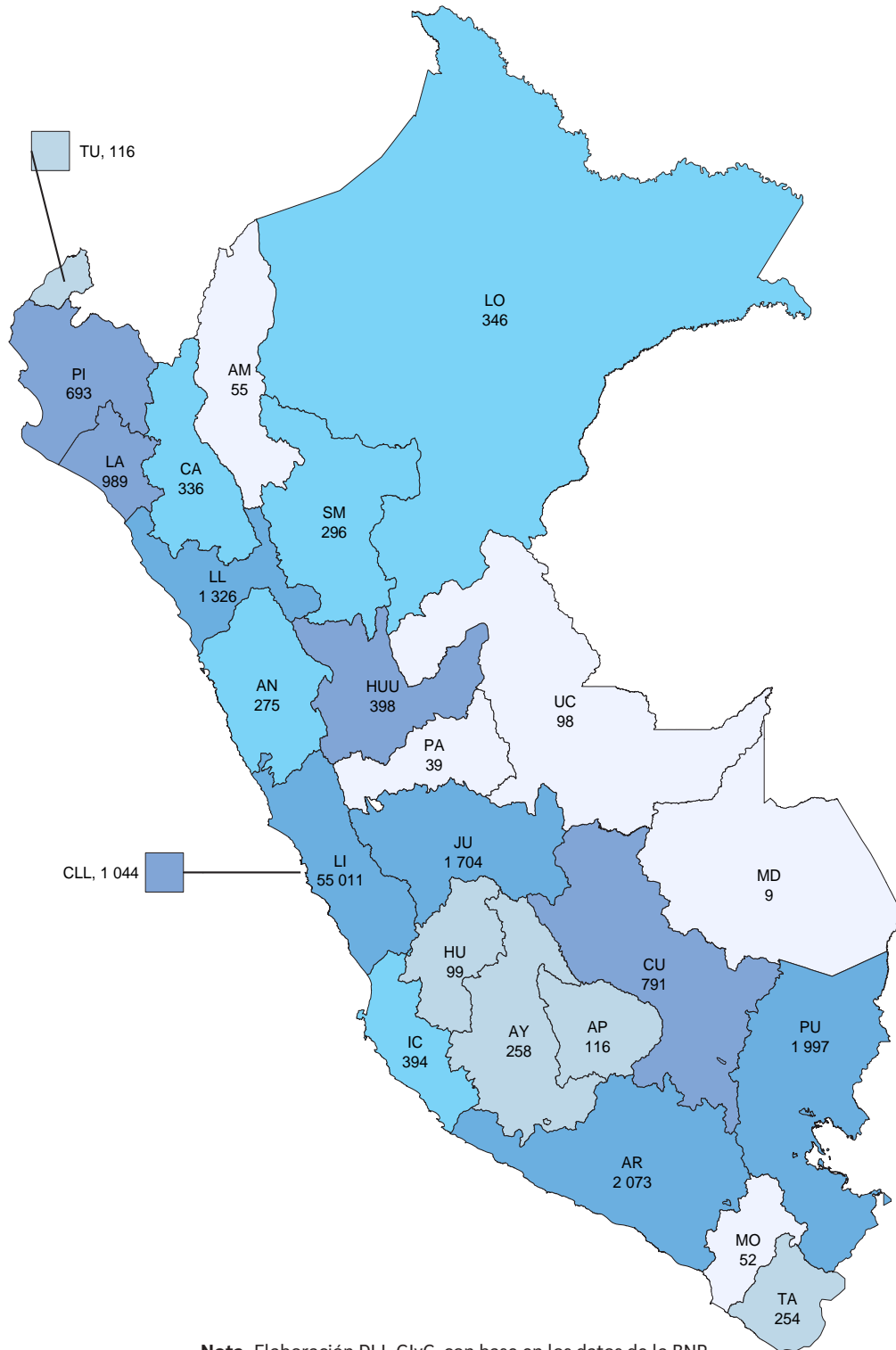
Nota. Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Según el departamento de impresión, también se aprecia el fenómeno de la centralización en la capital. En el registro de Depósito Legal, se contabilizaron 55 011 títulos impresos en Lima durante el periodo 2018-2024. Después de Lima, los departamentos de Puno, Arequipa, Junín y La Libertad son los que cuentan con más títulos impresos. A ellos se suma el Callao en quinto lugar, aunque en los datos por departamento de edición no tuvo una presencia destacada, lo que significa que 494 títulos editados en otros departamentos fueron impresos allí. Pasco, sin embargo, es un caso que llama la atención, pues entre 2022 y 2024 registró solo dos títulos impresos con Depósito Legal. De manera similar, en Madre de Dios no se registró ningún título impreso durante tres años. Estos datos evidencian la escasa descentralización de la industria editorial. Como señala Osmar Gonzales (2023):

La constitución de una industria editorial nacional implica que en cada una de las regiones del Perú debe generarse un importante dinamismo del mundo de lo impreso hasta convertirse en pieza importante del campo cultural nacional, que es lo que está muy lejos de haberse logrado (p. 13).

**Figura 14**

Perú: número de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos según departamento de impresión (2018-2024)

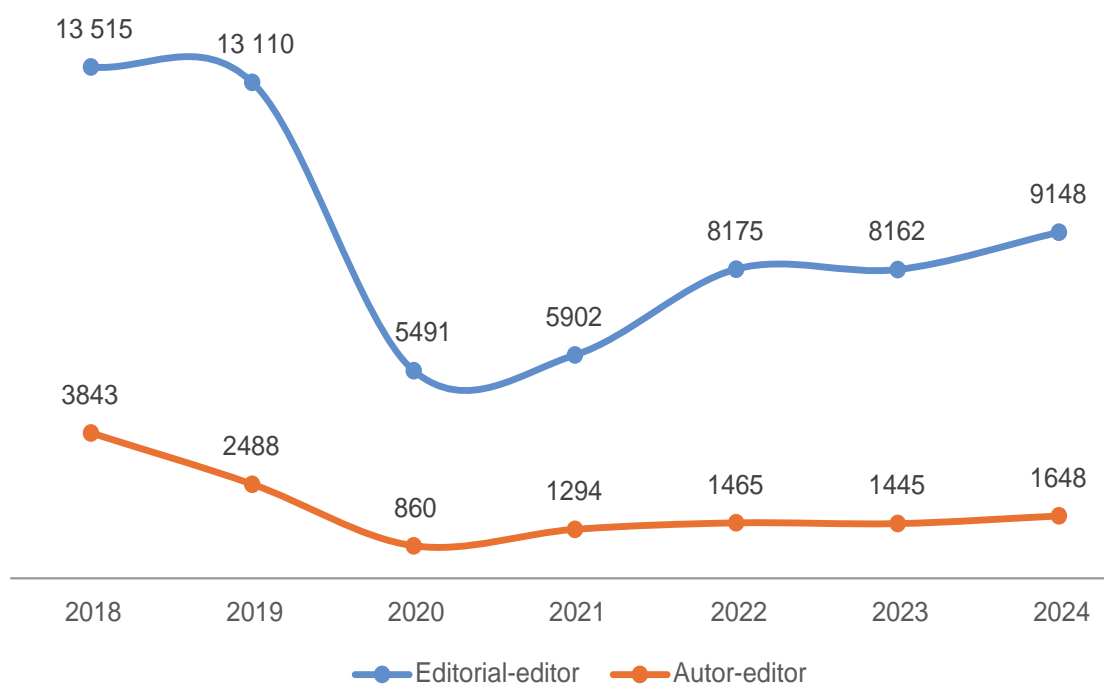


**Nota.** Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Según el agente editor, se aprecia el predominio del tipo editorial en el periodo analizado. El ISBN registra un total de 36 241 títulos, con el 66,7 %, mientras que el Depósito Legal contabiliza 63 503 títulos, con el 83,0 %, agrupando los diferentes tipos de editoriales. En ambos casos, este agente concentra los mayores porcentajes a lo largo del tiempo. Debido a la pandemia de la COVID-19, la actividad de todos los tipos de agentes disminuyó. En el caso de las empresas editoriales, el comportamiento registrado en el Depósito Legal es ilustrativo: en 2018 se contabilizaron 13 515 títulos, cifra que se redujo drásticamente a casi la tercera parte en 2020 (5491), aunque se recuperó entre 2021 y 2022 (5902 y 8175 títulos, respectivamente), hasta alcanzar los 9148 títulos en 2024.

**Figura 15**

Perú: número de títulos con certificado de Depósito Legal según tipo de agente (2018-2024)

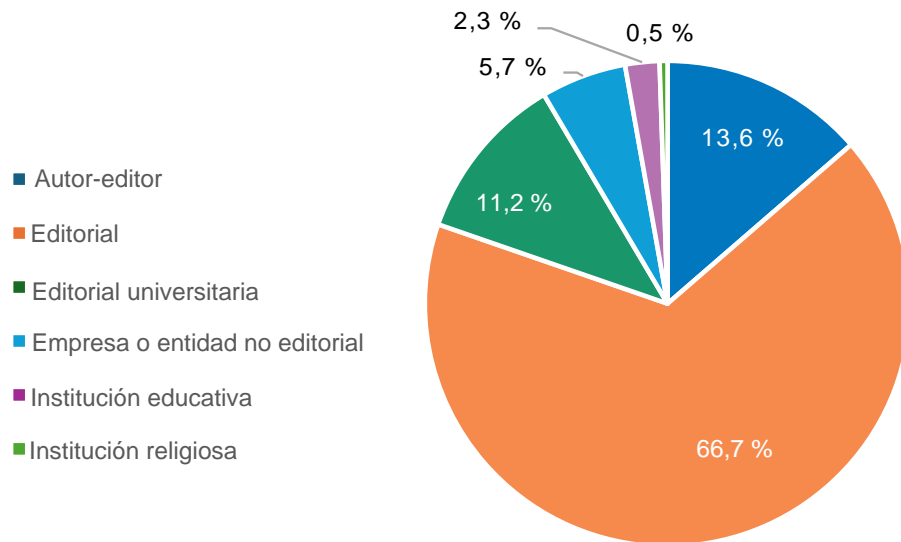


**Nota.** Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En el registro ISBN, se observan otros tipos de agentes editores, como las editoriales universitarias, con una producción de 6808 títulos (11,2 %) en el periodo analizado, seguidas de las empresas u otras entidades no editoriales, con 3095 títulos (5,7 %). Por su parte, en este panorama se evidencia la presencia del autor-editor entre 2018 y 2024. Tanto el ISBN como el Depósito Legal registran cifras relevantes: 7418 (13,6 %) y 13 043 (17,0 %), respectivamente. Ambos muestran una tendencia afectada por la llegada de la pandemia y continúan en proceso de recuperación.

**Figura 16**

Perú: porcentaje total de títulos con registro ISBN según tipo de agente (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Este breve panorama de la producción editorial puede resumirse de la siguiente manera. El periodo 2018-2024 representa una fase de progresiva consolidación para la producción editorial en el Perú y da continuidad a las tendencias identificadas en el primer capítulo de este informe (2008-2017), en el que predomina el aumento de títulos con registro ISBN. Asimismo, debe mencionarse la caída significativa registrada en 2020 como consecuencia de la pandemia de la COVID-19. Según lo señalado por la publicación de la BNP (2021), al siguiente año inició la recuperación del sector editorial y un aumento sostenido, en coherencia con lo observado en el periodo anterior, cuando el número de títulos con ISBN creció en 28,0 % entre 2008 y 2017.

En esta perspectiva, también debe destacarse la gran concentración de Lima, que registra el mayor número de títulos por departamento de edición e impresión, en una proporción muy superior a la de los demás departamentos mencionados. Este hecho reafirma su protagonismo histórico en la producción editorial del país. Por último, en cuanto al tipo de agente editor, destacan de manera transversal las empresas editoriales y los autores-editores. Esto evidencia que, a pesar de las dificultades, las actividades económicas vinculadas al ámbito editorial han tenido continuidad. Si bien era esperable que las empresas editoriales ocuparan un papel predominante, la creciente presencia del autor-editor contribuye a los temas que se abordarán en las siguientes secciones.

## 2.2. El sujeto autor-editor

Como se subrayó en el primer capítulo, el modelo tradicional de edición ha visto surgir un modelo competidor, con una dinámica y características propias, que promueve un cambio en el proceso editorial y se perfila como un nuevo paradigma. La autopublicación, impulsada principalmente por el entorno digital, comprende al autor que se edita a sí mismo y que también financia, comercializa y difunde su publicación; es decir, el autor asume la responsabilidad de todo el proceso editorial, que abarca la escritura del manuscrito, la corrección, la diagramación, el diseño de portada e interiores, la promoción, el precio y la venta de la obra en cualquiera de sus formatos.

Para delimitar el fenómeno de la autopublicación en el país, la apreciación de Carlos Vela resulta esclarecedora: «[...] en la práctica, un autor-editor es quien da su nombre para respaldar la publicación de un título de manera personal. Sin embargo, no siempre se encarga de todo el proceso de edición y producción del mismo. Hay muchos autores-editores que acuden a un editor profesional para que se encargue de pulir o corregir sus textos, pero lo publican bajo su propio nombre, no bajo el nombre de un sello o de un tercero»<sup>24</sup>.

Lizbeth Alvarado señala que la autopublicación no debe ser mal vista en el ecosistema del libro y la lectura, y lo que se cuestiona es por qué las personas deciden publicar libros: «Hay muchas personas que no encuentran los espacios para publicar en la parte formal, como una editorial. Cuando pregunto, dicen sí, quiero escribir algo y quiero verlo hecho libro, no importa si no lo vendo. Se utiliza el libro como una especie de reafirmamiento personal. La autopublicación nace en esta onda de las personas de querer encontrar espacios para tener una voz»<sup>25</sup>. A su vez, Carlos Vela sostiene que «la autopublicación cubre un vacío que no cubren las editoriales, sea por conveniencia, recursos o tiempos. Además, permite que existan textos contraculturales que nadie quiere publicar por ser incómodos política o económicamente. Y está bien que existan: generan debate, ciudadanía informada. Ese es el valor que veo en la autopublicación»<sup>26</sup>.

Respecto al agente autor-editor, el registro ISBN revela su creciente relevancia en el ecosistema del libro peruano. Entre 2018 y 2024, este agente representó el 49,4 %, mientras que la editorial, el 31,8 %. Esta diferencia significativa de 17,6 % ilustra el avance de este modelo editorial frente al tradicional. Al mismo tiempo, refleja un hecho social de la época, resultado de las transformaciones impulsadas por el uso masivo de las nuevas tecnologías. Alvarado lo explica así: «Uno puede publicar un libro mañana mismo, sin un trabajo editorial, da igual porque la imprenta me va a aceptar la publicación y también me van a dar el ISBN y el Depósito Legal. Entonces, no es necesario pasar por una editorial para publicar un texto. Es como tener una cuenta en redes sociales»<sup>27</sup>.

---

24 Comunicación personal, 26 de agosto de 2025.

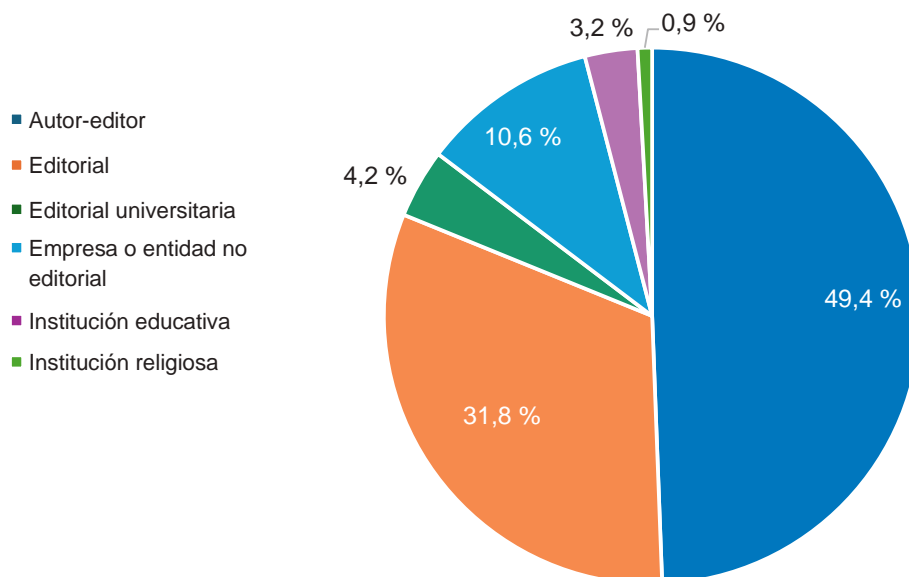
25 Comunicación personal, 21 de agosto de 2025.

26 Comunicación personal, 26 de agosto de 2025.

27 Comunicación personal, 21 de agosto de 2025.

Figura 17

Perú: porcentaje total de editores registrados en el ISBN según agente editor (2018-2024)



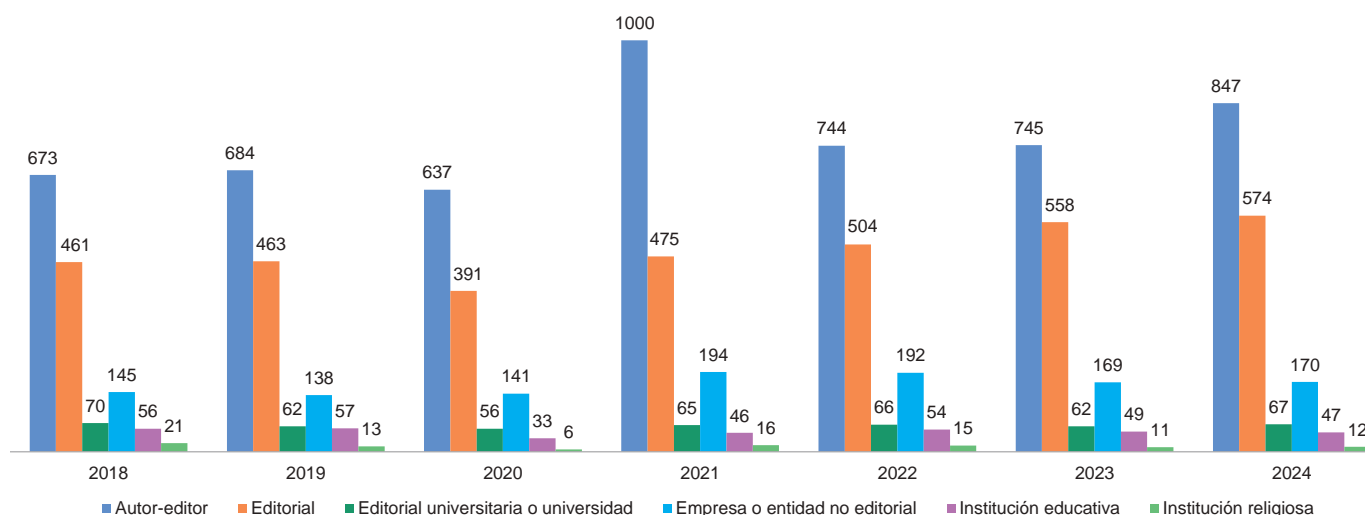
Nota. Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En el periodo 2018-2024, el número de autores-editores registrados aumentó de 673 a 847, con un pico de 1000 en 2021. Esta evolución representa un incremento del 25,9 %, aunque con fluctuaciones significativas que reflejan el impacto de la pandemia y la posterior recuperación del sector. En términos comparativos, los autores-editores constituyen el grupo más numeroso de agentes editoriales (847), mientras que el número de editoriales tradicionales creció de 461 a 574 y las empresas no editoriales pasaron de 145 a 170. Este crecimiento sugiere que la autopublicación se consolida como una vía accesible para la producción editorial, acorde con las tendencias de democratización señaladas por Kawasaki y Welch (2013).



**Figura 18**

Perú: número de editores registrados según tipo de agente editor (2018-2024)

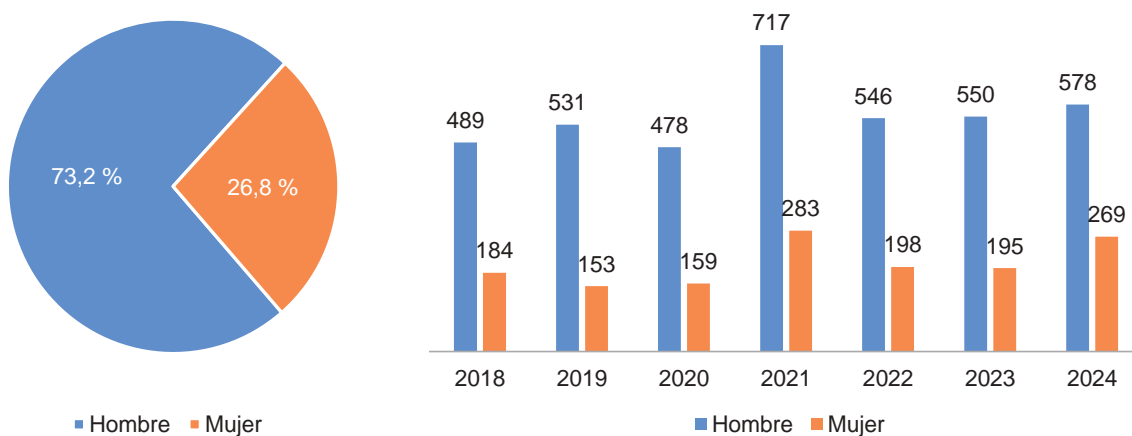


**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En cuanto a la distribución del número de autores-editores con registro ISBN según el sexo, durante el periodo 2018-2024 se observa una preponderancia masculina (73,2 %) frente a la femenina (26,8 %). En este mismo periodo, el número de autoras-editoras aumentó de 184 a 269, con un pico de 283 en 2021. La brecha con los hombres es considerable si se tiene en cuenta que el número de autores-editores creció de 489 a 578, con un máximo de 717 en 2021, durante la pandemia de la COVID-19.

**Figura 19**

Perú: porcentaje total y número de autores-editores que publicaron título(s) con registro ISBN según sexo (2018-2024)

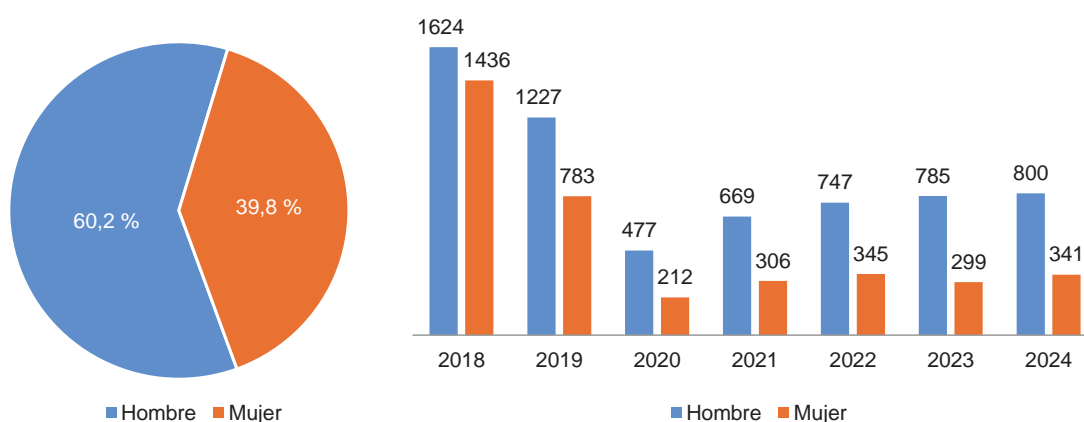


**Nota.** Elaboración DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

De manera similar al caso del ISBN, la diferencia en el número de autores y autoras registrados con Depósito Legal favorece ampliamente a los hombres. El único año en que la brecha se acorta es en 2018, cuando se registraron 1624 hombres y 1436 mujeres, que representan el 53,1 % y el 46,9 %, respectivamente. Sin embargo, a lo largo del periodo estudiado, esta diferencia se amplía, llegando incluso a superar el 40 %, como ocurrió en 2023.

**Figura 20**

Perú: porcentaje total y número de autores-editores que publicaron títulos con certificados de Depósito Legal emitidos según sexo, 2018-2024



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en datos de la BNP.

## 2.3. La producción de la autopublicación

### 2.3.1. Análisis de la autopublicación según el ISBN

Como señala el Cerlalc (2018), dada la enorme complejidad del fenómeno de la autopublicación, «es sumamente difícil tener cifras exactas que reflejen la realidad en el ámbito de la autopublicación y sus efectos» (p. 21). De todos modos, para analizar su evolución en América Latina, el ISBN sigue siendo el registro más utilizado, ya que brinda información detallada sobre las características de la producción editorial de cada país. Al respecto, José Diego González comenta que desde el Cerlalc se han impulsado acciones con las agencias de ISBN de América Latina para estandarizar los procesos de registro: «Hemos tratado que las agencias clasifiquen puntualmente como autor-editor solo a aquel autor que a su vez figura como editor. Porque ¿qué pasa con en el registro de ISBN? Que muchas personas no formalizan, no tienen una empresa legalmente constituida, dedicada a la edición y bien pueden estar funcionando propiamente como una editorial. Y uno se encuentra en los registros de ISBN que en el campo de editor figura una persona natural, pero no es la misma persona que funge como autor»<sup>28</sup>. Para cuantificar las autopublicaciones con este registro, este estudio se basa únicamente en la identificación de las publicaciones realizadas por autores-editores.

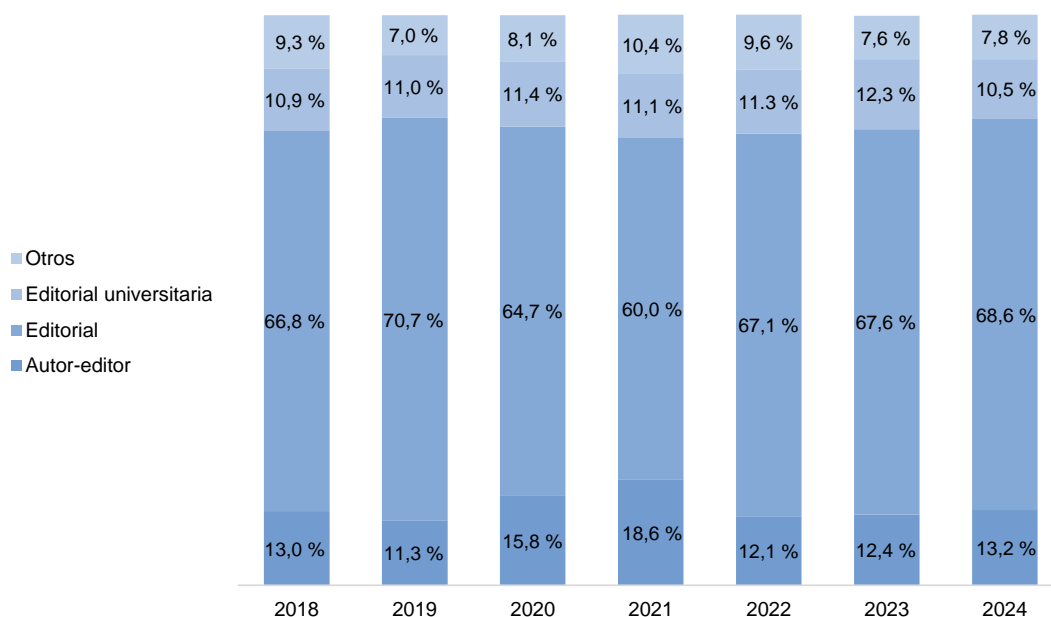
<sup>28</sup> Comunicación personal, 15 de agosto de 2025.

Este fenómeno vinculado a la edición por parte de personas naturales a diversos autores no es ajeno al caso peruano. Se ha podido advertir la presencia de este tipo de agentes, aunque no se los ha podido cuantificar, puesto que no tienen una categoría asignada y suelen estar dentro del grupo de agentes editores (persona jurídica).

Según estudios que analizaron la producción autopublicada en periodos anteriores (Cerlalc, 2018; BNP, 2021), se registraron crecimientos exponenciales en la autopublicación, lo que evidencia la necesidad de continuar y actualizar el análisis de la producción editorial de estos agentes. Respecto a la producción total según el tipo de agente editor en el periodo 2018-2024, los autores-editores representaron el 13,8 % de los títulos con ISBN y mantuvieron una participación que osciló entre el 13,0 % y el 18,6 % de los títulos publicados, alcanzando su punto máximo en 2021. Esta proporción, aunque minoritaria frente a las editoriales tradicionales, que concentran más del 65,0 % del mercado, constituye un avance sustancial respecto al año 2008, cuando la autopublicación representaba solo el 4,8 % del total nacional.

**Figura 21**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN según tipo de agente editor (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

La evolución anual de los títulos autopublicados revela un patrón marcado por la crisis sanitaria y su posterior recuperación. Entre 2018 y 2019, la producción se mantuvo estable, con 924 y 920 títulos, respectivamente, mostrando una ligera contracción del 0,4 %. En 2020, esta tendencia decreciente continuó, aunque de forma poco significativa, con 901 títulos (-2,1 %). Esto demuestra que los autores-editores mantuvieron su

actividad durante el primer año de la pandemia con mayor resiliencia que otros agentes editoriales, considerando la disminución del 30,2 % en la producción editorial general de ese año.

El año 2021 marcó un punto de inflexión importante, con 1464 títulos autopublicados, lo que representó un crecimiento del 62,5 %. Este repunte de la autopublicación puede atribuirse a varios factores: la digitalización acelerada por la pandemia, el mayor tiempo disponible durante las cuarentenas, la búsqueda de fuentes alternativas de ingresos, entre otros. Sin embargo, este incremento fue seguido por una disminución del 31,6 % en 2022, cuando la producción cayó a 1002 títulos, lo que sugiere que el pico de 2021 respondió más a factores coyunturales que a un cambio estructural sostenible.

Durante los años 2023 y 2024, se observa una recuperación gradual de la autopublicación, con 1035 y 1172 títulos, respectivamente; lo que representa crecimientos del 3,3 % y 13,2 %. Esta estabilización, con cifras superiores a las previas a la pandemia, indica que la autopublicación ha consolidado su presencia en el mercado editorial peruano.

**Tabla 3**

Perú: número de títulos con registro ISBN de autor-editor (2018-2024)

Títulos	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Total</b>	924	920	901	1464	1002	1035	1172
<b>Variación porcentual</b>	-	-0,4 %	-2,1 %	62,5 %	-31,6 %	3,3 %	13,2 %

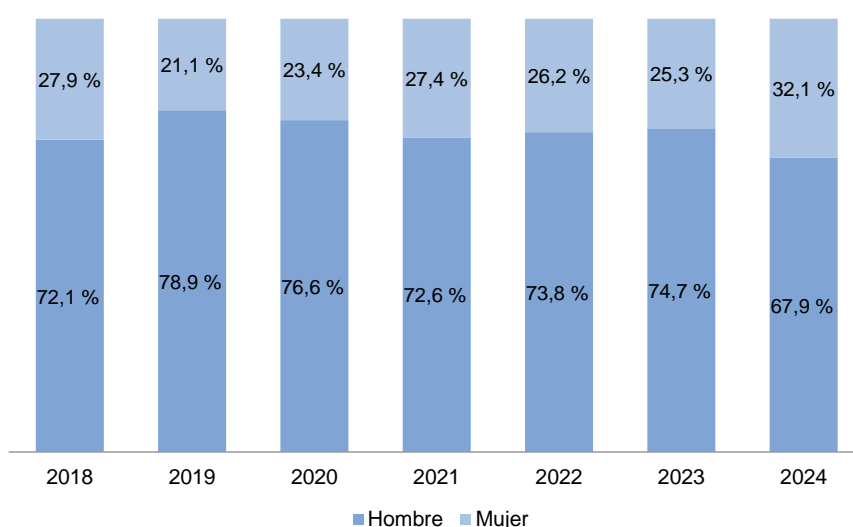
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

El registro ISBN recoge información diversa sobre las características de los títulos publicados, como se presentó anteriormente y se detallará más adelante. No obstante, un dato que no se registra es el sexo del editor de la publicación. Si bien en el caso de personas jurídicas esta información no aplica, resulta interesante en el caso de los autores-editores para identificar posibles brechas y particularidades. Se observa el predominio de autores-editores hombres, con el 73,8 % de los títulos publicados en este periodo. Sin embargo, como se muestra en la siguiente figura, las publicaciones realizadas por autoras-editoras han aumentado, alcanzando el 32,1 % en 2024. Aunque actualmente no es posible comparar estos datos con los de otros países de la región, para José Diego González es llamativa la gran brecha observada en el caso peruano frente a los resultados de encuestas de comportamiento lector, en las que las mujeres practican y se vinculan más con la lectura de libros que los hombres. Esto refleja las «condiciones socioculturales, económicas, que afectan y determinan condiciones muy distintas para los hombres y las mujeres, y la posibilidad de unos u otros de dedicarse o

de tener, a lo mejor, el tiempo necesario para escribir»<sup>29</sup>. En consideración a esto, Lizbeth Alvarado sostiene que las mujeres suelen ser más cautas y perfeccionistas respecto a la posibilidad de publicar un libro, por lo que, a pesar de ser quienes más leen y escriben, no siempre se animan a autopublicar, a diferencia de los hombres<sup>30</sup>.

**Figura 22**

Perú: número de títulos con registro ISBN de autor-editor, por sexo (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Respecto al tipo de soporte, se observan patrones distintivos en las preferencias de los autores-editores. El soporte impreso fue el más utilizado a lo largo del periodo, aunque con variaciones significativas. En 2018, el 94,9 % de las autopublicaciones fueron impresas (877 títulos), frente a solo un 5,1 % digitales (47 títulos). Esta proporción cambió drásticamente durante la pandemia.

De manera similar a lo observado en la producción editorial general, el año 2020 marcó un hito en la adopción del formato digital, alcanzando el 36,6 % de la producción autopublicada (330 títulos digitales frente a 571 impresos). Esta proporción se mantuvo elevada en 2021, con un 31,1 % (456 títulos digitales), coincidiendo con el aumento general de la autopublicación. A partir de 2022, se observa un retorno gradual al formato impreso, estabilizándose en 76,5 % y 79,2 % entre 2022 y 2023. No obstante, el formato digital mantiene una presencia superior al 20,8 %, muy por encima del 5,1 % y 7,0 %

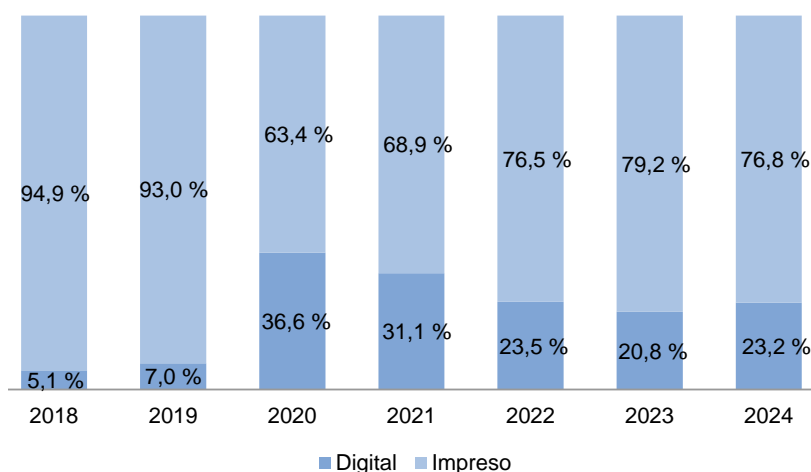
29 Comunicación personal, 15 de agosto de 2025.

30 Comunicación personal, 25 de agosto de 2025.

registrados antes de la pandemia. Este nuevo equilibrio indica que la digitalización, aunque parcialmente revertida, ha dejado una huella permanente en las prácticas de autopublicación en el Perú.

**Figura 23**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN de autor-editor según soporte (2018-2024)

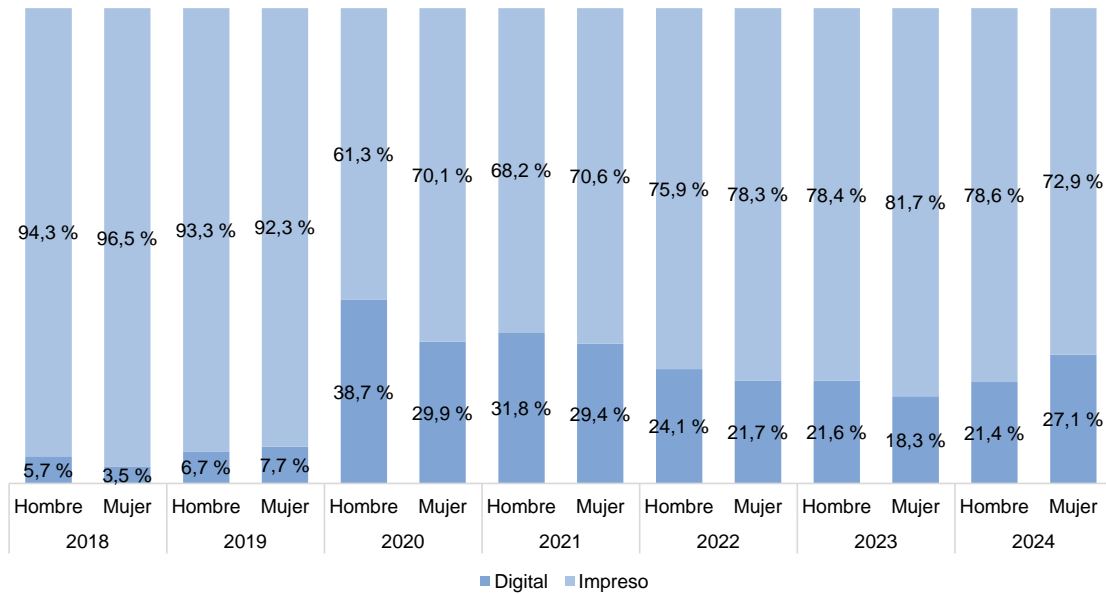


**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Respecto a la variable sexo, tanto autores-editores hombres como autoras-editoras mujeres han mostrado un aumento en la autopublicación digital. Aunque en los años se observa una mayor proporción de hombres utilizando este soporte —particularmente en los datos registrados en 2020—, en años posteriores esta diferencia tiende a disminuir. Incluso en 2024 se evidencia un importante incremento en la proporción de títulos digitales autopublicados por mujeres, alcanzando el 27 %. No obstante, es importante matizar este hallazgo considerando que el número total de títulos autopublicados por mujeres sigue siendo inferior al de los hombres en estos años: 1965 frente a 5453 títulos, respectivamente.

**Figura 24**

Perú: porcentaje de títulos con registro ISBN de autor-editor según tipo de soporte y sexo



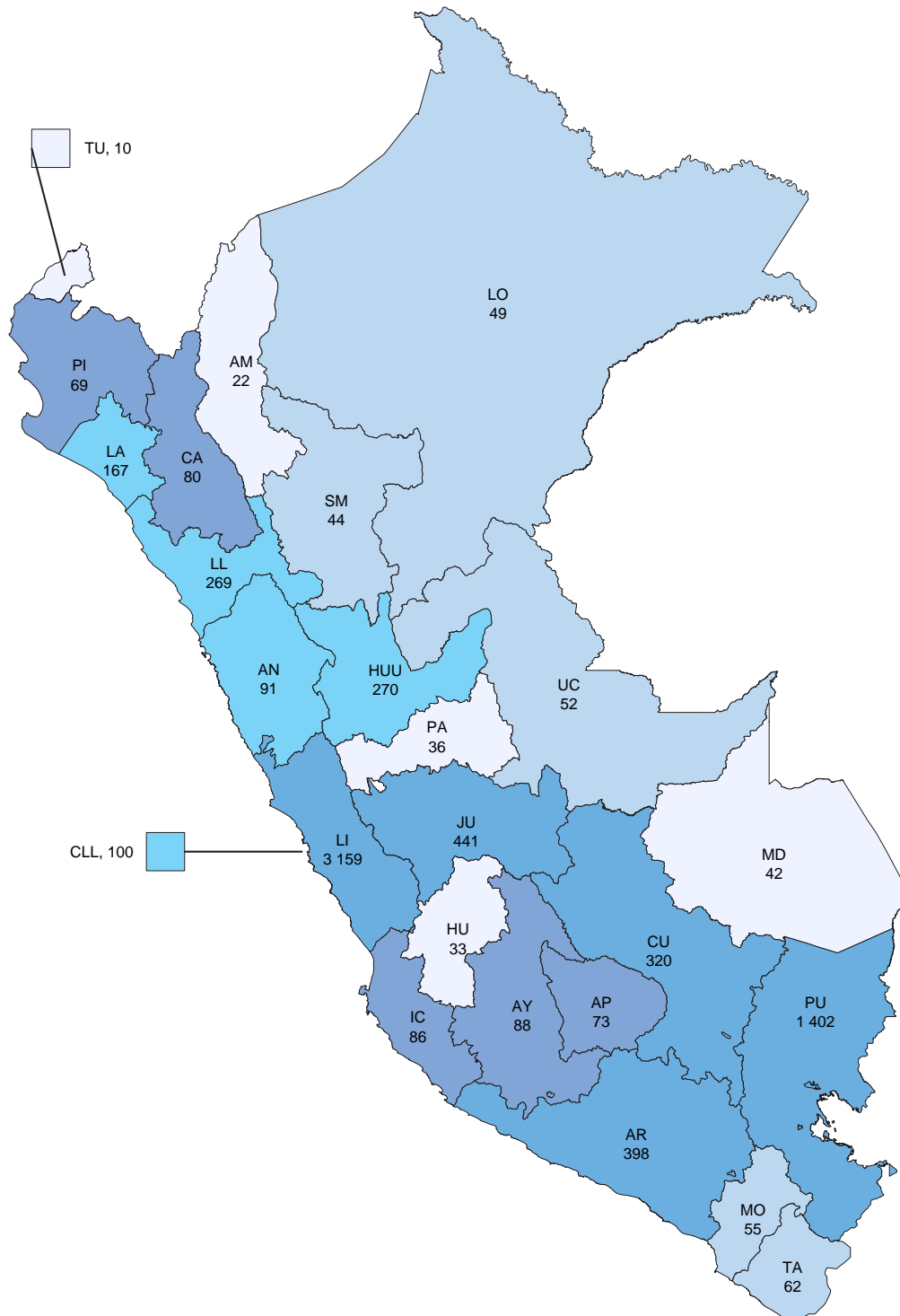
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Por su parte, la distribución territorial de la autopublicación confirma la persistente centralización en Lima, aunque con matices importantes. La capital concentró entre 346 y 639 títulos anuales, acumulando un total de 3159 títulos en este periodo, lo que representa el 42,6 % del total nacional de autopublicaciones. Si bien esta concentración es alta, resulta inferior a la de la producción editorial general, que alcanza el 80,0 % y se encuentra en retroceso respecto al periodo 2008-2017, cuando llegó al 58,8 %. Estas diferencias y tendencias sugieren que la autopublicación constituye una modalidad del sector que contribuye a la descentralización de la producción editorial en el país<sup>31</sup>. En ese sentido, destacan regiones del sur como Puno y Arequipa, que acumularon un total de 1402 (18,9 %) y 398 (5,4 %) títulos, respectivamente.

<sup>31</sup> José Diego González intuye que esto pueda ser una característica común a los países latinoamericanos: «La autopublicación también es [...] una respuesta, digamos, a cierto grado [...] de concentración del sector editorial en determinadas zonas, en los principales centros urbanos, cuando no en la capital de nuestros países». Comunicación personal, 15 de agosto de 2025.

**Figura 25**

Perú: número de títulos con registro ISBN de autor-editor según departamento de edición (2018-2024)



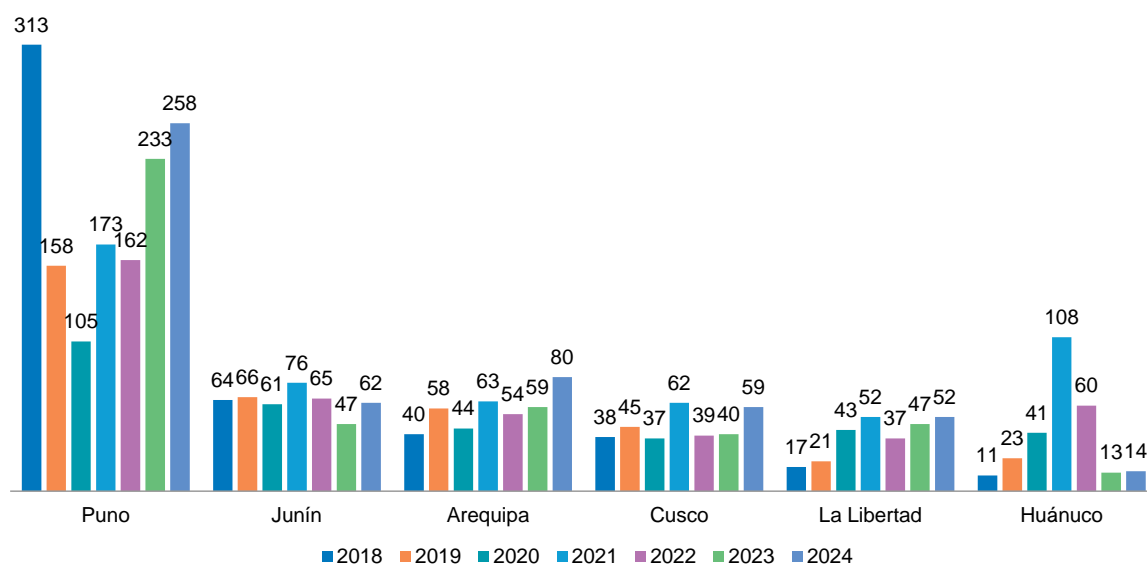
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.



En efecto, Puno emerge como el segundo polo más importante de autopublicación, con una producción que osciló entre 105 y 313 títulos anuales. Este departamento muestra resiliencia y constancia, manteniendo más de 150 títulos anuales desde 2021 y alcanzando 258 títulos en 2024. Esta significativa presencia en la autopublicación puede atribuirse a una tradición editorial local consolidada, ya que a nivel nacional también se posiciona como el segundo departamento con mayor producción editorial. Por su parte, Junín y Arequipa presentan un número considerable de títulos anuales; incluso, a diferencia de lo observado a nivel nacional, Junín ocupa el tercer lugar en producción de autopublicaciones. Cusco, La Libertad y Huánuco<sup>32</sup> completan el grupo de departamentos con una producción destacada. Vela comenta que la mayor cantidad de autopublicaciones en estas regiones podría estar vinculada a la presencia de universidades y al estímulo para que los profesionales titulados publiquen sus tesis<sup>33</sup>.

**Figura 26**

Perú: número de títulos con registro ISBN de autor-editor según departamentos seleccionados (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Es significativo que nueve departamentos (Amazonas, Huancavelica, Loreto, Madre de Dios, Moquegua, Pasco, San Martín, Tumbes y Ucayali) hayan producido menos de 60 títulos durante el periodo 2018-2024. Esto evidencia marcadas diferencias territoriales en el acceso a la autopublicación. Esta baja producción concentrada en la selva, tanto

<sup>32</sup> Llama la atención el importante pico de títulos autopublicados en Huánuco durante 2021, que de mantenerse hubiera significado un hito importante en la consolidación de otro polo de producción editorial. No obstante, la disminución en años siguientes evidencia que se trató probablemente de una situación coyuntural.

<sup>33</sup> Comunicación personal, 26 de agosto de 2025.

de autopublicaciones como de producción editorial en general, puede reflejar no solo diferencias en capacidad económica, sino también limitada infraestructura editorial, acceso reducido a servicios de impresión y redes de distribución.

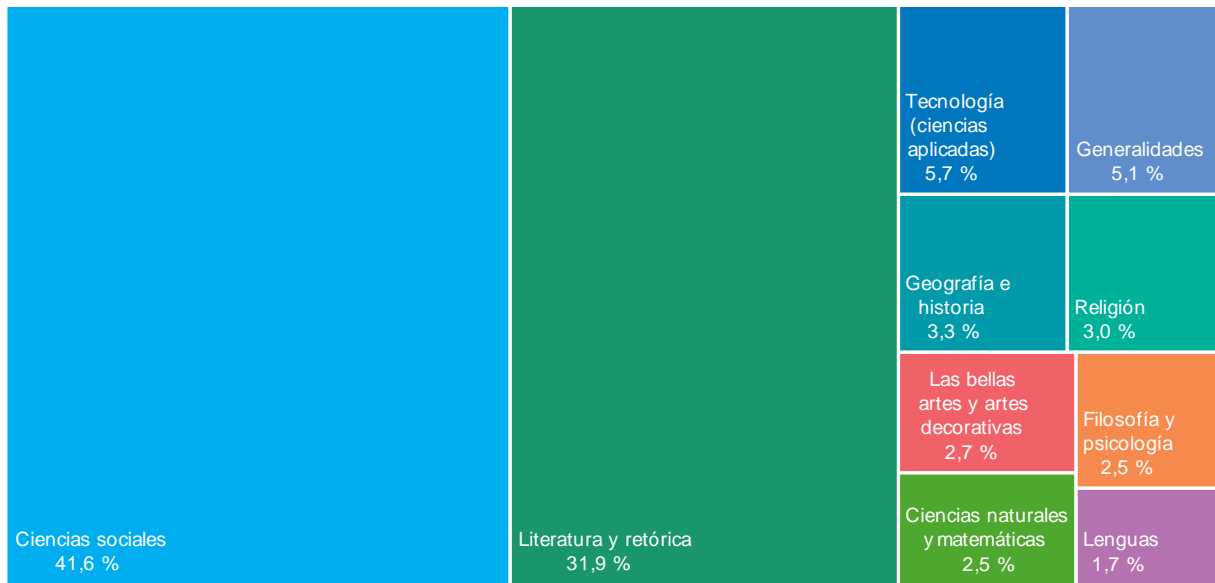
Respecto a las preferencias temáticas de los autores-editores, las ciencias sociales son las más publicadas: entre 214 y 390 títulos anuales, lo que representa el 25,8 % del total. Cabe señalar que bajo esta temática no solo se incluyen publicaciones sobre análisis social, político y cultural, sino también textos escolares de nivel inicial, primaria y secundaria, entre otros materiales educativos, lo que podría explicar la relevancia de esta área temática en el país (BNP, 2021, p. 34). Al respecto, Vela interpreta que la autopublicación de tesis universitarias por parte de profesionales titulados responde tanto a logros personales como a beneficios profesionales. El área de literatura y retórica constituye la segunda más importante, con 1504 títulos registrados en este periodo (entre 15,7 % y 23,8 % de los textos autopublicados anualmente).

En la siguiente figura se comparan los porcentajes de la producción total y la de autores-editores. Los porcentajes totales muestran que los autores-editores presentan una producción más variada. Si bien ambos gráficos indican que las ciencias sociales y la literatura y retórica constituyen los géneros más registrados, categorías como ciencias naturales y matemáticas (9,8 % frente a 3,5 %) y tecnología (13,8 % frente a 6,8 %) son producidas en mayor medida por autores-editores que por otros tipos de agentes editores.

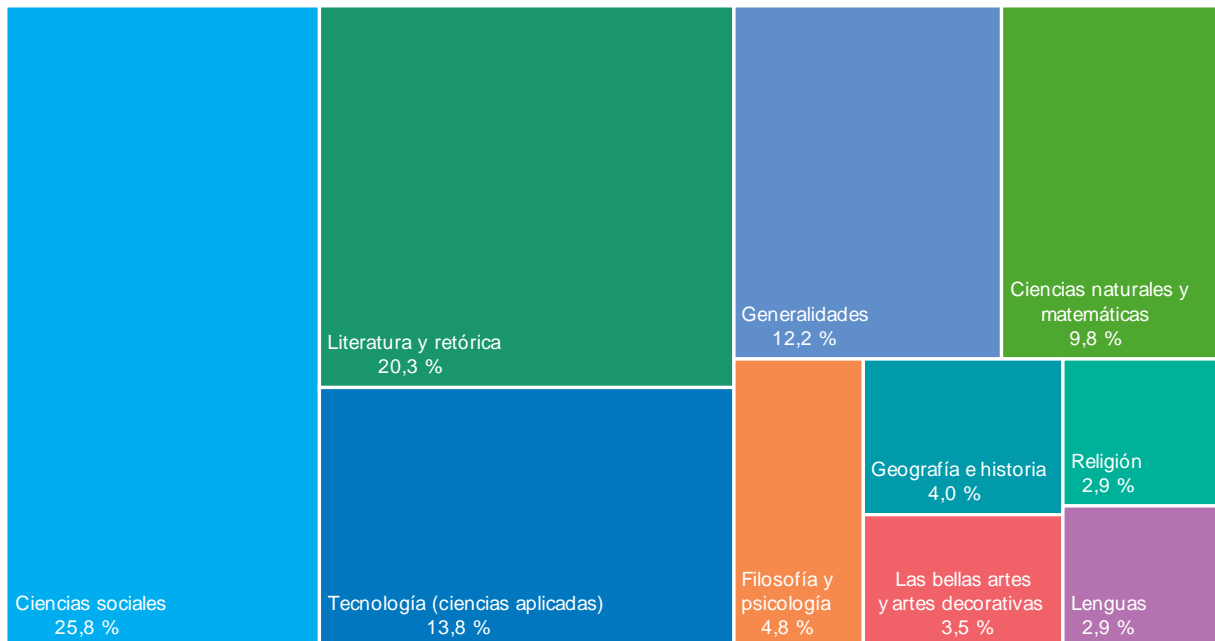
**Figura 27**

Perú: porcentaje total de títulos con registro ISBN, producción nacional y de autor-editor, según tipo de materia (2018-2024)

**a) Producción nacional**



**b) Autor-editor**



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Un aspecto notable es el crecimiento de la categoría generalidades, que pasó del 6 % en 2018 al 12 % en 2024. Este incremento, que abarca el periodo de pandemia, puede implicar la publicación de contenidos diversos, posiblemente relacionados con la coyuntura sanitaria, reflexiones generales o compilaciones temáticas. No obstante, también puede responder a cambios en la categorización temática utilizada por el ISBN o un manejo inadecuado del registro y de los metadatos. Lizbeth Alvarado, en una exploración de las bases de datos de ISBN para otro estudio, encontró disparidades y contradicciones en el llenado de la información temática de las publicaciones. Explica que, en muchos casos, quienes realizan el registro del ISBN, incluso dentro de las editoriales, no siempre poseen un conocimiento adecuado de las características del libro y de los componentes del registro: «hay [muchos casos] que ponen a cualquier persona a hacer el trámite del ISBN, y luego esta persona se queda en blanco y pone lo primero que se le ocurre o lo que le parezca lo más cercano»<sup>34</sup>. En ese sentido, resulta muy relevante y necesaria la labor realizada por el Cerlalc en la capacitación para el adecuado llenado y manejo de los registros ISBN.

### 2.3.2. Análisis de la autopublicación según el Depósito Legal

En comparación con las cifras del ISBN para títulos autopublicados, las de Depósito Legal son mayores. Esto se explica porque, a diferencia del Depósito Legal, el ISBN no constituye un trámite obligatorio, y el autor-editor podría preferir omitir este proceso por razones económicas o administrativas, o simplemente desconocerlo. Sin embargo, en el periodo estudiado, se observa una disminución de 2195 títulos con Depósito Legal, con una caída abrupta en 2020, que no ha logrado recuperar los valores iniciales hacia el final del periodo.

**Tabla 4**

Perú: número de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor (2018-2024)

Títulos	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Total</b>	3843	2488	860	1294	1465	1445	1648
<b>Variación porcentual</b>		-35,3	-65,4	50,5	13,2	-1,4	14,0

**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Si se compara el total de títulos con Depósito Legal según el tipo de soporte con los de agente autor-editor, se observa que en 2021, del total de títulos emitidos en soporte digital (502), el 47,0 % corresponde a títulos registrados por autores-editores. Conforme las editoriales fueron incorporando el registro de títulos digitales al Depósito Legal, este

34 Comunicación personal, 21 de agosto de 2025.

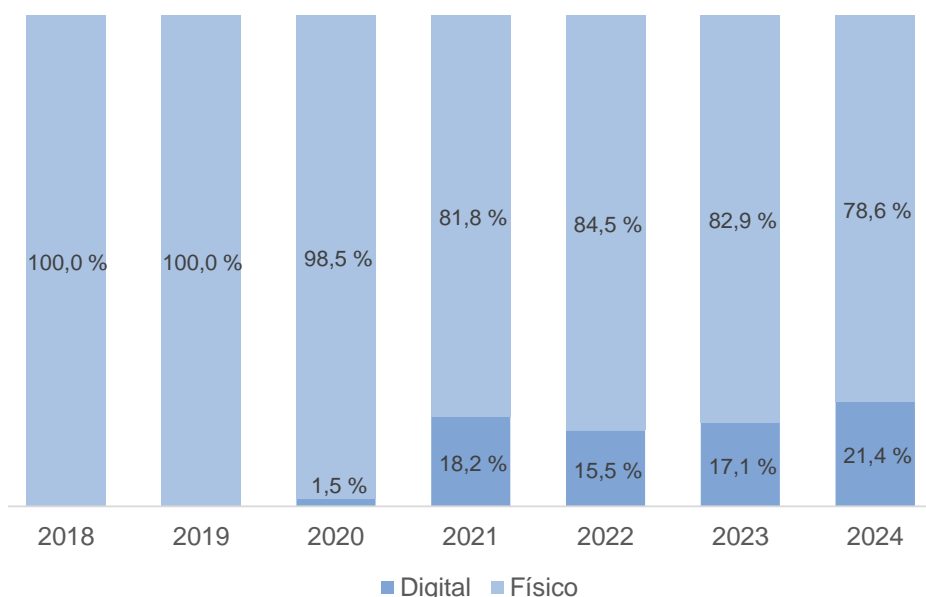
porcentaje disminuyó significativamente. En 2022, de 1998 títulos digitales registrados, apenas 227 (11,4 %) corresponden al agente autor-editor. No obstante, entre 2022 y 2024, se aprecia un crecimiento sostenido en este soporte, al pasar del 15,5 % al 21,4 %.

En el soporte impreso ocurre un fenómeno semejante a lo largo de toda la serie estudiada. En 2018, de 17 358 títulos impresos registrados, 3843 pertenecen al agente autor-editor (22,1 %). En 2021, de 6694 títulos impresos registrados, solo 1058 corresponden a este tipo de agente (15,8 %). De manera similar, en 2024, de 8423 títulos impresos registrados, 1296 pertenecen a este agente (15,4 %).

En contraste con el soporte digital, en términos porcentuales, los certificados de Depósito Legal para títulos impresos han decrecido continuamente entre 2022 y 2024, al pasar del 84,5 % al 78,6 %. Esto refleja el creciente interés de los autores-editores por el soporte digital, posiblemente debido a su versatilidad —permite modificar y actualizar contenidos, y establecer un vínculo directo con los lectores, por ejemplo, a través de comunidades digitales—, así como a razones económicas en comparación con los impresos, como la posibilidad de comercialización global mediante plataformas especializadas.

**Figura 28**

Perú: porcentaje de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según tipo de soporte (2018-2024)



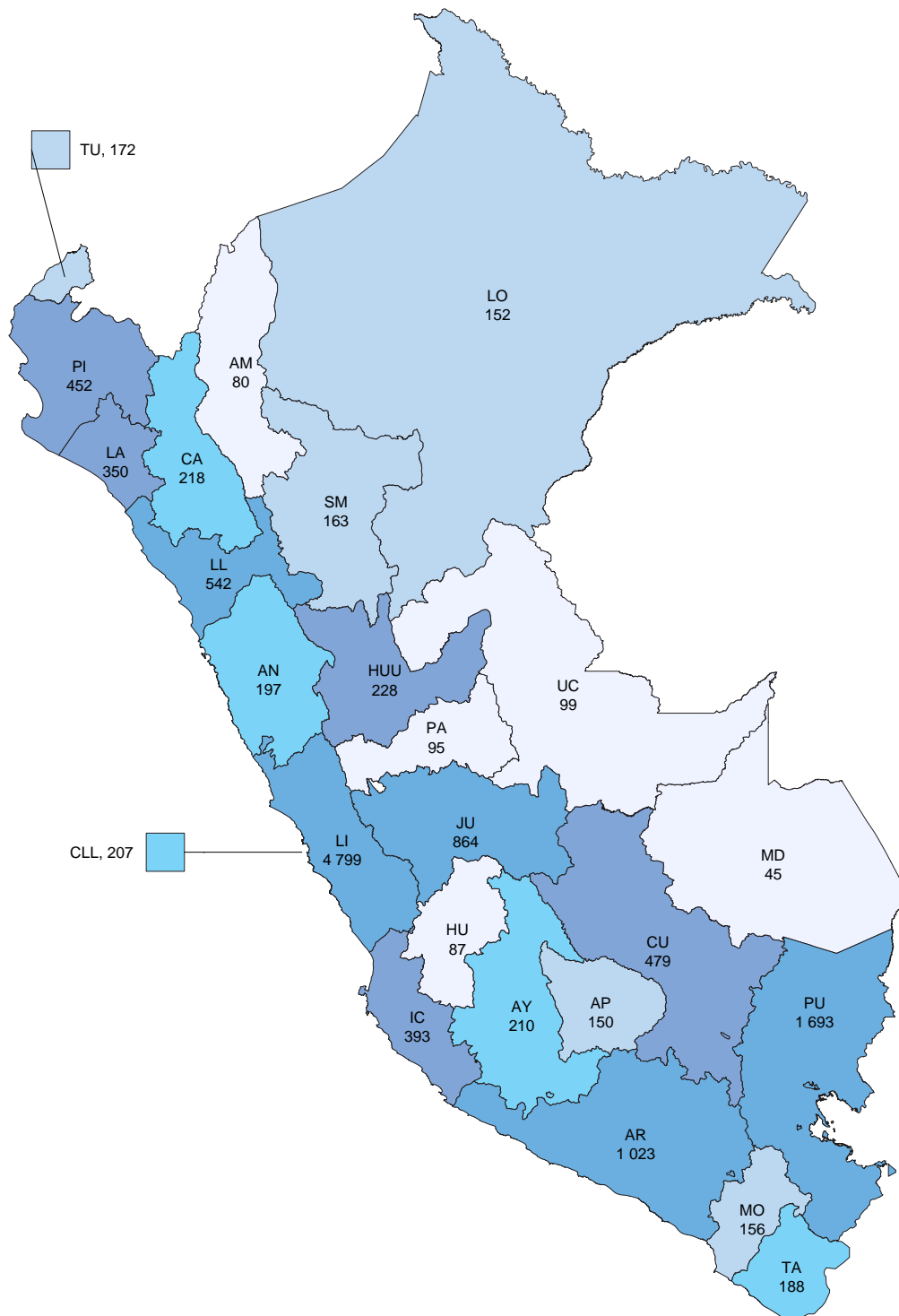
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en datos de la BNP.

Territorialmente, Lima concentra el mayor número de títulos de agente autor-editor según el departamento de edición, aunque de forma decreciente entre 2018 (1368) y 2024 (642), con una caída drástica en 2020 (310), posiblemente asociada a la pandemia de la COVID-19. Por otra parte, Puno es el departamento que en 2018 representaba el 10,7 % del total de títulos registrados (411) y ha mostrado un crecimiento a nivel de la proporción de títulos que concentra a lo largo del periodo analizado, con su punto más alto en el 2023 (18,4 %), a pesar de registrar una menor cantidad de títulos (277). Esto sucede por lo señalado sobre la dificultad para recuperar los valores previos a la pandemia, aunque sí se tenga una mayor representación respecto al total nacional de títulos de autor-editor. Similar es el caso de Arequipa, que en 2018 contaba con 288 títulos y para el 2024 contó con 147 registros, aunque pasó de representar el 7,5 % al 8,9 %, respectivamente.

No obstante, algunos departamentos no solo evidenciaron una menor cantidad de títulos registrados, sino también menor representatividad a nivel nacional. En el caso de Junín, este departamento registra un descenso de 290 títulos en 2018 a 87 en 2024, y del 7,5 % al 5,3 % del total de títulos de autor-editor. Piura es otro departamento donde la caída también ha sido significativa, al pasar de 196 títulos en 2018 a solo 34 en 2024 (de 5,1 % a 2,1 % en el mismo periodo). Asimismo, Tumbes registró una disminución extrema: de 98 títulos en 2018 a 7 en 2024 (de 2,6 % a 0,4 %) y Ucayali pasó de 45 títulos en 2018 a registrar solo 4.

**Figura 29**

Perú: número de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según departamento de edición (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

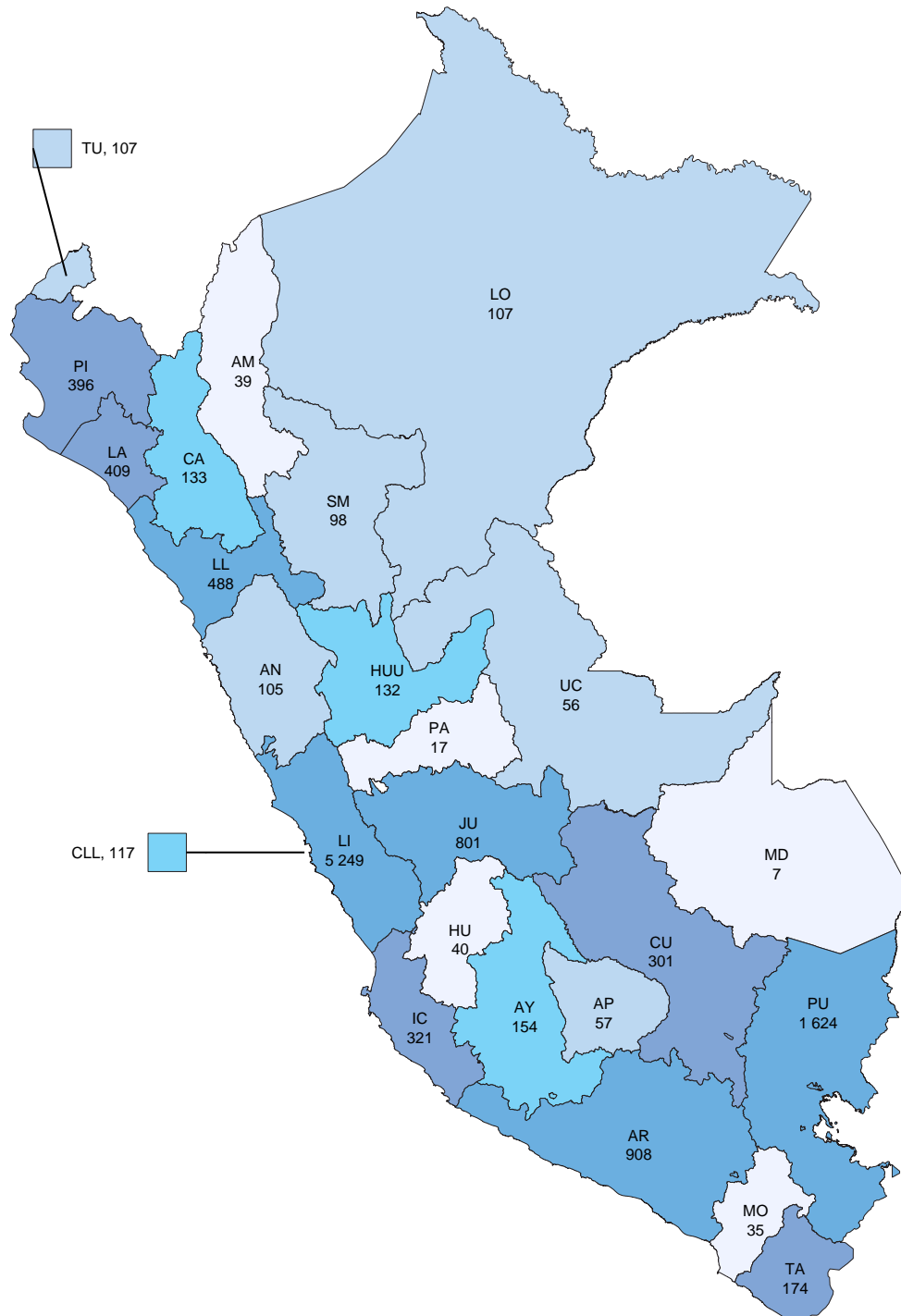
Respecto a la distribución del agente autor-editor por departamento de impresión, los casos de Puno, Junín y Arequipa muestran una caída en el número de títulos en distinto grado. En Puno, en 2018 se contabilizaron 403 títulos, con un declive a 96 títulos en 2020 y una ligera recuperación que alcanzó 234 títulos en 2024, cifra que representa poco más de la mitad del registro inicial. En términos porcentuales, este departamento ha mostrado un crecimiento sostenido en la participación del agente autor-editor en el registro de impresión: entre 2018 y 2023 pasó de 10,5 % a 20,2 %, aunque en 2024 descendió a 18,4 %, lo que revela, a pesar de ello, una pujante actividad editorial.

Junín presenta más bien un estado crítico, al pasar de 316 títulos en 2018 a 60 en 2024, con el punto más bajo en 2020, cuando registró 44 títulos (cayó de 8,2 % a 4,7 % en el mismo periodo). Arequipa, por su parte, disminuyó drásticamente de 305 títulos en 2018 a 84 en 2024. Casos similares se registran en Lambayeque, Ayacucho, La Libertad, Piura y Tacna, donde este último decrece de 65 títulos en 2018 a 11 en 2024 (una caída porcentual de 1,7 % a 0,9 % en el mismo periodo). Departamentos como Huancavelica, Madre de Dios, Moquegua y Ucayali apenas registran un título en 2024, lo que representa el 0,1 % en todos los casos. Pasco, de tener 8 títulos en 2018, no registró ninguno en 2024, es decir, cayó de 0,2 % a 0,0 % en el mismo periodo. Sin embargo, por departamento de edición, Pasco tuvo 15 títulos registrados en 2024, lo que podría reflejar una oferta limitada del servicio de impresión para la autopublicación en esta región.



Figura 30

Perú: número de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según departamento de impresión (2018-2024)



Nota. Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En cuanto a la cantidad de títulos según número de edición, la primera edición es la predominante a lo largo del periodo estudiado, aunque experimenta un declive de 3653 a 1507; esta variable representa el 93,8 % del total de títulos en el mismo periodo. Son menos frecuentes los casos en que la publicación tiene de dos a cinco ediciones, y mínimos los que alcanzan seis o más, lo que está relacionado con un aspecto importante de la autopublicación: la comercialización. Si bien los autores tienen la posibilidad de obtener un mayor margen de ingresos por cada ejemplar vendido, el trabajo de comercializar y distribuir de forma directa —a través de redes sociales, ferias, librerías, entre otros— es un proceso que, en muchos casos, al no contar con un equipo comercial como el que podría brindarle una editorial tradicional, se torna dilatado y laborioso, aun más si el autor tiene poca o ninguna experiencia en este rubro.

**Tabla 5**

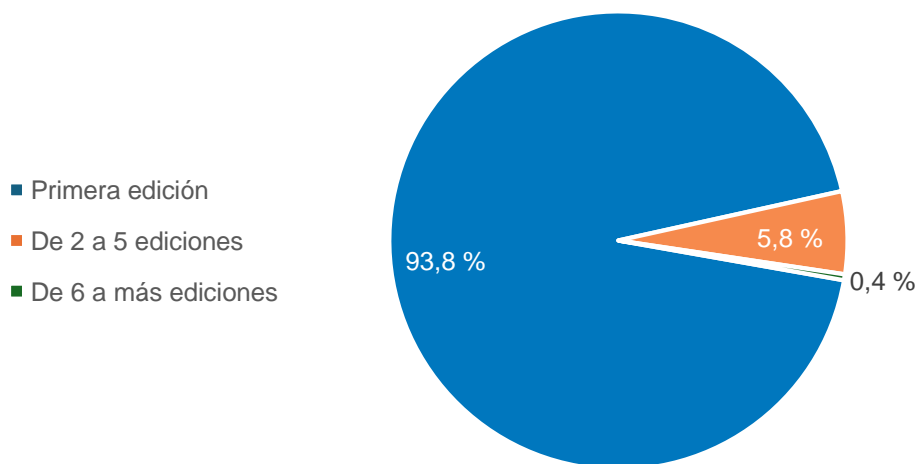
Perú: número de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según número de edición (2018-2024)

Número de edición	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Primera edición	3653	2317	809	1222	1378	1343	1507
De 2 a 5 ediciones	181	159	50	67	82	94	127
De 6 a 10 ediciones	5	9	1	5	5	7	13
De 11 a más ediciones	4	3				1	1

**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

**Figura 31**

Perú: porcentaje total de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según número de edición (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

Cuando se revisa la presencia del agente autor-editor según el subtipo de publicación, se identifica que el libro o folleto es la categoría predominante sobre las demás. Aunque esta ha disminuido de 2806 títulos en 2018 a 1648 en 2024, porcentualmente varió de 73,0 % a 100,0 % en el mismo periodo, al no registrarse títulos de los otros subtipos. Cabe destacar que el subtipo «otros documentos informativos o similares» se redujo drásticamente: de 1037 títulos en 2018 a solo uno en 2023 y ninguno en 2024, es decir, de 27,0 % en 2018 a 0,0 % en 2024, lo que revela el escaso interés del agente autor-editor por este tipo de publicaciones.

**Tabla 6**

Perú: porcentaje de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según subtipo de publicación (2018-2024)

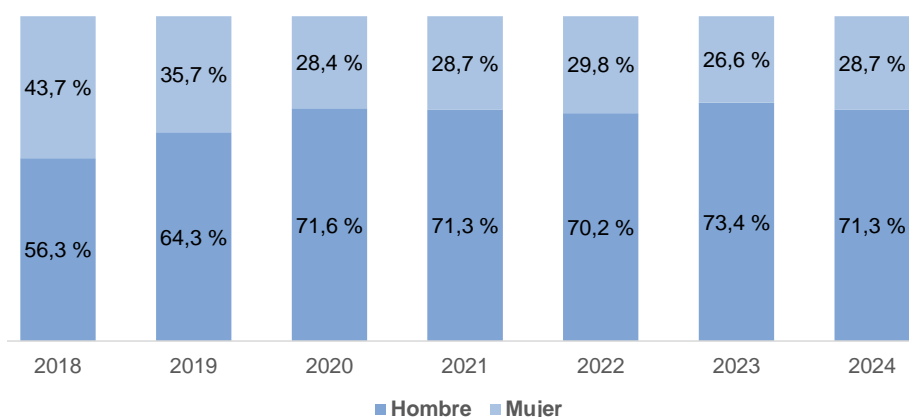
Tipo de publicación	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Colección	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,05 %	0,0 %
Libro o folleto	73,0 %	79,7 %	90,8 %	99,4 %	99,8 %	99,9 %	100,0 %
Otros documentos informativos o similares	27,0 %	20,3 %	9,2 %	0,6 %	0,2 %	0,05 %	0,0 %

**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

En relación con los títulos de autores-editores según el sexo, durante el periodo 2018-2024 se observa el predominio de la figura masculina, pese a la disminución de 2163 a 1175 títulos. Sin embargo, en términos porcentuales, ello representa un incremento de 56,3 % a 71,3 %. En el mismo periodo, los títulos de autoras-editoras descendieron de 1680 a 473 títulos, es decir, de 43,7 % a 28,7 %. Se registra también una caída de 8 puntos porcentuales entre 2018 y 2019, en un periodo prepandemia, y la brecha, que en 2018 era de 12,6 %, se amplía progresivamente hasta superar el 45 %.

**Figura 32**

Perú: porcentaje de títulos con certificados de Depósito Legal emitidos con agente autor-editor según sexo (2018-2024)



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en datos de la BNP.

El análisis de los registros de Depósito Legal en relación con el agente autor-editor durante el periodo estudiado muestra, en primer lugar, un crecimiento más pronunciado del soporte digital frente al impreso, lo que sugiere una opción más accesible para los autores. Asimismo, se observa que, después de Lima, un pequeño grupo de departamentos, encabezados por Puno, mantiene una actividad editorial sostenida, aunque con altibajos asociados a las repercusiones de la pandemia. Este comportamiento responde, en parte, a una tradición editorial y a un dinámico circuito comercial, especialmente en el sur del país. Finalmente, se evidencia la prevalencia de títulos publicados en primera edición, dentro del subtipo libro o folleto, y predominantemente por hombres.

### 2.3.3. Características materiales de la autopublicación según el ISBN

Los datos de la BNP sobre los títulos autopublicados que cuentan con ISBN también ofrecen información relevante acerca de sus aspectos materiales. Estas características revelan las opciones adoptadas por los autores-editores peruanos al momento de publicar sus títulos. De manera implícita, se advierten las prácticas materiales que se concretaron en cada autopublicación. Cabe recordar que un autor-editor asume numerosos riesgos cuando decide publicarse a sí mismo. Analizar las dimensiones materiales permite comprender cómo se han materializado los proyectos, es decir, cómo el objeto publicado resultó de las decisiones que los autores-editores tomaron —con conocimientos técnicos y recursos limitados— en el desarrollo de sus proyectos editoriales. Esta sección analiza las principales variables sobre materialidad registradas por la BNP en los títulos autopublicados, en soporte impreso, con ISBN.

Los datos disponibles de la BNP sobre la materialidad de las publicaciones parten de una dicotomía: el folleto y el libro. Según la Ley 31253<sup>35</sup>, del 7 de julio de 2021, se entiende por folleto lo siguiente: «Publicación impresa no periódica que consta de cinco a cincuenta páginas sin contar la cubierta». La ley no especifica qué se entiende por libro ni si el número de páginas es el único criterio a tomar en cuenta. Esta diferenciación puede considerarse un indicador de base para esta parte del análisis. Al revisar la información, se evidencia que, en el periodo 2018-2024, el promedio nacional de folletos autopublicados es de 7,6 %. El autor-editor peruano priorizó los libros, que representaron un promedio mayoritario de 92,4 %. Al desagregar los datos, los valores más altos corresponden a los rangos de 151 a 200 páginas (16,3 %), 201 a 300 páginas (16,2 %) y 121 a 150 páginas (14,2 %). En cambio, los valores más bajos se registran en los rangos de 301 a 500 páginas (8,2 %), 501 a 1000 páginas (1,7 %) y superior a 1000 páginas (0,1 %). Esto muestra que los autores-editores han publicado obras con extensiones variadas. Sin embargo, se observa una preferencia por títulos de 121 a 300 páginas, es decir, de mediana a considerable extensión.

En el mismo periodo, las dimensiones<sup>36</sup> de las publicaciones autopublicadas presentan una distribución diferenciada entre folletos y libros. A continuación, se presenta la evidencia según el tipo de publicación. Los folletos cuentan con los siguientes rangos de largo: de 20,01 a 30 cm (124 títulos), de 15,01 a 20 cm (64) y de 10,01 a 15 cm (10). En cuanto al ancho: de 20,01 a 30 cm (75 títulos), de 10,01 a 15 cm (69) y de 15,01 a 20 cm (52). En el caso de los libros, en cuanto al largo, los principales valores son los siguientes: de 20,01 a 30 cm (2474 títulos), de 15,01 a 20 cm (2263) y de 10,01 a 15 cm (805). En cuanto al ancho: de 10,01 a 15 cm (2756 títulos), de 20,01 a 30 cm (1386) y de 15,01 a 20 cm (1378).

Esto muestra que la mayoría de las autopublicaciones ha seguido las medidas estándar de un título —independientemente de su materia o extensión— dentro del mercado local. El reverso de esta tendencia sugiere una escasa experimentación en cuanto a las dimensiones físicas de la autopublicación. Esta situación se aprecia con mayor claridad en el caso del folleto autopublicado, cuyas medidas más frecuentes son más próximas entre sí (de 20,01 a 30 cm de largo por 20,01 a 30 cm de ancho) que las del libro autopublicado (de 20,01 a 30 cm de largo por 10,01 a 15 cm de ancho).

El peso<sup>37</sup> presenta una jerarquía distinta en folletos y libros. En los primeros, los valores son los siguientes: hasta 200 g (152 títulos), de 201 a 400 g (26) y de 401 a 600 g (7). En los libros, la distribución es de 2623, 1393 y 391 títulos, respectivamente. Esto sugiere

---

35 Ley que regula el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú como instrumento para preservar y difundir el patrimonio bibliográfico, sonoro, visual, audiovisual y digital nacional.

36 Se toma como criterio de organización el largo y, luego, el ancho, ya que forman parte del uso coloquial con que los agentes del ecosistema peruano hablan de la medida de un producto editorial. El propósito fue organizar un rango de medidas para sistematizar los datos dispersos registrados por los autores-editores.

37 Las variables peso y tintas tienen una limitación metodológica específica. Para ambas, hay datos «sin información», es decir, con valores en blanco o errores no subsanables por otros medios. Sin embargo, solo en el caso del peso dichos datos tienen una frecuencia relevante. Cuando se exponen las frecuencias del peso, no se considera jerárquicamente, ya que se menciona la siguiente inmediata en relevancia.

que el objeto editorial mantiene un peso estandarizado en el mercado local, lo que permite proyectar con mayor precisión los costos de producción y transporte. Por su parte, la variable número de tintas muestra una distribución diferenciada entre folletos y libros. En los folletos, los valores principales corresponden a impresiones con cuatro o más tintas (163 títulos), una tinta (34) y dos tintas (15). En el caso de los libros, las frecuencias son una tinta (3046), cuatro o más tintas (2074) y dos tintas (463). De esto se desprende que el libro autopublicado ha seguido predominantemente una impresión monocromática —probablemente negro sobre blanco—, seguida de ediciones con mayor diversidad cromática. En menor escala, los folletos han empleado más colores y, en segundo lugar, una sola tinta, como opción más habitual en el mercado.

En el periodo 2018-2024, el tipo de encuadernación presenta los principales valores en las mismas categorías tanto para folletos como para libros. En los primeros, la tapa blanda o rústica reúne 138 títulos; la tapa dura o cartoné, 36; y otro formato, 29. En los segundos, la distribución es de 4332, 670 y 288 títulos, respectivamente. Esto reafirma la tendencia hacia la encuadernación de uso habitual en el mercado. No sorprende que, durante la pandemia de la COVID-19 y sus consecuencias, las opciones más costosas hayan sido menos demandadas. Por otro lado, el tipo de papel también concentra los valores más altos en las mismas categorías para folletos y libros. En los primeros, los títulos impresos en papel bond o papel obra son 110; en papel esmaltado o *couché*, 92; y en papeles especiales, 7. En el caso de los libros, las cifras son 4953, 465 y 102 títulos, respectivamente. En el periodo analizado, el uso del papel sugiere un relativo posicionamiento —en segundo y tercer lugar— de los tipos que compiten con el papel bond, cuyas diversas calidades están disponibles en el mercado editorial.

Respecto del tipo de impresión, las coincidencias tipológicas también se observan en folletos y libros. En los primeros, los títulos se distribuyen de la siguiente manera: *offset* (174 títulos), digital (26) y otras (8). En los libros, las cifras son 4218, 1063 y 173 títulos, respectivamente. Esto muestra que la autopublicación en el Perú optó mayoritariamente por la impresión *offset*, una elección habitual entre quienes imprimen tirajes medianos o altos. En cambio, la impresión digital es la que, en los últimos años, ha ganado creciente demanda, porque se orienta, sobre todo, a quienes producen tirajes cortos. Es llamativo que constituya la segunda opción más utilizada, pues, de manera implícita, sugiere publicaciones destinadas a circuitos más breves o específicos del mercado.

Por último, el gramaje también presenta los principales valores —aunque en orden distinto— en las mismas categorías para folletos y libros. En los primeros, el gramaje de 90 en adelante reúne 107 títulos; de 60 a 75, 60; y de 76 a 89, 21. En los segundos, la distribución es de 2957 títulos con gramaje de 60 a 75; 1130, de 90 en adelante; y 1001, de 76 a 89. Aunque con diferencias, en ambos casos se advierte la preferencia por papeles de gramaje medio o alto. Según el contenido, este tipo de gramaje puede ser más adecuado para títulos de poesía o de artes visuales, por mencionar ejemplos que implican distintos contenidos y costos.

**Tabla 7**

Perú: caracterización material de los principales valores de los títulos autopublicados con el certificado de registro ISBN (2018-2024)

N.º	Variable	Folleto autopublicado	Libro autopublicado
1	Departamento	Lima	Lima
2	Materia	800 - Literatura y retórica	300 - Ciencias sociales
3	Dimensiones	De 20,01 a 30 cm (largo)	De 20,01 a 30 cm (largo)
		De 20,01 a 30 cm (ancho)	De 10,01 a 15 cm (ancho)
4	Peso	Hasta 200 g	Hasta 200 g
5	Tipo de impresión	<i>Offset</i>	<i>Offset</i>
6	Número de tintas	4 o más	1
7	Tipo de encuadernación	Tapa blanda o rústica	Tapa blanda o rústica
8	Tipo de papel	Papel bond o papel obra	Papel bond o papel obra
9	Gramaje	De 90 en adelante	De 60 a 75
10	Rango de páginas	Hasta 50	De 151 a 200

**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC, con base en los datos de la BNP.

La información presentada en esta sección permite puntualizar los siguientes aspectos:

- En conjunto, los datos muestran una tendencia en la autopublicación peruana. Si se toman los principales valores estadísticos registrados durante el periodo 2018-2024, puede afirmarse que existe una caracterización material de los títulos en soporte impreso con ISBN. En su dimensión social, esta práctica sugiere un momento en la historia de la producción editorial general. Esto complementa lo señalado en secciones anteriores de este estudio: se inserta en el territorio nacional, dinamiza recursos y se vincula con bienes simbólicos y comerciales que permiten situarse en un mercado. Además, promueve discursos en el marco de la bibliodiversidad y lógicas relacionales o sinergias estratégicas orientadas a obtener mejores productos y oportunidades a lo largo del tiempo. En suma, estos rasgos son constitutivos del ecosistema del libro y la lectura en el país.
- Dado que la caracterización se subdivide entre folletos y libros, ambos recuentos perfilan un concepto editorial —un formato detallado— que converge a nivel estadístico sobre la base de lo realizado por los autores-editores, de manera consciente o no. La información de cada concepto se configura históricamente considerando la contingencia de la pandemia de la COVID-19 en tres momentos: antes, durante y después. Las fluctuaciones anuales de los datos evidencian su relativa consistencia, pero, sobre todo, un proceso aún en curso. Ante la falta de

estudios detallados sobre la producción nacional con ISBN, no puede afirmarse que la caracterización aquí sistematizada sea representativa frente a otros análisis —todavía no identificados— en el marco de la producción formal.

- La caracterización material del título autopublicado no difiere de la que podría encontrarse en otros tipos de publicaciones, incluso aquellas producidas por editoriales. En ese sentido, la materialidad del título autopublicado se diluye en la oferta general del ecosistema. A nivel estadístico, no muestra un valor agregado o un rasgo distintivo propio, como podría ser, por ejemplo, el libro álbum. Este último constituye un producto con mercado y público específicos dentro de la literatura infantil, a partir de sus rasgos materiales y del componente visual que lo caracteriza.
- Queda pendiente averiguar qué percepciones, criterios o recursos determinaron la convergencia estadística del título autopublicado como objeto producido. Esto plantea una línea de investigación centrada en la materialidad, pero basada en los elementos constitutivos del proceso editorial que sigue cualquier publicación. ¿Cómo sería el caso de los títulos sin registro ISBN? Sumado a lo analizado sobre el sujeto autor-editor, abordar la materialidad contribuye a reflexionar sobre la producción de un bien simbólico que forma parte de la bibliodiversidad del ecosistema del libro y la lectura en el Perú.



# Capítulo 3

## Conclusiones

En los últimos años, la autopublicación ha pasado a constituir un sector fundamental y en crecimiento dentro del sector editorial peruano. Con 13 043 títulos registrados en Depósito Legal y 7418 en ISBN durante el periodo 2018-2024, este modelo representa entre el 13,6 % y el 17,0 % de la producción nacional, lo que triplica su participación respecto del periodo 2008-2017, según los datos del ISBN (BNP, 2021). No obstante, los datos presentados en este estudio representan solo una fracción de los títulos autopublicados a nivel nacional, ya que comprenden únicamente la producción formal registrada en alguna de estas bases. Aun así, esta evolución confirma las tendencias globales identificadas por Cordón-García (2016) y el Cerlalc (2018), aunque con características propias del contexto peruano.

A partir del análisis de las cifras de la autopublicación, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- El análisis comparado de los registros ISBN y Depósito Legal revela diferencias significativas en la cuantificación del fenómeno de la autopublicación. Esta brecha se explica por la naturaleza obligatoria del Depósito Legal frente al carácter voluntario del ISBN, lo que sugiere que muchos autores-editores optan por cumplir solo con el requisito legal mínimo. No obstante, la reducción de esta diferencia —particularmente a partir del primer año de la pandemia— evidencia dos factores. Por un lado, los procesos de registro y emisión de certificado: el ISBN se tramita de manera virtual, mientras que el Depósito Legal requiere la entrega física de ejemplares (salvo los títulos exclusivamente digitales). Por otro lado, el incremento en la proporción de títulos con doble registro (19,6 puntos porcentuales más) refleja una mayor conciencia sobre la importancia de la formalización, tanto para cumplir los requisitos legales como para acceder a canales de distribución y comercialización más amplios.
- La pandemia de la COVID-19 afectó gravemente al sector editorial a nivel nacional, aunque con efectos diferenciados en la autopublicación. Las cifras del ISBN evidencian una mayor resiliencia y adaptabilidad de los autores-editores, ya que la producción apenas disminuyó en 2,1 % en 2020 y aumentó en 62,5 % al año siguiente. En cambio, los datos del Depósito Legal muestran una caída mucho mayor (66,7 %), similar a la de la producción editorial general, posiblemente vinculada a los procedimientos presenciales de entrega de ejemplares.
- Algo innegable de la coyuntura sanitaria fue la adopción del formato digital en la autopublicación. El crecimiento registrado en 2020, aunque se redujo en los años siguientes, mantuvo una proporción significativamente mayor que en la etapa de prepandemia, lo que demuestra que la digitalización —si bien parcialmente revertida— dejó una huella permanente en las prácticas de autopublicación.
- Aunque Lima mantiene su predominancia (42,6 % en ISBN y 36,8 % en Depósito Legal), se observa una progresiva descentralización respecto del periodo anterior (58,8 % entre 2008 y 2017, según datos del ISBN). Un hallazgo importante es la consolidación de Puno como el segundo departamento con mayor cantidad de

títulos autopublicados, lo que responde a una tradición literaria que se remonta a la segunda década del siglo XX con la vanguardia puneña y a su producción académica. La zona sur, junto con Cusco y Arequipa, se perfila como un polo importante del sector editorial nacional. Esta descentralización es más marcada en la autopublicación que en la edición tradicional, lo que sugiere que este modelo facilita la incorporación de nuevos agentes en regiones. Asimismo, esta información estadística podría ser el punto de partida para estudios posteriores que expliquen con amplitud la caracterización de la autopublicación en provincias y ciudades específicas de Puno y sus vínculos con otras regiones del sur.

- Finalmente, la participación del Estado en el fenómeno de la autopublicación se ha incrementado en el periodo pospandemia. Una de las razones puede estar relacionada con la participación de autores-editores en las líneas concursales dedicadas a fortalecer la producción editorial peruana y dinamizar la cadena de valor del libro, como son los Estímulos Económicos para el Libro y la Lectura<sup>38</sup>, que permiten financiar la autopublicación impresa de obras inéditas —ya sea en castellano o en lenguas originarias— en las etapas del proceso de edición, producción y distribución.

---

38 Para mayores detalles de esta iniciativa, visitar el siguiente enlace: <https://estimuloseconomicos.cultura.gob.pe/>

# Referencias

- Alonso Arévalo, J., Cordon-García, J. A. y Gómez Díaz, R. (2014). La autopublicación, un nuevo paradigma en la creación digital del libro. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 25(1), pp. 126-142.
- Bergström, V. y Oskarsson, E. (2022). *The digitalized world of self-publishing: a qualitative multiple case study examining how digitalization has influenced self-publishing authors* [Tesis de licenciatura, Jönköping University]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1665472/FULLTEXT01.pdf>
- Biblioteca Nacional del Perú. (s. f.). *ISBN*. <https://www.bnp.gob.pe/servicios/isbn/>
- Biblioteca Nacional del Perú. (2021). *Panorama de la industria editorial en el Perú: análisis estadístico (2008-2019)*. Biblioteca Nacional del Perú; Agencia Peruana del ISBN.
- Celedón L., C. E. (2022). La autopublicación digital vs. la publicación digital convencional. *Jóvenes en la Ciencia*, 17, pp. 1-3. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3492>
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cámara Peruana del Libro. (2017). *Estudio diagnóstico del sector editorial del Perú*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. (2018). *Radiografía de la autopublicación en América Latina*. Bogotá: Cerlalc. <https://cerlalc.org/publicaciones/radiografia-de-la-autopublicacion-en-america-latina/>
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2019). *Recomendaciones para la actualización de las normas sobre depósito legal en América Latina*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.
- Cordon-García, J. A. (2016). Ruptura del campo editorial: la autopublicación y sus derivados. *Anuario ThinkEPI*, (10), pp. 278-283. <https://thinkepi.scimagoepi.com/index.php/ThinkEPI/article/view/thinkepi.2016.61>
- De Diego, J. L. (2022). Sobre la relación autor-editor. *Zama. Revista del Instituto de Literatura Hispanoamericana*, (1), pp. 57-80. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/zama/article/view/12345>
- Fernández Vergara, A. E. (2019). *Leyes, políticas públicas, instituciones y dispositivos de fomento del libro y la lectura en Latinoamérica*. Alianza Internacional de Editores Independientes.

- Giraldo-González, E., Giménez-Toledo, E. y Córdoba-Restrepo, J. F. (2024). La producción de libros académicos en 16 países de América Latina entre 2013 y 2019. *Revista Española de Documentación Científica*, 47(3), pp. 1-19. <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1520>
- Gonzales, O. (2023). Producción de libros e industria editorial en el Perú: centralismo y ausencia de un ecosistema editorial nacional. *Fénix, Revista de la Biblioteca Nacional del Perú* (51), p. 17.
- Granieri, M. (2023, 4 de septiembre). ¿Qué es la Inteligencia Artificial Generativa? OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-inteligencia-artificial-generativa>
- Instituto de Estadística de la Unesco. (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009*. Instituto de Estadística de la Unesco. [https://www.lacult.unesco.org/docc/Marco\\_estadisticas\\_CLT\\_UNESCO\\_ESP.pdf](https://www.lacult.unesco.org/docc/Marco_estadisticas_CLT_UNESCO_ESP.pdf)
- Kawasaki, G. y Welch, S. (2013). The Self-Publishing Revolution. *Change This*, 13 de febrero. <https://cdn.porchlightbooks.com/legacyassets/system/manifestos/pdfs/000/000/568/original/102.01.SelfPublishing.pdf>
- Luna Acosta, I. (2024). *El Prometeo digital: impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en el oficio del editor colombiano*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/06c9d08e-71cb-472c-979c-fd567e4c754e/content>
- Mangas-Vega, A. y Gómez-Díaz, R. (2015). Los criterios de calidad y la autopublicación en la edición científica. *Anales de documentación*, 18(2), pp. 1-14. <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.18.2.236541>
- Mangas-Vega, A. (2016). *Autopublicar. Los nuevos circuitos para autores e investigadores*. Editorial UOC.
- Ministerio de Cultura. (2022). *Política Nacional del Libro, la Lectura y las Bibliotecas al 2030*. Ministerio de Cultura. <https://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2022/07/decretos-supremos/politicanacionallectoralibroal2030final.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2025). ¿Cómo vamos en el consumo de libros en el Perú? Indicadores de adquisición de libros impresos y digitales entre el 2016 y el 2023. Ministerio de Cultura. <https://perulee.pe/sites/default/files/publication/pdf/Como%20vamos%20en%20el%20consumo%20de%20libros%20en%20el%20Peru%202016-2023.pdf>
- Schroff, S. (2023). Missing the point: the disappointed hope of self-publishing authors. *International Journal of Cultural Policy*, 30(7), pp. 960-977. <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2288584>

Stryker, C. y Kavlakoglu, E. (2024, 16 de agosto). What is AI? IBM Think. <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>

Toro Murillo, A. y Suárez-Giraldo, C. (2024). Escritura independiente, lectura social y edición sin intermediarios: la autopublicación y las tensiones entre el campo editorial y el sistema literario. *La Palabra*, (48), pp. 1-18. <https://doi.org/10.19053/uptc.01218530.n48.2024.18313>

Uribe, R, y Steenkist, R. (2005). *El depósito legal en países de Latinoamérica en 2005. Su vigencia y normatividad. Estadísticas comparativas*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.

Zaid, G. (2010). *Los demasiados libros*. Debolsillo.

# Anexos

Se presenta un conjunto de documentos e insumos que complementan la información desarrollada a lo largo del estudio.

## A.1. Aspectos metodológicos

Esta sección ofrece información adicional que contextualiza los datos consultados para la realización del estudio.

### A.1.1. Consideraciones sobre el ISBN

El Número Estándar Internacional de Libros (ISBN, por sus siglas en inglés: *International Standard Book Number*) constituye un sistema de identificación único y universal para las publicaciones monográficas; no incluye revistas, periódicos u otros tipos de publicaciones seriadas. Este sistema emplea metadatos descriptivos que permiten identificar, ubicar y describir los recursos bibliográficos dentro del ecosistema del libro y la lectura.

El código de 13 dígitos funciona como el DNI de cada libro, lo que permite su identificación inequívoca en cualquier parte del mundo. Implementado internacionalmente desde 1970, el ISBN facilita la gestión bibliográfica, comercial y estadística del sector editorial. En el contexto peruano, la Biblioteca Nacional del Perú (BNP) administra la Agencia Peruana del ISBN desde 1995 y es la entidad responsable de asignar estos códigos a editores y autores-editores del país.

Todo número ISBN tiene cinco elementos definidos:

- Elemento GS1: identifica al producto libro en el sistema de códigos de barras internacionales, siempre 978 para el periodo analizado.
- Elemento del grupo de registro: identifica el país, la región geográfica o el área lingüística. Para Perú puede ser 612 o 9972.
- Elemento del titular del registro: identifica la editorial o sello editorial. En el caso de los autores-editores peruanos, este elemento tiene una asignación específica: todos los ISBN de autopublicaciones comienzan con 978-612-00-XXXX-X, y desde 2024 también se incluye el prefijo 978-612-03-XXXX-X.
- Elemento de la publicación: identifica la edición y formato específico de cada título.
- Dígito de control: el último dígito que valida matemáticamente el resto del número. (BNP, 2021; BNP, s. f.)

El procedimiento para obtener un ISBN en el Perú se realiza a través del Sistema de Registro del Número Estándar Internacional de Libros (RISBN). El proceso incluye la recolección de información sobre clasificación temática, tiraje, número de edición,

paginación, entre otros elementos descriptivos de la publicación, lo que permite realizar un análisis detallado de las características de la producción editorial a nivel nacional. Un aspecto importante del sistema es que, en el caso de publicaciones impresas, el número debe aparecer en la contratapa, mientras que, para las digitales, debe mostrarse en la pantalla de visualización del título. Esta diferenciación responde a que, para cada tipo de soporte de un mismo título, se requiere un ISBN distinto.

No obstante, dado que el registro es voluntario para publicaciones no comerciales, los datos presentados probablemente subestiman la producción real de autopublicaciones, en especial aquellas de circulación gratuita o restringida, además de las no formales. Aun así, el ISBN es una herramienta fundamental para comprender el sector editorial peruano, ya que permite realizar análisis longitudinales y comparativos que ofrecen una primera mirada a las características y dinámicas de la autopublicación en el país.

### **A.1.2. Consideraciones sobre el Depósito Legal**

Las bibliotecas nacionales son instituciones creadas para preservar, conservar, adquirir, difundir y garantizar el acceso al patrimonio documental de un país. En ese contexto, el Depósito Legal constituye uno de los mecanismos esenciales para cumplir dichas funciones. Su naturaleza y objetivo no se han modificado a pesar de que los procesos de producción y difusión de los bienes culturales han experimentado cambios profundos a partir del desarrollo de la tecnología digital (Cerlalc, 2019). De ahí que las funciones de conservación bibliográfica y documental permanezcan invariables en su propósito de resguardar la memoria histórica de los países.

El Depósito Legal, junto con la información del ISBN, también contribuye a generar datos sobre el estado bibliográfico de un país y constituye una fuente para comparar los niveles de publicación en distintos periodos de tiempo (Uribe y Steenkist, 2005). Se trata de una obligación establecida por ley, mediante la cual las personas naturales o jurídicas, en su calidad de editores, productores, fabricantes o de organismos de radiodifusión, deben entregar a la Biblioteca Nacional del Perú un determinado número de sus publicaciones —en cualquier soporte—, para formar parte del patrimonio bibliográfico y documental de la nación. Su finalidad es acopiar y registrar el patrimonio para su custodia, conservación, preservación, difusión y acceso, y de esta manera garantizar el derecho a la información, la investigación y la cultura de los peruanos.

La legislación sobre el Depósito Legal tiene su origen en el inicio de la República y en el nacimiento de la Biblioteca Nacional, a través de dos decretos firmados por José de San Martín, y ha acompañado toda la historia reciente del Perú. Desde la primera norma se obligaba a los impresores a remitir ejemplares a la Biblioteca Nacional de cualquier texto u obra que fuera objeto de impresión. Sin embargo, el número y el destino de los ejemplares variaba. En un inicio fueron dos ejemplares, pero en 1991 se estableció un máximo de seis y, actualmente, son cuatro. Hasta 1997, los ejemplares se destinaban, además de la Biblioteca Nacional, a la biblioteca del Congreso y a la biblioteca municipal



del lugar donde se imprimió la obra. Incluso, entre 1939 y 1969, la Ley 9034, que creó el Registro Nacional de Depósito Legal, obligaba a remitir un ejemplar a la Biblioteca de la Unión Panamericana, con sede en Washington, Estados Unidos. La siguiente tabla presenta las leyes promulgadas a lo largo de casi dos siglos.

**Tabla 1**

Perú: legislación histórica sobre el Depósito Legal (1822-2021)

Año de publicación	Denominación de la norma
<b>1822</b>	Decreto
<b>1915</b>	Resolución Suprema
<b>1939</b>	Ley 9034, Ley de Imprenta (crea el Registro Nacional de Depósito Legal)
<b>1969</b>	Decreto Ley 18075
<b>1972</b>	Decreto Ley 19437
<b>1985</b>	Ley 24182
<b>1991</b>	Ley 25326
<b>1997</b>	Ley 26905, Ley de Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú
<b>2004</b>	Ley 28377, Ley que modifica disposiciones de la Ley 26905
<b>2007</b>	Ley 29165, Ley que modifica la Ley 26905 y la Ley 28086, Ley de democratización del libro y de fomento de la lectura
<b>2016</b>	Ley 30477, Ley que modifica el literal a) del artículo 2 y el artículo 9 de la Ley 26905
<b>2021</b>	Ley 31253, Ley que regula el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú como instrumento para preservar y difundir el patrimonio bibliográfico, sonoro, visual, audiovisual y digital nacional

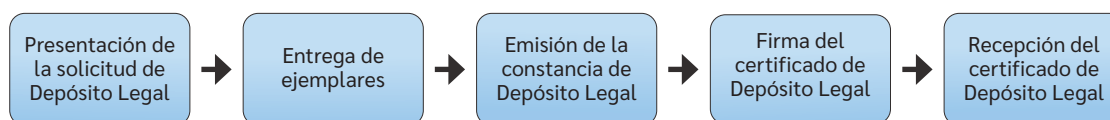
**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC.

En cuanto al procedimiento para la obtención del Depósito Legal, la persona natural o jurídica obligada a realizar el trámite debe solicitar antes de imprimir la obra, a través de la plataforma en línea de la BNP, un número de registro que le permite obtener, de forma gratuita e inmediata, una constancia provisional con el número asignado. Toda publicación impresa debe consignar en su hoja de créditos los siguientes datos: el título de la publicación, el número de edición, el nombre del autor, la razón social y el domicilio legal del editor o impresor, el mes y año de edición, el tiraje de la publicación y el número de registro de Depósito Legal asignado por la BNP.

Los libros electrónicos están exentos de consignar datos del impresor y el tiraje del libro. Dentro del plazo de 90 días hábiles, contados a partir del último día hábil del mes y año de la edición, se entrega a la BNP los cuatro ejemplares de la publicación impresa y se obtiene el certificado que acredita el cumplimiento de la ley, con lo cual concluye el proceso. Esta constancia de producción editorial constituye el único documento que permite a las editoriales acceder a beneficios tributarios, como el reintegro tributario del impuesto general a las ventas (IGV), de acuerdo con el artículo 13 de la Ley 31893, promulgada en 2023.

**Figura 1**

Proceso para la obtención del certificado de Depósito Legal



**Nota.** Elaboración de DLL-GlyC.

Según la Ley 31253, actualmente en vigencia, están obligados a cumplir con el Depósito Legal las personas naturales y jurídicas de carácter público o privado, las editoriales y entidades del Estado; los productores o fabricantes respecto a las publicaciones multimedia, audiovisuales y fonográficas registradas en cualquier soporte; los productores de contenidos o los titulares de los derechos del dominio de red que albergan los sitios web; los organismos de radiodifusión (programas radiales o televisivos); y el autor, cuando asuma la edición de su propia publicación.

Asimismo, están comprendidos en el Depósito Legal los libros, libros electrónicos, folletos, partituras, periódicos, revistas, anuarios, boletines, materiales audiovisuales, multimedia, láminas, mapas, planos, producciones radiales y televisivas, las nuevas ediciones, las reediciones con variantes de algún tipo, las publicaciones electrónicas en línea de acceso libre o restringido (de tipo visual, sonoro, audiovisual, multimedia o digital). Esto es un punto clave dado que previa a la entrada en vigencia de esta ley no se contemplaba el Depósito Legal para las publicaciones digitales, motivo por el cual se evidencian valores iguales a cero al desagregar la información por tipo de soporte.

A su vez, quedan excluidas las publicaciones de circulación interna y de interés para el personal de la entidad pública o privada que las publicó; los manuales de operación de productos; los catálogos de venta de productos; los afiches y láminas escolares, impresos para eventos sociales; materiales propagandísticos como afiches, calendarios, volantes con fines publicitarios comerciales; las reimpressiones de una misma edición; tesis; y correos electrónicos o archivos electrónicos de carácter personal.

La ley obliga a entregar a la BNP cuatro ejemplares de cada libro. En el caso de publicaciones con tiraje menor a 50 ejemplares, se entregan cuatro ejemplares o una versión digital final. De igual manera, es obligatorio entregar la versión final del libro electrónico; tres ejemplares de cada publicación periódica; tres ejemplares de cada material especial (cintas magnéticas, discos, fotografías, audios, videos, obras cinematográficas, producciones radiales o televisivas); una versión de los programas televisivos o radiales de carácter informativo, de opinión, cultural, científico, histórico, cívico, patriótico, geográfico o educativo; y una copia de la publicación electrónica en el formato puesto a disposición del público (para instituciones estatales o privadas). La BNP conserva dos ejemplares; otro se deriva a la Gran Biblioteca Pública de Lima; y el cuarto, a una biblioteca pública, según el nivel de implementación o necesidad del lugar donde se imprimió.

El ISBN y el Depósito Legal son los registros que permiten la medición de la producción editorial formal del país, y ante la escasez y precariedad de las fuentes de información, ambos ofrecen una aproximación más tangible para realizar estudios en este sector. En un análisis comparativo sobre las cifras de ambos registros en América Latina, Uribe y Steenkist (2005) señalan que la información estadística sistematizada acerca del ingreso anual de títulos a las bibliotecas nacionales es relativamente reciente y, en muchos países, resulta «difícil y laborioso disponer de series largas de información» (p. 24). De la misma manera —indican— se dificulta hacer balances comparativos entre el total de títulos que ingresan a las instituciones encargadas del Depósito Legal y el total de títulos registrados en otras instituciones dedicadas al registro editorial, como las agencias de ISBN.

Cuando estos autores comparan los resultados del Depósito Legal y el ISBN en 12 países de América Latina (incluido el Perú, entre 1994 y 2004), encuentran que las dos fuentes difieren en todos ellos. Estas diferencias —afirman— pueden deberse a las siguientes razones: la metodología distinta de clasificación de las publicaciones en ambos registros; el ingreso de títulos entregados a la biblioteca nacional después de su publicación, lo que produce desfases temporales; la no obligatoriedad del registro ISBN en algunos países, dejando fuera de la estadística a ciertos editores; y la existencia de autores, editores, productores e impresores que no cumplen con las disposiciones del Depósito Legal.

Uribe y Steenkist (2005) concluyen que, cuando las cifras del ISBN y del Depósito Legal son similares, se puede evaluar la calidad de los procesos de registro. En caso de diferencias sustanciales, se infiere que uno de los sistemas no tiene suficiente difusión o cobertura. Para los fines del presente estudio, la contabilidad de los títulos se fundamenta en la firma de los certificados de Depósito Legal, lo que permite una aproximación más cercana al tamaño real de la producción editorial en el país.

## A.2. Guía de entrevista

### A.2.1. Guía de entrevista a especialista extranjero

#### A. Guía de entrevista a especialista extranjero

##### Información general:

- Nombre del entrevistado/a: .....
- Fecha de entrevista: .....
- Hora de inicio: .....
- Hora de fin: .....
- Observaciones: .....
- Nombre del entrevistador/a: .....

##### Introducción:

- Presentación del entrevistador/a y agradecimiento por el tiempo brindado.
- Explicar brevemente el contexto en que se enmarca el estudio: Política Nacional de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas (PNLLB), funciones de la Dirección del Libro y la Lectura (DLL) y del equipo de Gestión de la Información y el Conocimiento.
- Explicar brevemente el objetivo del estudio y de la entrevista, así como el uso de la información recogida.
- Indicar definición de autor-editor como aquel autor que se autopublica.
- Enfatizar que el interés es conocer sus opiniones y perspectivas como especialista e investigador/a del ecosistema editorial.

##### **Bloque 1: Panorama general de la autopublicación en América Latina. Características y transformaciones.**

1. Tomando en cuenta lo que ocurría en 2018, ¿cómo describirías los cambios que has observado en el panorama de la autopublicación?
2. En este último periodo, ¿cuál es el lugar de América Latina en la tendencia global de la autopublicación? ¿Considera que dicho lugar es diferente al de un periodo anterior?
3. En términos de cantidad de publicaciones, plataformas disponibles o audiencia, ¿qué factores consideras que han favorecido o dificultado el crecimiento de la autopublicación en América Latina en este último periodo (2018 en adelante)?

**Bloque 2: Impactos de nuevas tecnologías y la IA en el proceso de autopublicación y en el sector editorial.**

4. En tu opinión, ¿cómo ha afectado la aparición de nuevas plataformas y herramientas digitales al proceso de autopublicación y al mercado editorial en América Latina? ¿Existen transformaciones significativas en los últimos cinco años?
5. ¿Estás al tanto del uso de la IA en el proceso de autopublicación? ¿En qué aspectos crees que la IA puede transformar este proceso?
6. ¿Cómo consideras que herramientas con base en la IA, como generadores de contenido, corrección de estilo o diseños de portadas, impactarán en la labor de los autores-editores?

**Bloque 3: Percepciones respecto de la producción editorial autopublicada en el Perú.**

7. En el Perú, aunque se dio un incremento de autopublicaciones digitales por el contexto de la pandemia, en los años posteriores estas disminuyeron, y el formato impreso sigue siendo más significativo. ¿Qué opinas sobre este fenómeno? ¿A qué lo atribuyes? ¿Cómo se asemeja o diferencia de lo observado en otros contextos (dentro y fuera de América Latina)?
8. Según las bases de datos revisadas, la mayoría de los libros publicados por autores-editores en el Perú son de ciencias sociales, particularmente vinculados a la educación, incluso más que literatura. ¿Por qué crees que hay una mayor cantidad de autopublicaciones en esta categoría? ¿Es una tendencia que se observa en otros países de la región?

**Cierre: Reflexiones finales.**

9. Desde tu perspectiva, ¿consideras que las políticas públicas o el apoyo institucional pueden y/o deben mejorar las condiciones para promover la autopublicación? ¿Por qué? Si es así, ¿cómo podrían hacerlo?
10. ¿Hay algún otro aspecto de la autopublicación en América Latina y el Perú que no hayamos tocado y que consideres relevante?
11. ¿Tienes alguna recomendación o reflexión final sobre el fenómeno de autopublicación y sus futuras características e implicancias en el ecosistema del libro y la lectura a nivel internacional?

## A.2.2. Guía de entrevista a editores peruanos

### *Guía de entrevista a agentes del sector editorial peruano*

#### **Información general:**

- Nombre del entrevistado/a: .....
- Fecha de entrevista: .....
- Hora de inicio: .....
- Hora de fin: .....
- Observaciones: .....
- Nombre del entrevistador/a: .....

#### **Introducción:**

- Presentación del entrevistador/a y agradecimiento por el tiempo brindado.
- Explicar brevemente el contexto en el que se enmarca el estudio: Política Nacional de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas (PNLLB), funciones de la Dirección del Libro y la Lectura (DLL) y del equipo de Gestión de la Información y el Conocimiento.
- Explicar brevemente el objetivo del estudio y de la entrevista, así como el uso de la información recogida.
- Indicar definición de autor-editor como aquel autor que se autopublica.
- Enfatizar que el interés es conocer sus opiniones y perspectivas desde sus conocimientos y experiencias como agentes del sector editorial en el Perú.

#### **Bloque 1: Panorama general de la autopublicación en el Perú. Características y transformaciones.**

1. ¿Cuáles consideras que son las ventajas y las dificultades que presenta la autopublicación en el ecosistema del libro y la lectura en el Perú?
2. ¿Cómo describirías al autor-editor en el Perú? ¿Cuáles crees que son las motivaciones para autopublicar sus obras?
3. En el Perú, ¿es más estratégico autopublicarse en lugar de ser publicado por una editorial? ¿Por qué?
4. ¿Qué factores han favorecido y/o dificultado el crecimiento de la autopublicación en el Perú en el último periodo? ¿Crees que esta tendencia continuará en los siguientes años o no? ¿Por qué? [Mencionar crecimiento de la producción: En 2008, 195 autores-editores publicaron 251 títulos con ISBN; en 2019, 684 agentes registraron 920 títulos; y en 2024, 847 agentes registraron 1172 títulos].
5. ¿Cuál es el rol que están tomando las editoriales en el Perú ante el crecimiento de la autopublicación? ¿Cuál ha sido el rol de EIP o los gremios peruanos al respecto?

**Bloque 2: Impactos de nuevas tecnologías y la IA en el proceso de autopublicación y en el sector editorial.**

6. En tu opinión, ¿cómo ha afectado la aparición de nuevas plataformas y herramientas digitales al proceso de autopublicación y al mercado editorial en el Perú? ¿Existen transformaciones significativas en el último periodo?
7. ¿Estás al tanto del uso de la IA en el proceso de autopublicación? ¿En qué aspectos crees que la IA puede transformar este proceso?
8. ¿Cómo consideras que herramientas con base en IA, como generadores automáticos de contenido, corrección de estilo o diseños de portadas, impactarán en la labor de los autores-editores? ¿Y en el sector editorial?

**Bloque 3: Percepciones respecto de las características de la producción editorial de autores-editores en el Perú.**

9. [Mostrar gráfico/s respecto de la producción autopublicada por regiones]. Aunque la producción editorial aún se concentra en Lima, esta es mucho menor en el caso de la autopublicación, y regiones como Puno, Junín y Arequipa presentan una producción significativa. ¿A qué consideras que se debe esto? ¿Qué características de estos contextos regionales podrían facilitar/promover la producción autopublicada?
10. En el Perú, a partir de la pandemia se dio un incremento de autopublicaciones digitales, aunque en los años posteriores estas disminuyeron, evidenciando aún la predominancia de la producción impresa ¿Qué opinas sobre este fenómeno? ¿A qué lo atribuyes? ¿Cómo crees que pueda evolucionar en los siguientes años?
11. Según las bases de datos revisadas, la mayoría de los libros publicados por autores-editores en el Perú son de ciencias sociales, particularmente textos vinculados a la educación, incluso más que literatura. ¿Por qué crees que hay una mayor cantidad de autopublicaciones en esta categoría?

**Cierre: Reflexiones finales.**

12. En tu percepción, ¿cuál es la importancia de la autopublicación en el Perú?
13. Desde tu perspectiva, ¿consideras que las políticas públicas o el apoyo institucional pueden y/o deben mejorar las condiciones para los autores-editores en el Perú y promover la autopublicación? ¿Por qué? Si es así, ¿de qué manera podrían hacerlo?
14. ¿Hay algún otro aspecto de la autopublicación que no hayamos tocado y que consideres relevante?



[www.gob.pe/cultura](http://www.gob.pe/cultura)

Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja  
Lima - Perú

 @mincu.pe    @minculturape    @minculturape    @minculturape    @minculturape

ISBN: 978-612-5137-33-3



9 786125 113733