

PMS

Estudio de Mercado Servicios de Cómic e Historietas en España

Julio 2014

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Madrid - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

I. Tabla de contenido	2
II. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA)	4
3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial	4
4. Análisis FODA	5
III. Identificación del servicio	6
1. Nombre del servicio	6
2. Descripción del servicio	6
IV. Descripción general del mercado importador	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Crecimiento en los últimos 5 años	8
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	9
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	10
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior	11
6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	11
7. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios	12
8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios	12
V. Descripción sectorial del mercado importador	13
1. Comportamiento general del mercado	13
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	13
3. Proporción de servicios importados	14
4. Dinamismo de la demanda	15
5. Canales de comercialización	15
6. Principales players del subsector y empresas competidoras	16
7. Marco legal y regulatorio del subsector	17
8. Tendencias comerciales del sector	18
VI. Competidores	18
1. Principales proveedores externos	18
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos	19
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores	19
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores	19

VII. Indicadores de demanda para el servicio	23
VIII. Otra información relevante del mercado de destino	23
IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado	23
X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...	24
XI. Contactos relevantes.....	24
XII. Fuentes de información (<i>Links</i>).....	25

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

La industria de los cómics comprende todas las publicaciones impresas catalogadas en España como “tebeos”. Es decir, los cuadernos, revistas y libros que ofrecen mayoritariamente historietas a sus lectores.

Es un relato que se arma principalmente en base a viñetas con dibujos o imágenes. Puede contar o no con texto, pero el texto nunca ocupa un rol principal frente a los dibujos.

Se pueden encontrar un sinfín de temáticas, las más populares son las historias de superhéroes, personajes fantásticos y míticos.

2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA)

En España, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en conjunto con la Subdirección General de Documentación y Publicaciones, tienen un plan de fomento de la lectura enfocado a la gente joven. Esto sucede al mismo tiempo que va creciendo el número de personas que leen cómic en España, lo cual genera oportunidades en el mercado. Según Borja Crespo, uno de los principales historietistas españoles, el sector en España necesita innovación, ser original en la forma de presentar el trabajo y hacerlo llegar al público, lo cual lo deja expuesto a renovados competidores a entrar al mercado.

3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial

Existe una tendencia nueva dentro del sector de los cómics, que son los Cómics Digitales, o webcómic, que son historietas en formato digital que se pueden leer en los computadores, tablets u otros aparatos electrónicos. Se recomienda al exportador que explote esta nueva tendencia, se adapte a este nuevo segmento del mercado, y así pueda ser el pionero en lo que, indudablemente, va a ser una parte importante de la industria de los cómics.

4. Análisis FODA

Estrategia : <ul style="list-style-type: none"> • Adaptarse a las nuevas tendencias de mercado. • Enfocarse en el nicho de los Cómic Digitales (webcómic) para diferenciarse de la competencia y enfatizar la innovación. 		Factores Internos	
		Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • La estabilidad económica chilena genera una visión positiva sobre Chile, lo que aumenta la confianza y la probabilidad de realizar negocios. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Chile no es un país conocido en el desarrollo de cómic. • No existe gran cantidad de personas y empresas que se especialicen en el desarrollo de cómic.
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Cultura de España tiene un plan de fomento de la lectura que podrá favorecer a los cómics. • Cada vez se están leyendo más cómic en España. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe utilizar las condiciones de Chile, como país estable, para atacar el mercado. Se sugiere contactar al Ministerio de Cultura para promover y que se incluyan cómic de origen chileno dentro de su plan de fomento de la lectura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores y creadores y chilenos se deberán adecuar a las necesidades del mercado español. Se deberían aprovechar las oportunidades de generación de fomento de lectura que está realizando el Gobierno español.
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Comienzo del Cómic Digital o webcomic comienza a cambiar la estructura de la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> • La estabilidad de Chile, y la capacidad emprendedora existente en nuestro país, son factores que se debería aprovechar para un ingreso al mercado español. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para entrar al mercado español, se debería preparar previamente a las personas que prestarán el servicio, para que sean los pioneros dentro en el proceso de digitalización de los cómics.

III. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Cómics - Tebeos

2. Descripción del servicio

Se define cómic a una serie o secuencia de viñetas con dibujos con desarrollo narrativo que constituyen un relato, con texto o sin él, de la misma manera se le llama al libro, la revista o el medio de comunicación que contiene estas viñetas.

Esta narrativa gráfica fue definida por Will Eisner como “arte secuencial”. Sucesivamente, Scott McCloud, partiendo de la concepción de Eisner, define el cómic como: «Ilustraciones y otras imágenes yuxtapuestas en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y/o generar una respuesta estética del lector».

En todo caso hoy el cómic es parte de las artes visuales modernas.

Por otra parte, entendiendo que en España el término “Tebeo” se refiere a una revista infantil de historietas cuyo asunto se desarrolla en series de dibujos o una sección de un periódico en la cual se publican historietas gráficas de esta clase, estas se pueden catalogar en cuadernos, revistas y libros tal como lo muestra la gráfica para el año 2013 como ejemplo.



Fuente:

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

El subsector de los cómics pertenece al sector de servicios, que es el más importante en la economía española en términos de PIB y empleo. De acuerdo a los datos oficiales, publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), este sector aportó el 65,8% del PIB en 2013, presentando una variación negativa de 2,15 con respecto al 2012.

PIB DE ESPAÑA, POR SECTOR

Sector	2011 MM €	2012 MME	2013 MME	Participación %	Variación % 2013 - 2012
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	24.383	26.019	24.109	2,36	-7,34
Industria	165.051	163.331	162.961	15,93	-0,23
- Industria manufacturera	132.038	128.572	125.132	12,23	-2,68
Construcción	98.546	87.719	73.203	7,16	-16,55
Servicios	688.331	687.336	672.900	65,78	-2,10
- Comercio, transporte y hostelería	242.066	246.135	241.717	23,63	-1,79
- Información y comunicaciones	42.280	41.258	37.760	3,69	-8,48
- Actividades financieras y de seguros	40.650	41.949	36.217	3,54	-13,66
- Actividades Inmobiliarias	75.637	77.739	78.000	7,62	0,34
- Actividades profesionales	73.755	73.443	72.530	7,09	-1,24
- Administración pública, sanidad y educación	178.184	170.467	170.781	16,69	0,18
- Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	35.759	36.345	35.781	3,50	-1,55
Impuestos netos sobre los productos	87.044	85.120	35.895	3,51	-57,83
PIB a precios de mercado	1.063.355	1.049.525	1.022.988	100,00	-2,53

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, España

Como se puede observar en la tabla, los servicios de Información y comunicaciones, entre los que se encuentra la edición de cómic, alcanzan una participación del 3,7%.

Por otra parte, si se analiza el volumen de negocio¹ generado por cada sector perteneciente a servicios se puede apreciar que el área de información y comunicaciones ocupa el segundo lugar en importancia, llegando a los 80 millones de euros durante el año 2011, con un aumento del 0.2% respecto al año anterior.

NÚMERO DE EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS -2011

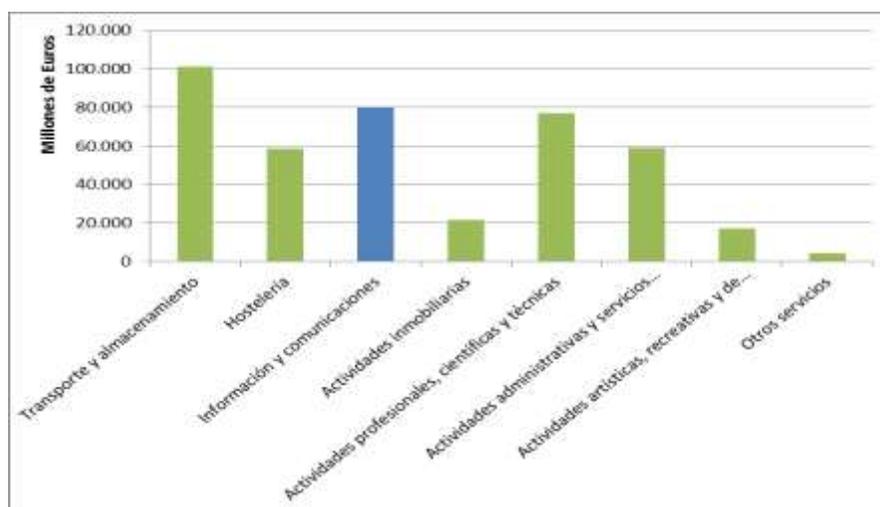
Sector	Nº Empresas	Participación
Actividades profesionales, científicas y técnicas	359.254	29,4%
Hostelería	282.477	23,1%
Transporte y almacenamiento	205.825	16,8%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	114.186	9,3%
Actividades inmobiliarias	112.244	9,2%

¹ Últimos datos disponibles 2011 de acuerdo a la Encuesta Anual de Servicios desarrollada por el INE

Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	66.652	5,4%
Información y comunicaciones	49.517	4,0%
Edición de programas informáticos	1.118	0,1%
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	23.674	1,9%
Otros servicios	33.460	2,7%
Total agrupaciones de actividad	1.223.616	100,0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, España. Últimas Cifras disponibles

TAMAÑO DEL MERCADO DE SERVICIOS, AÑO 2011¹



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, España. Últimas Cifras disponibles

En cuanto al número de empresas por sector, las actividades relacionadas a información y comunicaciones sólo poseen el 4% de las empresas, siendo la penúltima en el escalafón.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

La facturación por cómics alcanzó los 53,5 millones en 2013, el 2,5% del total de la facturación de ese año que ascendió a los 2.182 millones de euros. Esta cifra supuso un descenso del 11,7% con respecto al año 2012. Desde 2009, las ventas de cómics han descendido un 32,5%, de acuerdo a las cifras publicadas por el Observatorio de la Lectura y el Libro del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

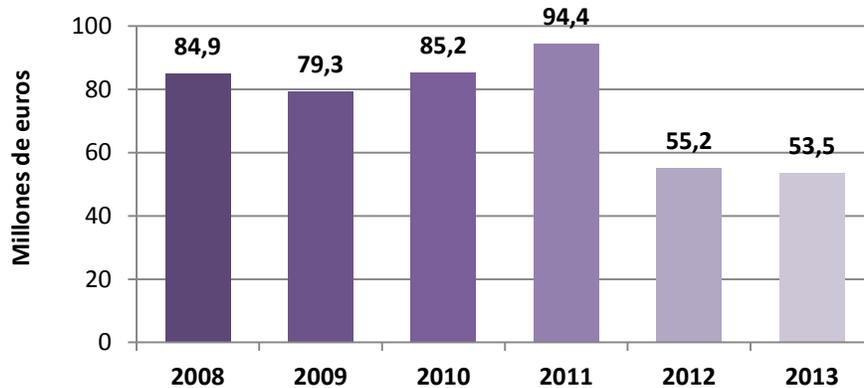
FACTURACIÓN POR SUBSECTORES DE EDICIÓN, 2008-2012 (EN MILLONES DE €)

	2009 MME	2010 MME	2011 MME	2012 MME	2013 MME	Participación % 2013	% Variación 2013-2012
Literatura	713,3	643,7	550,8	566,0	468,8	21,5	-17,2
Infantil y juvenil	350,5	350,5	337,6	296,2	267,3	12,2	-9,8
Texto no universitario	844,4	817,6	868,0	803,2	726,3	33,3	-9,6
C. T. y Universitario	155,0	153,8	133,7	91,5	70,1	3,2	-23,4
CC SS y Humanidades	340,8	333,7	316,4	269,0	230,3	10,6	-14,4
Libros prácticos	161,8	126,3	148,8	140,2	141,8	6,5	1,1

Divulgación general	274,2	241,2	212,3	162,1	149,2	6,8	-8,0
Diccionarios, enciclopedias	115,5	87,0	64,5	45,7	45,6	2,1	-0,2
Cómics	79,3	85,2	94,4	55,2	53,5	2,5	-3,1
Otros	74,8	51,8	45,7	42,3	29,1	1,3	-31,2
Total	3.109,6	2.890,8	2.772,3	2.471,5	2.181,9	100	-11,7

Fuente: Comercio Interior del Libro en España

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE CÓMIC EN EL COMERCIO ESPAÑOL 2009 – 2013



3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Por otra parte, España ha enfrentado una crisis económica durante los últimos años, en que los principales indicadores han mostrado una contracción general de la economía. El PIB ha caído durante los últimos años, exceptuando 2011 donde se produjo un ligero incremento.

VARIACIÓN DEL PIB ANUAL

Año	Variación PIB
2008	-
2009	-3,7%
2010	-0,3%
2011	0,4%
2012	-1,4%
2013	-1,2%
2014*	1,2%

* Valor proyectado

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, España.

La Economía española sigue aún en terreno negativo, tras caer un 1,2% en el año 2013, una décima menos que la previsión oficial del Gobierno, según lo informado por el Banco de España este año 2014 se proyecta con una variación positiva de 1,2%

El Banco de España indica que la demanda nacional habría registrado en el cuarto trimestre un avance similar al tercero, cuando creció un 0,3% en tasa interanual, mientras que la demanda externa neta habría repuntado levemente con una contribución nula al PIB.

Según lo publicado por el INE (Instituto Nacional de Estadísticas), durante el primer trimestre del año 2014, la ocupación laboral baja en 184.600 personas, hasta un total de 16.950.600. El descenso de ocupados es el menor en un primer trimestre desde el año 2008. La variación trimestral de empleo es del -1,08%, la tasa de empleo descendió en el último trimestre 41 centésimas, situándose en el 44,05%. El empleo se redujo en 79.600 personas en los últimos 12 meses. La variación anual es del -0,47% la menos negativa desde el tercer trimestre del año 2008. La tasa de empleo subió ocho centésimas en el último año.

La inflación aumentó una décima en el último mes del año 2013 con respecto al mes anterior, y cerró el año con 0,3%, tasa más baja registrada desde 1961, cuando se comenzó a elaborar la serie histórica, según los datos publicados por el INE.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

Debido a su carácter de industria cultural y de los contenidos, y a las peculiaridades propias de su modelo de explotación, existen dos disciplinas jurídicas de especial relevancia para el sector de la animación: la Propiedad Intelectual y la Propiedad Industrial, y dentro de esta última, principalmente, el Derecho de Marcas.

El régimen jurídico aplicable al sector de animación desde el punto de vista del Derecho de Propiedad Intelectual y desde el punto de vista del Derecho de Marcas, son los dos ámbitos muy relevantes de cara a la explotación de una obra de animación y sus derivados. El siguiente cuadro-resumen ilustra la principal legislación aplicable a la protección y explotación de una obra de animación y sus derivados:

PRINCIPAL LEGISLACIÓN APLICABLE A LA PROTECCIÓN Y EXPLOTACIÓN DE UNA OBRA DE ANIMACIÓN Y SUS DERIVADOS.

Principal legislación aplicable en el sector de la animación	Propiedad Intelectual	Marca
Tratados Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio de Berna para la protección de las Obra Literarias y Artísticas. • Tratado de la OMPI sobre Derechos de autor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio de la Unión de París. • Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas y Protocolo de Madrid.
Regulación Comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Directiva 2006/116/C6 relativa al plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos a fines. • Directiva 2006/116/C6 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos a fines a los derechos de autor en la sociedad de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Directiva 2008/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2008, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. • Reglamento (CE) nº 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria.
Legislación Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, de 12 de abril. • Real Decreto 1889/2011, de 30 de diciembre, por el que se regula el funcionamiento de la Comisión de Propiedad Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 17/2001, de 17 de diciembre, de Marcas. • Ley Orgánica 10/1995, de 23 noviembre, del Código Penal.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del código Penal. • Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico. 	
--	---	--

Fuente: Rooter, 2012.

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

En general, los importadores de servicios no tienen beneficios especiales en la importación de éstos, pueden acceder a créditos directos en el sector financiero, sin mayores limitaciones a las ya establecidas por cada institución financiera.

6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

En España el 73,4% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de computador en el año 2013 según el INE, porcentaje ligeramente superior (0,8 puntos más) al del año anterior.

Este mismo segmento, hogares, la composición por tipo de equipos que poseen se compone: computadores de sobremesa: 45,1%, portátiles con teclado físico 54,3% y Tablet: 16,3%. Así mismo el 34,3% de estos declara disponer de más de uno tipo de computador.

Además un 69,8% de los hogares tiene acceso a la red, equivalente a 11,1 millones, frente al 66,6% del año anterior.

En cuanto al tipo de conexión a Internet, el 68,9% de los hogares, utiliza banda ancha (ADSL, red de cable, etc.). La banda estrecha tiene una presencia testimonial.

El principal tipo de conexión a Internet por banda ancha es la línea ADSL.

Evolución del equipamiento TIC en las viviendas
Años 2012 y 2013. Total nacional. (% de viviendas)



* La suma de porcentajes es mayor que 100 debido a que la pregunta puede admitir varias respuestas.

Fuente: INE España.

Porcentaje de menores usuarios de TIC por sexo y edad
Año 2013

	Uso de ordenador	Uso de Internet	Disponición de móvil
Total	85.2	81.6	63.0
Sexo			
Hombres	84.1	80.7	58.8
Mujeres	86.2	82.9	67.4
Edad			
10 años	82.7	86.6	26.1
11 años	82.4	88.8	41.6
12 años	85.2	82.1	58.8
13 años	85.7	83.2	75.9
14 años	88.0	85.6	84.4
15 años	88.8	84.0	80.2

La dimensión del acceso a internet y a tecnologías asociadas en el mercado español, da una visión del potencial que tiene el desarrollo del webcómic en España. Y no menor es el dato del porcentaje de usuarios de Tics entre 10 y 15 años dado que los hábitos de lectura y compra de libros en el año 2012 el 13,2% de la población española, de 14 y más años lee cómics al menos una vez al trimestre.

7. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

El Plan de Fomento de la Lectura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte parte de la convicción de que la lectura es una herramienta fundamental en el desarrollo de la personalidad y de la socialización de cada individuo como elemento esencial para convivir en democracia.

Así lo plantea la Ley de la lectura, del libro y de las bibliotecas (Ley 10/2007 de 22 de junio) expresando que “los planes de fomento de la lectura considerarán la lectura como una herramienta básica para el ejercicio del derecho a la educación y a la cultura, en el marco de la sociedad de la información y subrayarán el interés general de la lectura en la vida cotidiana de la sociedad, mediante el fomento del hábito lector”.

El Plan contempla el fomento de la lectura como una tarea distinta de la formación de la habilidad de leer, que se inicia en la familia y en la escuela, y que necesita de personas y lugares que permitan el acercamiento a los libros.

Por tanto la promoción de la lectura se concibe como una tarea común de toda la sociedad, fruto de la colaboración entre los responsables de políticas culturales, sociales, educativas y de comunicación. Su puesta en práctica ha dado como resultado la firma de diferentes colaboraciones y acuerdos con varias entidades públicas y privadas que hacen posible la implicación de todos en la consolidación de una sociedad lectora.

Objetivos del Plan de Fomento de la Lectura:

- Conocer los hábitos lectores para planificar mejor las políticas públicas de lectura.
- Crear una conciencia social sobre la importancia de la lectura.
- Impulsar, en colaboración con las administraciones competentes, la accesibilidad y dotación adecuada de bibliotecas públicas y bibliotecas escolares.
- Realizar y ayudar a la realización de actividades de promoción de la lectura en diferentes ámbitos.
- Atender a colectivos con dificultades (inmigrantes, tercera edad, discapacitados o población reclusa) para acceder al libro y la lectura, apoyados por iniciativas de ONG y otras instituciones públicas y privadas.

Las actividades del Plan de Fomento de la Lectura se estructuran en seis áreas:

1. Observatorio de la Lectura y el Libro: instrumentos de análisis.
2. Fomento del hábito lector en centros docentes.
3. Potenciación de la biblioteca pública.
4. Acciones de comunicación.
5. Actividades de animación a la lectura.
6. Acciones de concienciación y colaboración con otras instituciones.

8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Este es un sector abierto a las empresas de régimen privado de origen nacional y/o extranjero.

El sector editorial español privado y agremiado a alguna de las asociaciones de editores de la Federación de Gremios de Editores de España está representado por un total de 816 empresas editoriales, un 2,9% menos que en el año 2011.

Disminuyen en 24 el número de editoriales agremiadas. Lo anterior parece lógico y se encuadra dentro de los cambios que se están produciendo en el sector.

La estructura empresarial del mismo se caracteriza por un número reducido de grandes empresas (27) que facturan anualmente más de 18.000.000 de euros y que suman el 62,6% de la facturación total del sector, repartiéndose el 37,4% restante entre 789 editoriales. Con 486 editoriales, es el grupo de las editoriales más pequeñas (que facturan menos de 600.000 euros al año) en donde hay mayor movilidad de altas y bajas en el

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

Dimensionar el mercado importador se hace difícil a la hora de encontrar cifras oficiales de envíos internacionales específicas del cómic, es así que se da la visión general de este sector a través de las cifras que tiene el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, de acuerdo al país productor, correspondientes a las traducciones efectuadas por parte de las editoriales.

Los tipos de edición del sector corresponden a tebeos traducidos, primeras ediciones, reediciones, recopilaciones fanzines y otras², sumando un total el año 2013 de 2.453, con un incremento con respecto al año 2012 del 3.37%.

Las cifras señalan que el 2013 fueron 753 las “novedades” publicada, demostrando un leve incremento de obras de origen español, 64 con respecto al año 2012. Correspondiente al 30,7% de las publicaciones totales en España.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En España se ha llegado a un punto en el que la industria del cómic se ha estabilizado por debajo de los 2.500 títulos anuales³ En 2013, han sido 2.453, de los cuales el total de tebeos producidos en España y con obra de autores españoles no llegó al 20%. A lo largo del año pasado, fueron traducidos casi el doble de tebeos del inglés (39,01%) que del japonés o del coreano (15,23%, sumando la obra proveniente de ambos países asiáticos), y el total de traducciones de lenguas de Europa no sobrepasó el 13%. Por lo que se refiere a las lenguas autóctonas, los cómics en catalán fueron menos que hace dos años, y los editados en gallego aumentaron poco. Solamente, el 4,38% de los tebeos aparecieron en un idioma distinto del castellano, que ha sido la lengua mayoritariamente usada en los tebeos españoles.

Por otra parte, entendiendo que las publicaciones impresas catalogadas como tebeos serían; los cuadernos, revistas y libros que ofrecen mayoritariamente historietas a los consumidores, concepto que de acuerdo a la Asociación de Cultura Tebeosfera la hace extensiva a las antologías satíricas que recopilan viñetas o tiras; tenemos que el volumen Editorial 2012-2013 , tal como ya fue mencionado, es:

VOLUMEN EDITORIAL TOTAL 2012-2013

	2012	2013
Tebeos Comerciales e Institucionales	2.233	2.277
Publicaciones con historietas	81	95
Antologías satíricas	24	28
Fanzines	35	53
Total novedades	2.373	2.453

Fuente: Informe Tebeosfera, 2013

² Otras ediciones, se refiere al material argentino editado en España, que no correspondería a traducciones, ni reciclaje, para el año 2013.

³ Fuente: Asociación Cultural Tebeosfera.

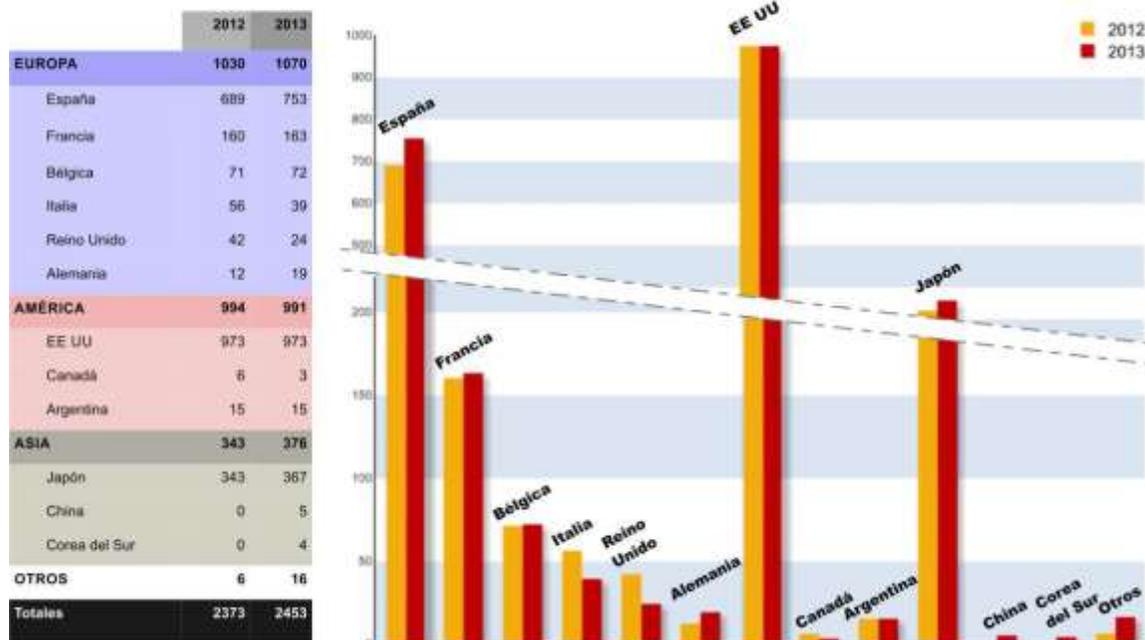
Según información entregada vía correo electrónico por el Dpto. de Estudios y documentación el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, las últimas cifras (julio 2014) sobre la edición de cómics, informan que se incrementó el último año un 16,6%, pasando de 2.056 ISBN en 2012 a 2.398 en 2013. Es el segundo año consecutivo de ascenso tras las bajadas experimentadas entre los años 2010 y 2011, por lo que puede hablarse de cierta recuperación en términos de producción. Los libros traducidos en esta materia representan el 70,4% del total de los 2.398 cómics editados el pasado año. Y los cómics suponen el 2,7% del total de la producción editorial de 2013 (89.130 ISBN).

Cataluña es la comunidad autónoma con mayor número de ISBN en esta materia. El ejercicio anterior se editó en Cataluña 1.742 títulos de cómics, representando el 72,6% del total de la edición de estos en España (2.398 ISBN). Tras Cataluña se sitúan la Comunidad de Madrid, con 262 ISBN (el 10,9%) y la Comunidad Valenciana, con 137 ISBN (5,7%).

En castellano se publicaron el pasado año el 86,1% de los títulos de cómics (2.065 títulos), lengua seguida por el francés, que supone el 5,1% (123 títulos), y el catalán, que representa el 4,1% (98 ISBN).

3. Proporción de servicios importados

ORIGEN DE LOS LANZAMIENTOS



Fuente: Informe Tebeosfera, 2013

Tal como ya se señaló y se muestra en la gráfica anterior, en relación al total de los cómics publicados, el 30,7% fueron de producción española en 2013, cerca de un tercio, de producción extranjera fueron el 69,3%, y procedentes de América del Norte 39,78% (descontadas las historietas argentinas).

Además, se evidencia un leve aumento en las publicaciones traducidas provenientes de Francia y Bélgica. Las alemanas en tanto, tuvieron un mayor crecimiento –considerando que entre ellas se encontraban las cortas historietas incluidas en la revista Top Model, de la editorial Depesche–, mientras que las de origen italiano y británico descendieron. La traducción de cómic books estadounidenses se mantuvo estable, por sobre las novecientas unidades anuales; el cómic de Canadá fue traducido en pequeñas cantidades, si bien parte de las

creaciones de los canadienses provenían de ediciones estadounidenses. En cuanto a los libros de historietas argentinos, estos demostraron crecimiento en presencia el año 2013, pero cabe mencionar que algunas obras fueron en realidad primera edición en España, como el caso de La Calambre, de editorial La Cúpula. El denominado manga, que aún abarca una gran cantidad de lectores, alcanzó el último año uno de los porcentajes más bajos de la última década, apenas rebasando el 15% del total. El mercado asiático obtuvo una mínima presencia en las traducciones. Tendencia iniciada en 2010, año en el cual drásticamente bajaron las traducciones provenientes de China y Corea, específicamente. Finalmente mencionar la escasez de obras portuguesas para 2013, año en el cual sólo hubo una representante: La Peor Banda del Mundo, de editorial Devir.

4. Dinamismo de la demanda

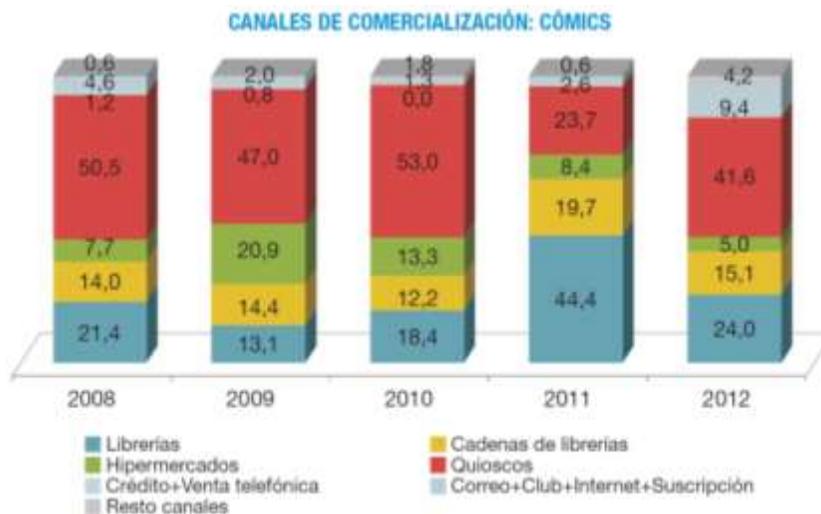
Como se ha podido observar en las estadísticas de comercio, el mercado ha ido a la baja durante los últimos años, debido a la crisis económica. Sin embargo, España comienza a salir de la recesión que ha vivido, lo que permitiría que las personas reactivaran su consumo en ocio que han sido perjudicados por la evolución de la economía.

Por otra parte, según del estudio Hábitos de lectura y compra de libros 2012, el 13,2% de la población española de 14 y más años lee cómics al menos una vez al trimestre, con un aumento del 0,6% con respecto a 2011 (últimas cifras disponibles).

5. Canales de Distribución

De acuerdo con los datos de publicados por la Federación de Editores en su informe “Comercio Interior del Libro”, el quiosco se mantiene desde hace años como el canal de venta de cómics por excelencia (41,6%), seguido por las librerías (24%) y las cadenas de librerías (15,1%). Estos suponen el 80,7% de la facturación total de esta material. Tras ellas, los canales de venta a distancia (venta por suscripción, por correo o a través de clubs del libro).

El canal de los quioscos ha vuelto a subir hasta casi recuperar valores del año 2010, mientras que las librerías descendieron más de 20 puntos porcentuales.



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: CÓMICOS						
	2008	2009	2010	2011	2012	2012-2011
Total (millones euros)	84,87	79,30	85,23	94,40	55,16	-39,25
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	21,4	13,1	18,4	44,4	24,0	-20,5
Cadenas de librerías	14,0	14,4	12,2	19,7	15,1	-4,7
Hipermercados	7,7	20,9	13,3	8,4	5,0	-3,5
Quioscos	50,5	47,0	53,0	23,7	41,6	17,9
Crédito+Venta telefónica	1,2	0,8	0,0	0,5	0,8	0,3
Correo+Club+Internet+Suscripción	4,6	2,0	1,3	2,6	9,4	6,8
Resto canales	0,6	1,7	1,8	0,6	4,2	3,6
Correo	1,5	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0
Clubs del libro	0,0	0,1	0,0	0,6	1,0	0,4
Internet	2,8	0,6	0,1	0,3	0,2	-0,1
Suscripción	0,3	0,9	1,0	1,7	8,2	6,5
Venta por teléfono o telemarketing	0,0	0,4	0,0	0,5	0,8	0,3
Crédito	1,2	0,4	0,0	—	0,0	0,0

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

Los principales editores españoles de acuerdo al número de publicaciones de cómic el 2013 son PANINI, ECC, Norma, Planeta-DeAgostini, Salvat, e IVREA, los cuales cuentan con más de 100 títulos editados este último año.

- **PANINI España:** es el editor más potente del sector, con 518 publicaciones, publicó casi el doble de títulos que cualquiera de sus competidores. De estos, 102 publicaciones fueron con autor español. Esta editorial es responsable de más de una quinta parte de todas las publicaciones de España. Fue fundada en 1961 en Modena, Italia, lugar donde cuenta con sus oficinas centrales. Cuentan con 21 oficinas internacionales; cuentan con una oficina española en Torroella de Montgrí, Cataluña.
- **ECC Ediciones:** con 274 publicaciones en el 2013, es responsable del 11.17% de todas las publicaciones de España. 48 de sus publicaciones incluyeron algún autor español. Fue fundada en 2011 y cuentan con su sede principal en Barcelona. Forma parte del catálogo del cómic y tiene operaciones en los países de habla hispana en Sudamérica.
- **Norma Editorial:** con 272 publicaciones en el 2013, es responsable del 11.09% de todas las publicaciones de España. De sus publicaciones, 24 fueron con autor español. Existía ya desde 1977, como agencia de representación de autores, pero comenzó con su modelo actual en 1981. Tiene su sede principal en Barcelona.
- **Planeta-DeAgostini:** desciende en volumen con respecto a años anteriores, con 221 publicaciones y 56 con autor español. Así obtienen el 9.01% del mercado español. Forma parte del Grupo Planeta que tiene su sede en Barcelona. Desde su fundación en 1985, han expandido sus operaciones a Portugal y a 7 países de Latinoamérica.
- **Salvat Editores:** este año publicó 126 títulos, de los cuales la mitad (61) tuvieron autores españoles. Esto equivale al 5.14% del mercado español. Con su fundación en 1869, fue altamente conocida por sus enciclopedias. Tiene su sede en Barcelona, pero en 1988 fue adquirida por la editorial francesa Hachette-Matra.
- **IVREA:** la última de las grandes editoriales, publicó 113 títulos en el 2013, de los cuales ninguno involucró un autor español. Es responsable del 4.61% del mercado de España. Fue fundada en 1997 en Buenos Aires, donde cuentan con su sede principal. Desde entonces, han abierto operaciones en Barcelona y Helsinki.

7. Marco legal y regulatorio del subsector

En España, el marco legal del subsector de la Prensa e Imprenta se ve regulado y protegido por la Ley 14/1966 de 18 de marzo, la cual especifica que:

- El derecho a la libertad de expresión de las ideas reconocido a los españoles en el artículo 12 de su Fuero se ejercerá cuando aquéllas se difundan a través de impresos, conforme a lo dispuesto en dicho Fuero y en la presente Ley.
- Se presume que existe difusión de un impreso cuando no se encuentre, ya sea en poder del autor, del editor o del impresor, la totalidad de los ejemplares, salvo los de depósito a que se refiere el artículo 12.
- Un Estatuto especial regulará la impresión, edición y difusión de publicaciones que, por su carácter, objeto o presentación, aparezcan como principalmente destinadas a los niños y adolescentes.
- Toda persona, natural o jurídica, de nacionalidad española y con residencia en España, que se encuentre en pleno ejercicio de sus derechos civiles y políticos, podrá constituir o participar en Empresas que tengan por objeto principal la realización, por cuenta propia, de las publicaciones unitarias referidas en el artículo 10 de esta Ley. Dichas Empresas se denominarán «Empresas editoriales».
- Podrán participar en ellas hasta un 50 por 100 de su patrimonio social o capital, los españoles no residentes en España, en quienes concurren los restantes requisitos anteriormente señalados y las personas naturales pertenecientes a los países de las áreas idiomáticas española y portuguesa.
- Si la publicación unitaria fuera editada por cuenta de su autor y sin pie editorial, dicho autor asumirá la responsabilidad y deberes de la Empresa editorial, siendo subsidiariamente responsable el impresor.

Fuente: Noticias Jurídicas de España

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: En derecho de autor la obra está protegida desde que se materializa, el registro no da el derecho, pero es una prueba que puede serle de mucha utilidad al autor en el caso de que se vea en la necesidad de defender su autoría.

Hay tres medios para efectuar el registro de la propiedad intelectual

1.- Registro de la Propiedad Intelectual: organismo administrativo creado para proteger los derechos de propiedad intelectual. Según la Ley, se presumirá, salvo prueba en contrario, que los derechos inscritos existen y pertenecen a su titular, en la forma determinada, en el asiento registral respectivo. Además, a efectos probatorios, de cara a un eventual procedimiento judicial, puede constituir prueba importante de la paternidad de la obra.

Inscripción de derechos en el Registro de la Propiedad Intelectual www.agencviaisbn.es

2.- Safe Creative: registro gratuito de propiedad intelectual que funciona a través de Internet. Esta iniciativa española trata de ayudar al creador a certificar la autoría de una obra y complementa a otras propuestas que han surgido en los últimos años para simplificar la gestión de los derechos de autor. El registro es gratuito y puede hacerse desde Internet. www.safecreative.org

3.- Creative Commons: organización no gubernamental sin ánimo de lucro que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad, por medio de nueva legislación y nuevas tecnologías.

Las licencias Creative Commons o CC están inspiradas en la licencia GPL (General Public License) de la Free Software Foundation, sin embargo no son un tipo de licenciamiento de software. La idea principal es posibilitar un modelo legal ayudado por herramientas informáticas para así facilitar la distribución y el uso de contenidos.

Existe una serie de licencias Creative Commons, cada una con diferentes configuraciones o principios, como el derecho del autor original a dar libertad para citar su obra, reproducirla, crear obras derivadas, ofrecerla públicamente y con diferentes restricciones como no permitir el uso comercial o respetar la autoría original.

El registro es gratuito y puede hacerse desde Internet. www.creativecommons.org/international/es/

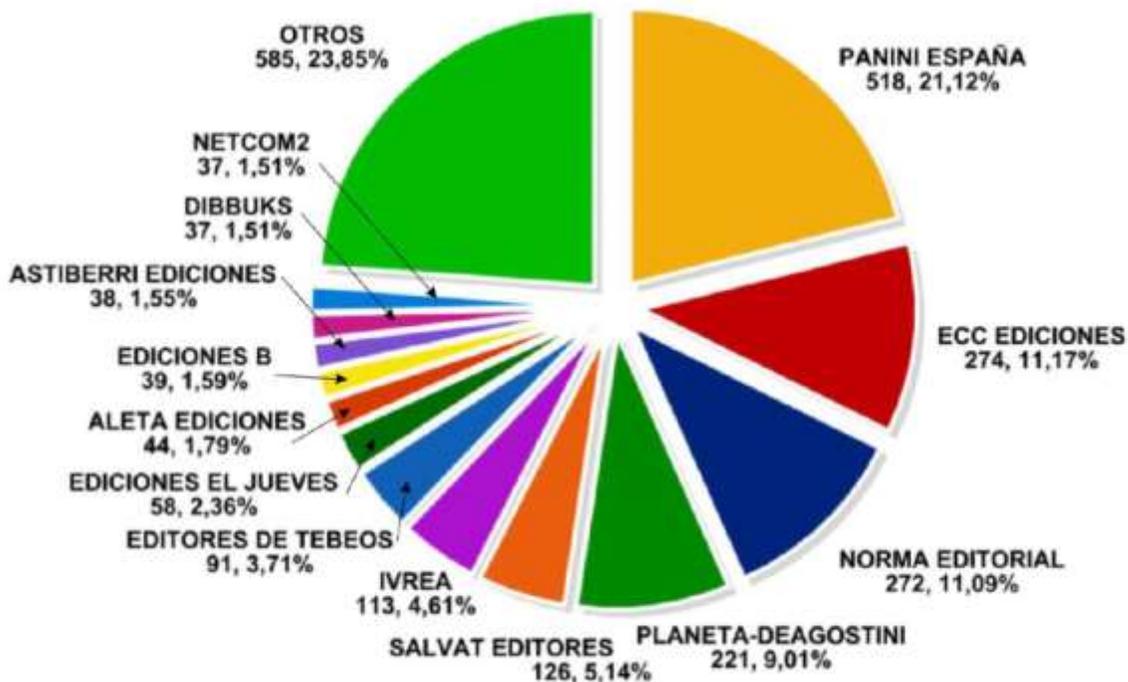
8. Tendencias comerciales del sector

Como se ha enfatizado en distintos puntos de este informe, las tendencias apuntan hacia una digitalización del mercado, en cuanto a la entrega de los productos, aumentando las preferencias por la adquisición de los productos de manera online. Esta tendencia se está notando a nivel de productos desarrollados para los nuevos formatos asociados a los teléfonos inteligentes y tabletas, los que han llevado a generar un giro en la industria dentro de las plataformas digitales.

VI. Competidores

1. Principales proveedores externos

Tal como se describe en el Capítulo V - pto. 6 de este documento, los principales actores/competidores del sector del cómic y de acuerdo al tipo de industria analizada de origen español y externos serían:



2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Los competidores que se enfrentan en el mercado de los cómic entregan más servicios asociados ya que muchos ofrecen sus cómic en línea, venden mercancías relacionadas a los temas de sus publicaciones e incluso ofrecen diferentes publicaciones que no son cómic.

En el primer caso, se tiene a Norma Editorial como ejemplo, que ofrece historietas como ¡ATOMIC ROBO! Y Zahra's Paradise publicadas en su página web y en otras páginas (i.e. www.cimoc.com) para alcanzar un público más extenso.

También se tiene como ejemplo a ECC Ediciones, quien ofrece a la venta mercancías relacionadas con sus publicaciones. Ofrecen Figuritas y Tazas Little Mates, al igual que bolígrafos. También ofrecen fundas para revistas y cartas al igual que carpetas y separadores de libros para complementar su línea de publicaciones.

Por último, algunos competidores, como Salvat Editores, ofrecen diferentes publicaciones que no son cómic. En el caso de Salvat, tienen una línea de enciclopedias que publican y venden.

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Los segmentos en que trabajan las distintas editoriales dependen fuertemente en la frecuencia de sus publicaciones. Existe periodicidad de carácter: trianual, bianual, anual, semestral, cuatrimestral, trimestral, bimestral, mensual, quincenal, semanal y diario.

Al contrario de lo que sucedía a mediados del siglo XX, cuando las publicaciones eran mayoritariamente mensuales, en años recientes se han incrementado las publicaciones de diferentes frecuencias; aunque las publicaciones mensuales y bimestrales siguen siendo las más comunes, con las publicaciones semanales creciendo rápidamente en los últimos años.

Al igual, los segmentos de las publicaciones se reparten en sus temáticas. Existen tebeos de temática: infantil, aventurero, drama, romántico, y sátira. Siendo los aventureros e infantiles los más populares.

4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

De acuerdo a la publicación de la Federación de Gremios de Editores de España - Comercio Interior del Libro en España 2013, los precios de los cómics serían:

- Precio Medio de los Libros-Cómic

Año 2013	Facturación (millones de €)	Ejemplares vendidos (miles de ejemplares)	Precio medio
TOTAL	2.181,97	153.828,03	14,14
Cómics	53,54	6.989,35	7,66

- Precio Medio de los Libros - Evolución

	2009	2010	2011	2012	2013	2012-2013
Global (En euros)	13,17	12,67	13,87	14,52	14,18	-0,34
Cómics	9,45	4,05	7,85	7,3	7,66	0,36

Precio Venta Consumidor: por citar algunos ejemplos de estos valores de venta de los cómics en España de las principales editoriales se tiene:

PANINI: www.paninicomics.es

Los valores de los cómics dependen en la exclusividad y dificultad de encontrar el cómic particular. Los precios de un libro común y corriente de historietas hoy en día pueden variar desde los €1,95 hasta aproximadamente €5,00. Cabe mencionar que actualmente es común encontrar nuevos formatos; libros con tapa dura y una extensión de hasta 600 páginas. Sus precios comienzan en €11,95.

Tiendas online:



Poderosos Vengadores -
Editorial Panini
Marvel España
(Comic Book, 24 pgs. - €1,95)



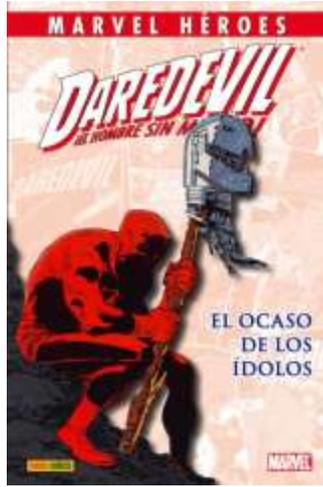
Salvaje Lobezno - Editorial
Panini
Marvel España
(Comic Book, 48 pgs. -€3,50)



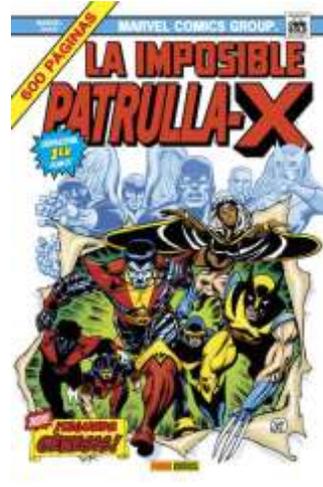
Spiderman Superior – Editorial
Panini
Marvel España
(Tomo, 120 pgs. - €6,95)



Marvel Deluxe. Capitán América
 - Editorial Panini
 Marvel España
 (Libro en tapa dura, 264 pgs. -
 €22,00)



Marvel Héroes – Editorial
 Panini
 Marvel España
 (Libro en tapa dura, 504 pgs. -
 €34,95)



**Marvel Gold. La Imposible
 Patrulla-X** (2ª edición) –
 Editorial Panini
 Marvel España
 (Libro en tapa dura, 600 pgs. -
 €39,95)

Fuente: Sitio web oficial Editorial Panini – Julio 2014

ECC Ediciones: www.eccediciones.com



Superman - Editorial ECC
 (Serie regular, 48 pgs. - €3,95)



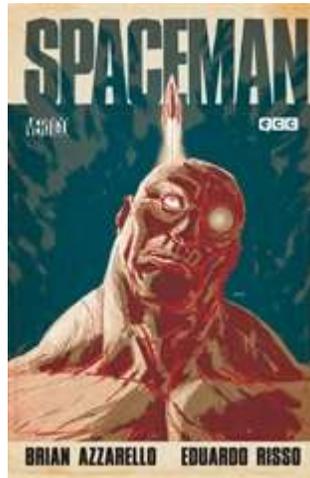
Doc Savage - Editorial ECC
 (Manga, 200 pgs. -€6,95)



Doc Savage - Editorial ECC
 (First Wave, 168 pgs. -
 €15,50)



V de Vendetta – Editorial ECC
(Vértigo, 288 pgs. – €19,99)



Spaceman- Editorial ECC
(Serie regular, 224 pgs. - €20,00)

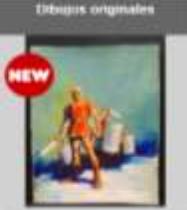
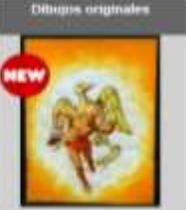


Superman y la Legión de Superhéroes – Editorial ECC
(Novela gráfica, 240 pgs. - €23,05)

Para un análisis aparte, son la venta de los cómic de colección o ediciones antiguas que dependen de la exclusividad y dificultad de encontrar el cómic particular. Una historieta común puede costar tan poco como \$10 USD mientras que los cómics coleccionables pueden subastarse por un precio de hasta \$50.000 USD.

Ejemplo precio de comics antiguos en tiendas online:

Productos destacados

Dibujos originales	Dibujos originales	Dibujos originales	Dibujos originales
 <p>NEW</p> <p>Kelly el Ojo Mágico 12 portada dibujo original Enrich Vertice 500,00 €</p>	 <p>NEW</p> <p>Selecciones Vertice 46 portada dibujo original Lopez Espi Vertice 400,00 €</p>	 <p>NEW</p> <p>Selecciones Vertice 43 portada dibujo original Lopez Espi Vertice 450,00 €</p>	 <p>NEW</p> <p>Selecciones Vertice 55 portada dibujo original Lopez Espi Vertice 500,00 €</p>
Tebeos	Tebeos	Tebeos	Tebeos
 <p>OFERTA</p> <p>Rip Kirby colección 15 tomos encuadernados Margari 500 €</p>	 <p>OFERTA</p> <p>Mandrake Merlin el Mago Colección 7 Tomos Margari 400,00 €</p>	 <p>OFERTA</p> <p>Roberto Alcazar y Pedrin Col Completa 16 tomos Carbonel Barra S.L. 400,00 €</p>	 <p>OFERTA</p> <p>Teniente Blueberry tomos integral Grijalbo Ediciones, Junior S.A. 200,00 €</p>

<http://www.continuara.org/tebeos-antiguos-coleccionismo>

VII. Indicadores de demanda para el servicio

La demanda del servicio de edición/desarrollo de videojuegos va a ser afectada directamente por los siguientes factores asociados a la economía, y a la industria de videojuegos a nivel nacional y mundial:

- Crecimiento económico: Si España logra un periodo en donde pueda dejar atrás la recesión, las preferencias de los consumidores podría cambiar, llevando a generar una mayor disponibilidad para gastar en ocio y otras necesidades de menos relevancia.
- Innovación en el Cómic Digital: Desde el comienzo y desarrollo del internet en los años noventa, ha comenzado lo que se conoce como el Cómic Digital, o webcomic, que ha revolucionado la industria de tebeos. Si estos webcómic continúan a crecer (han encontrado en el mercado español en el 2009), podrá cambiar la manera en la que funciona esta industria.
- Fomento de Lectura en España: El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en conjunto con la Subdirección General han formado un Plan de Fomento de la Lectura, enfocado en jóvenes españoles. Dentro del plan, se incluye la lectura de los cómics.

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

Existen diferentes formatos para publicar: cuaderno o revista de o con historietas, libros de historietas o con historietas, y antologías de viñetas. Esta división entre “de” y “con” historietas obedece a que, por ejemplo, los cuadernos grapados pueden ofrecer un contenido homogéneo (los habitualmente conocidos con el extranjerismo comic book) o bien variado, como ocurre con las revistas de tamaño algo mayor integradas por varias series distintas y secciones escritas, ilustradas o de otro tipo.

En el 2013 se publicaron 416 cuadernos, 129 revistas, 85 revistas con cómic, y 4 folletos y otros. Todos estos números son superiores a los datos del 2012 (con excepción a los folletos que disminuyeron).

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Robert Kirkman, el creador de The Walking Dead, afirmó que “Marvel está destruyendo la industria del cómic”. Durante la celebración del Image Expo en enero del 2014, Kirkman dijo que Marvel “no está haciendo bien su trabajo” ya que están publicando “buenos materiales”, pero la forma de dirigir de los altos ejecutivos de Marvel están trayendo “efectos negativos” por falta de visión a largo plazo.

La Asociación Cultura Tebeosfera (ACyT) declara que éste último año la industria del cómic en España se ha estabilizado, con un tamaño debajo de los 2.500 títulos anuales.

David López, uno de los dibujantes españoles más exitosos de la industria, dice que “la industria del cómic es más atrevida formalmente de lo que nos creemos.” En otra entrevista comentó que “A nivel industrial, cada vez se producen cómics mejores, se leen más cómics -por lo menos en España- y, ahora queda transformarlo en tejido industrial. En gente que pueda vivir de ello a tiempo completo. Está el desafío de Internet, la piratería. Lo que significa todo esto es que tienes mucha gente que quiere leer cómics. Lo que tiene que hacer la industria es adaptarse, encontrar una solución o desaparecer.”

Tras conversar con el Ministerio de Educación, cultura y Deporte, y las principales editoriales del sector, Norma, Planeta y PANINI, se concluye que el sector creador del Cómic chileno es desconocido en este mercado, lo que no implica que tenga su espacio.

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

En los últimos años, se ha visto una tendencia a comenzar a utilizar plataformas digitales para publicar los tebeos, llamados webcómic. Por ello, la recomendación de la Oficina Comercial es tomar ventaja de esta tendencia y penetrar el mercado español con esta innovadora preferencia de publicar. No solo facilitará y acelerará la producción y distribución de las historietas, sino que con las plataformas de traducción actuales, facilitará la distribución a otros idiomas (catalán/valenciano, gallego, etc.), todo con un costo significativamente más bajo. Esta oportunidad de mercado, combinado con los proyectos de fomento de lectura del Ministerio de Cultura, y la falta de innovación por parte de la competencia local, favorecen la situación de nuevos proyectos extranjeros.

Tal como se ha visto en el Informe Tebeosfera, hay una gran importancia en tener autores españoles, por lo que se aconseja estar asociado con alguna editora española que tenga como contacto a autores españoles que están activos en el sector a modo de introducción en el mercado.

XI. Contactos relevantes

Asociaciones:

- Asociación de Autores de Cómic de España, <http://www.autoresdecomic.com/>
- Asociación Española de Amigos del Cómic, <http://www.expocomic.com/index.php/la-asociacion/>
- Asociación de Críticos y Divulgadores de Cómic de España, <http://www.acdcomic.es/>
- Asociación de Lectores de Cómic de Novelda, <http://www.alcnovelda.com/>

Ferías:

Salón Internacional del Cómic de Granada

www.saloncomicgranada.com

Se realiza en la ciudad de Granada (Andalucía)

Del 7 al 9 de marzo 2014

Salón del Cómic y Manga

<http://ficomic.com/inicio.cfm>

Se realiza en la ciudad de Barcelona

Del 30 de octubre al 2 de noviembre 2014

Animacómic Málaga. Salón de la Animación, el Manga y el Cómic

<http://www.animacomic.es/2014/>

Se realiza en la ciudad de Málaga (Andalucía)

Del 5 al 6 de Julio 2014

Expocómic Madrid, también llamado Salón Internacional del Tebeo de Madrid

www.expocomic.com

Se realiza en la ciudad de Madrid del 12 al 14 de diciembre 2014

Feria del Libro de Madrid

www.salonliber.es

Se realiza en la ciudad de Barcelona del 1 al 3 de octubre 2014. La edición 2015 se realizará en Madrid del 30 de septiembre al 2 de octubre

XII. Fuentes de información (*Links*).

- Informe de la Industria Española 2013, Asociación Cultural Tebeósfera <http://asociacionculturaltebeosfera.blogspot.com.es>
- PANINI España, www.paninicomic.es
- ECC Ediciones, www.eccediciones.com
- Norma Editorial, www.normaeditorial.com
- Planeta-DeAgostini, www.planeta.es
- Salvat Editores, www.salvat.com
- Ivrea, www.editorialivrea.com
- El Cómic en España, Ministro de Cultura de España http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/COMIC_2010.pdf
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, www.mecd.gob.es
- Europa Press, <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-mercado-espanol-publicidad-online-crecera-49-proximos-cinco-anos-20131029152530.html>
- Noticias Jurídicas de España, http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l14-1966.html#c1