

# PMS

## Estudio de Mercado Servicios de Narrativa Gráfica

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

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



<b>Tabla de contenidos.....</b>	<b>1</b>
<b>I. Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>4</b>
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
<b>II. Identificación del servicio.....</b>	<b>6</b>
1. Nombre del servicio.....	6
2. Descripción del servicio.....	6
<b>III. Descripción general del mercado importador.....</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado.....	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios.....	8
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	8
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios.....	8
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles.....	8
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios..	9
<b>IV. Descripción sectorial del mercado importador.....</b>	<b>9</b>
1. Comportamiento general del mercado.....	9
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio.....	10
3. Proporción de servicios importados.....	12
4. Dinamismo de la demanda.....	13
5. Canales de comercialización.....	14
6. Principales players del subsector y empresas competidoras.....	15
7. Marco legal y regulatorio del subsector.....	15
8. Tendencias comerciales del sector.....	16
<b>V. Competidores.....</b>	<b>17</b>
1. Principales proveedores externos.....	17
<b>VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios.....</b>	<b>17</b>
<b>VII. Indicadores de demanda para el servicio.....</b>	<b>18</b>
<b>VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....</b>	<b>18</b>
<b>IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..</b>	<b>19</b>

X. Fuentes de información (Links).....20

XI. Anexos.....21

*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.*

# I. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

El sector de la Narrativa gráfica e Ilustración perteneciente al campo de las “Industrias Creativas” se hace cargo de la producción y prestación de servicios de “contenidos narrativos impresos y digitales” involucrando a guionistas, dibujantes, coloristas y editores.

La comercialización de los “contenidos narrativos” va desde revistas de circulación periódica, cómics, novelas gráficas, ilustraciones específicas hasta la prestación de servicios de los profesionales vinculados al sector.

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

De acuerdo a los documentos recopilados sobre la oferta chilena, existe potencial de internacionalización de la misma ya sea por la tradición o por los recientes casos de éxito. Sin embargo, será vital acercar estas características a la demanda canadiense.

Basado en los recientes éxitos logrados por algunos profesionales del área en Estados Unidos, tal vez sea el momento preciso para desarrollar una imagen sectorial que potencie la imagen del sector no sólo en el mercado canadiense sino que también a nivel mundial.

## 3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.

La estrategia comercial que se recomienda en primer lugar tiende a acercar la oferta chilena a la demanda canadiense. Como se podrá observar más adelante, los productos y servicios chilenos derivados de la narrativa gráfica son prácticamente desconocidos en este mercado. En base a ello se hace recomendable el envío de portafolios de productos para distribuir a potenciales clientes, como el desarrollo de material promocional en línea (sitio web, redes sociales, etc.) en inglés, y francés para el mercado quebequense.

Luego, es recomendable visitar el mercado para crear un lazo más cercano con la potencial demanda local, y visitar algunos de los eventos relacionados con el sector de la narrativa gráfica en las dos provincias que poseen el mayor dinamismo comercial y a su vez distintas orientaciones. Por un lado Ontario se encuentra fuertemente influenciado por el desarrollo estadounidense y Quebec sigue más la tendencia franco-belga.

#### 4. Análisis FODA.

		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
ESTRATEGIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Misión de prospección al mercado</li> <li>Desarrollo de competencias</li> <li>Participación en los festivales de cómics y novelas gráficas en Canadá</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talento y alta calidad profesional en las distintas fases de la producción de la industria en Chile.</li> <li>Tradición de más de 100 años de Narrativa Gráfica en Chile.</li> <li>Presentes en mercados altamente competitivos (EEUU, Francia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baja producción de novelas gráficas de editoriales nacionales.</li> <li>Débiles programas estatales de apoyo al sector en el ámbito de la creación, fomento e internacionalización.</li> <li>Pequeño mercado editorial de cómics a nivel nacional.</li> <li>Bajo desarrollo de marca de la oferta nacional</li> </ul>
	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado maduro</li> <li>Alto desarrollo de contenidos ligados al desarrollo de la industria de video juegos</li> <li>Tendencia a la subcontratación de editoriales internacionales de cómic del proceso productivo.</li> <li>La prestación de los servicios profesionales puede ser distribuido por plataformas de T.I.</li> <li>Aumento del consumo de contenidos de la narrativa gráfica a nivel Internacional..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a conocer los éxitos de la oferta nacional en mercado altamente competitivos y maduros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de imagen sectorial con presencia constante en los redes sociales digitales</li> </ul>
FACTORES EXTERNOS	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grandes producciones internacionales presentes</li> <li>Cercanía con otros mercados altamente desarrollados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas al mercado y creación de lazos comerciales</li> </ul>

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Narrativa Gráfica e ilustración

### 2. Descripción del servicio

El sector de la Narrativa Gráfica e Ilustración, perteneciente al campo de las “Industrias Creativas”, se hace cargo de la producción y prestación de servicios de “contenidos narrativos impresos y digitales” que involucran a guionistas, que son los que realizan el guion de la historia, dibujantes, los que realizan los bocetos, coloristas, quien aplica el color a las historietas, y editores, quienes publican.

Los “contenidos narrativos” que se comercializan van desde revistas de circulación periódica, cómics, novelas gráficas, ilustraciones específicas hasta la prestación de servicios de los profesionales vinculados al sector.

El presente estudio se concentrará más en la comercialización de los libros, cómics y novelas gráficas de manera de dar a conocer una visión del mercado en general al sector exportador chileno.

## III. Descripción general del mercado importador

### 1. Tamaño del mercado

Canadá tiene aproximadamente 35 millones de habitantes, 90% de los cuales reside en un radio de 160 kilómetros de la frontera con los Estados Unidos. La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Las ciudades más importantes, según el número de habitantes, son:

Toronto (5.9 millones), Montreal (3.9 millones), Vancouver (2.5 millones), Ottawa-Gatineau (1.3 millones) y Edmonton (1.2 millones)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver, ubicándose en las provincias de Ontario, Quebec y British Columbia respectivamente.

Con frecuencia, las ciudades de Toronto y Vancouver son escogidas para testear el comportamiento inicial del mercado canadiense inglés. En tanto, Quebec representa la parte francesa de Canadá.

Finalmente, cabe destacar el rol fundamental que juega el sector servicios en la economía canadiense, representando el 70% del producto del año 2014<sup>1</sup>, aunque hay que tener en cuenta que Canadá es bastante dependiente de sus abundantes recursos naturales (minería, petróleo, etc.) y de su comercio exterior, principalmente con EE.UU.

## 2. Crecimiento en los últimos 5 años

A pesar de las numerosas transformaciones que están ocurriendo en el mercado canadiense, quizás el cambio más dramático en la economía local es la mayor importancia que ha adquirido el sector servicios. Si bien las industrias productoras de bienes representan el 29,9% del PIB nacional, el sector servicios es mucho mayor, no sólo emplea a 3 de cada 4 canadienses sino que además genera dos tercios del producto nacional bruto<sup>2</sup>.

Canadá logró un crecimiento marginal en 2010-14 y planea equilibrar el presupuesto para el año 2015 a pesar de la reciente caída de los precios del petróleo. Además, el sector petrolero local se está expandiendo rápidamente debido a las arenas bituminosas de Alberta las cuales aumentaron significativamente las reservas de petróleo en Canadá. Por ahora el país ocupa el tercer lugar en el mundo en reservas de petróleo después de Arabia Saudita y Venezuela, siendo el quinto mayor productor de petróleo del mundo.<sup>3</sup>

Respecto al consumo de libros en Canadá se pueden mencionar algunas estadísticas que hablan de la gran importancia dentro del desarrollo cultural del país. De acuerdo a una encuesta desarrollada por la empresa ENVIRONICS en 2013<sup>4</sup>, 82% de los canadienses mencionan leer libros solamente por placer y de ellos un 70% prefiere los libros impresos sobre las revistas, diarios y blogs. Por otra parte, se menciona que el nivel de educación está fuertemente conectado al consumo de libros por placer, aunque el nivel de ingresos no lo es. Se menciona que los que más leen son familias con ingresos entre los US\$27.900.000 y bajo los US\$46.500 al año. Además, a pesar del alto porcentaje de canadienses que lee por placer, un 12% menciona que ha leído menos que el año pasado y un 5% admite no leer nada por placer.

El estudio antes mencionado también comenta que un 49% declara haber utilizado los servicios de las bibliotecas públicas, 45% menciona haber incrementado su lectura de libros electrónicos con respecto al año pasado. Lo anterior se traduce que, si bien existe un cambio en el formato, los hábitos de lectura han sido y seguirán siendo un motor para el desarrollo del mercado del libro en todas sus categorías.

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

Canadá es un país desarrollado, que figura entre las naciones más ricas del mundo, y presenta un entorno político y socioeconómico estable.

A nivel político, es una monarquía constitucional dependiente de la Corona Británica, por tanto la autoridad máxima es la Reina Isabel II de Inglaterra, quien es representada localmente por el Gobernador General. En tanto, el Jefe de Gobierno es el Primer Ministro, rol en el que actualmente se desempeña Stephen Harper, líder del partido Conservador.

---

<sup>1</sup> Fuente: World Trade Atlas

<sup>2</sup> Fuente: The World Factbook

<sup>3</sup> Fuente: The World Factbook

<sup>4</sup> Fuente: Environics – National Reading Campaign – Survey report.

Al analizar el escenario económico del último tiempo, Canadá no ha estado al margen de la desaceleración económica mundial. No obstante, los indicadores exhiben una tendencia de recuperación, dejando en evidencia que la economía canadiense se mantiene resiliente a la crisis de la Zona Euro y al entorno económico de EE.UU., su principal aliado comercial.

Finalmente, cabe mencionar que en un horizonte de corto a mediano plazo, no se vislumbran cambios estructurales en el modelo económico canadiense, ni mayores amenazas al sector servicios, como eventuales impuestos adicionales o barreras regulatorias de distintas índoles.

#### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

En general existen políticas pro-servicios en Canadá. Específicamente en el sector del libro y editoriales se puede destacar ciertas ventajas tanto a nivel federal como provincial. Para las provincias de Quebec, Ontario y British Columbia, el gobierno provincial da créditos reembolsables en impuestos. Estas instancias se explicarán más adelante.

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

Existen instituciones como Export Development Canada (EDC)<sup>5</sup> que proveen apoyo financiero a empresas canadienses con operaciones en mercados internacionales, mediante instrumentos como seguros contra incobrables, seguros para activos contra riesgo político del país, distintos tipos de financiamiento de exportaciones y garantías para clientes extranjeros. Adicionalmente, EDC<sup>6</sup> promueve la inversión directa canadiense en el extranjero y la inversión extranjera hacia Canadá, actuando conjuntamente con otras instituciones financieras y con el Gobierno de Canadá.

#### 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

El gobierno de Canadá compra aproximadamente US\$11,55 mil millones en bienes y servicios cada año. La compra y venta de servicios públicos y/o relacionados con el gobierno canadiense están determinadas por el departamento de Trabajos Públicos Y Servicios (Publics Works and Government Services Canada), donde las empresas deben registrarse para ser proveedores del gobierno. Para mayor información, visitar la página web: <https://buyandsell.gc.ca/>

#### 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

La infraestructura comunicacional canadiense es muy importante para los habitantes dado que les permite participar de la vida económica, cultural y social del país. A continuación se presentan algunas de las cifras recogidas del estudio Communications Monitoring Report de 2013 el cual menciona que, del total del gasto individual, los canadienses gastaron más en servicios telefónicos inalámbricos (36%), que en televisión (19%) y telefonía residencial (17%).

<sup>5</sup> Export Development Canada (EDC): [www.edc.ca](http://www.edc.ca)

<sup>6</sup> Export Development Canada (EDC): [www.edc.ca](http://www.edc.ca)

En promedio, durante el 2013, los canadienses desarrollan cuatro o cinco actividades comunicacionales simultáneamente. Por ejemplo, pueden tener una conversación con su teléfono residencial, mirar la televisión, navegar en internet y utilizar su teléfono celular el mismo tiempo.

Alrededor de un 20,4% de los canadienses posee un celular como única forma de servicio telefónico. En 2012, la cifra era de 15,7% lo que significa un aumento considerable (Statistics Canada, Residential Telephone Service Survey 2014).

La CRTC, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, guiada por su mandato, busca asegurar que los canadienses tengan acceso a un sistema de comunicaciones de clase mundial. Este objetivo está sostenido bajo tres pilares: crear, conectar y proteger.

## 8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios

Canadá posee una gran preocupación por el desarrollo cultural e intelectual de su población por lo que destaca la gran variedad de beneficios que favorecen el desarrollo de las industrias creativas en general.

Respecto a las publicaciones literarias, el The Department of Canadian Heritage, reestructuró el Book Publishing Industry Development Program (BPIDP) pasando a llamarse Canada Book Fund desde el 2010 con un presupuesto anual para el financiamiento de la industria canadiense de US\$28,44 millones. Dentro del plan de acción para el 2015 este presupuesto fue suplementado en US\$6,48 millones.

Los editores de la Provincia de Ontario, tienen acceso a varias vías de financiamiento y beneficios provinciales tales como créditos de impuestos (Book Fund, the Export Fund and the Ontario Book Publishing Tax Credit (OBPTC)), los cuales apoyan al desarrollo y crecimiento de la industria local.

Otras fuentes de financiamiento a nivel federal o provincial son el Canada Council's Book Publishing Support program (Emerging Publisher and Block Grant) y el Ontario Arts Council's Block Grants to Book Publishers.

# IV. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Comportamiento general del mercado

Dentro de las características generales del consumidor canadiense de libros, el estudio Book Buyers Across Canada destaca a las mujeres como las mayores consumidoras de este producto con un 57% del mercado total<sup>7</sup>.

En temas de consumo, los canadienses programan con anticipación su compra de libros, saben de antemano qué comprar y dónde hacerlo. Los canadienses que viven más al centro del país son los más programados al momento de consumir este producto por lo que podrían ser más susceptibles a campañas de marketing para presionar la compra con una pre-publicación.

<sup>7</sup> BCN Book Buyers Across Canada 2014

Dentro de las tiendas físicas, 71% de los libros son ‘descubiertos’ en las estanterías y 10% en las mesas con promociones. Por otro lado, los indicadores muestran que los canadienses más cerca de la Costa Atlántica son los más impulsivos, por lo que las tiendas tienen especial atención a la manera de exhibir los productos<sup>8</sup>.

Por otro lado, 56% de los consumidores se informa sobre libros en línea (publicidad, email, reseñas, etc.), en contraste al 48% que se informa de una manera más personal como a través de recomendaciones, regalos, club de lectores, etc<sup>9</sup>.

Aun cuando el desarrollo de las tiendas en línea sigue aumentando, la mayor parte del consumo sigue siendo en las tiendas físicas, 62%, y las tiendas en línea logran el 25% de las compras. De los libros comprados, el 79% de ellos son en formato físico, 17% en formato digital y 1% en audiolibros. Finalmente, la categoría más popular es “Misterio y Detectives” con un 9% de las ventas totales<sup>10</sup>.

En cuanto al consumo de cómic y novelas gráficas, se debe tener en cuenta que, en temas de orientación y estilo, Canadá puede ser dividido en dos grandes grupos, por un lado la parte inglesa que se sienten más cercanos al mercado estadounidense, al contrario de la parte canadiense francesa que está más cercana al desarrollo de cómic y novelas gráficas europeas franco-belga.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En temas de producción y comercialización de libros de todas las categorías, el siguiente cuadro ilustra la producción e ingresos a nivel nacional. Como se puede apreciar, los ingresos que genera la industria canadiense alcanzaron a los US\$1,87 mil millones en el 2012<sup>11</sup>. La mayor producción y concentración de ingresos se encuentran en la Provincia de Ontario. Por otro lado, destaca la Provincia de Quebec en su gran mayoría se trata de ediciones en francés.

Aproximadamente tres cuartos de los ingresos operacionales de los editores canadienses provienen de las ventas domésticas de sus propios títulos, con propiedad en los derechos de autor, las exportaciones contribuyen con 12,2%<sup>12</sup>.

---

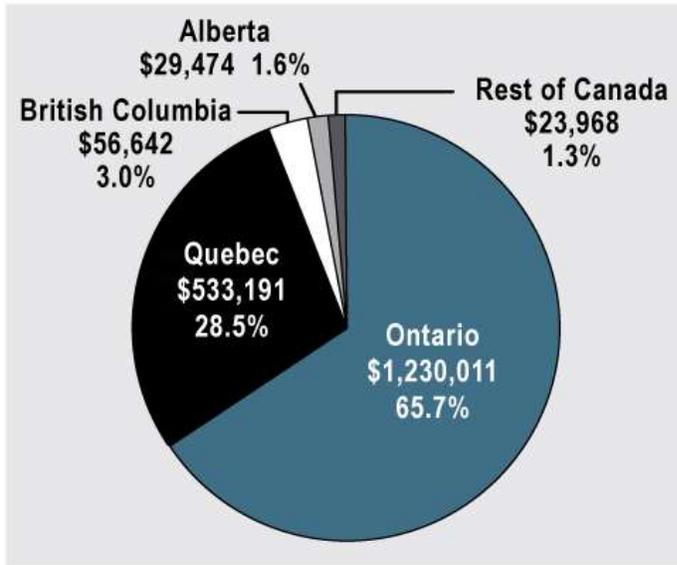
<sup>8</sup> BCN Book Buyers Across Canada 2014

<sup>9</sup> BCN Book Buyers Across Canada 2014

<sup>10</sup> BCN Book Buyers Across Canada 2014

<sup>11</sup> Tipo de Cambio 1US\$=1CAN\$ (Dic 2012)

<sup>12</sup> Statistics Canada – Catalogue no. 87F0004X



### Canadian Book Publishing Operating Revenues by Region, 2012

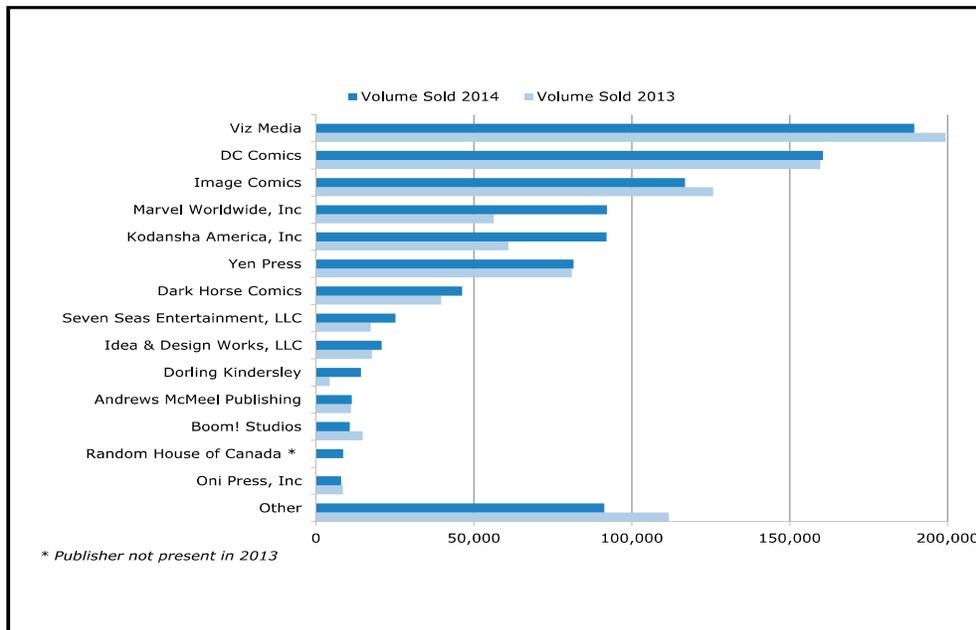
Total Revenue = \$1.87 Billion

(Numbers on chart expressed in thousands of dollars)

Source: Statistics Canada, "Book Publishers 2012," Catalogue no. 87F0004X, Table 1, March 2014.

El siguiente cuadro, denominado 'Publisher Market Share, muestra que Dentro de los cinco editores más importantes presentes en el mercado canadiense, para la categoría cómic y novelas gráficas, en 2014 destacan Viz Media, con casi 200.000 unidades vendidas, seguido por DC Comics, Image Cómic, Marvel Worldwide, Kodansha America<sup>13</sup>.

#### PUBLISHER MARKET SHARE

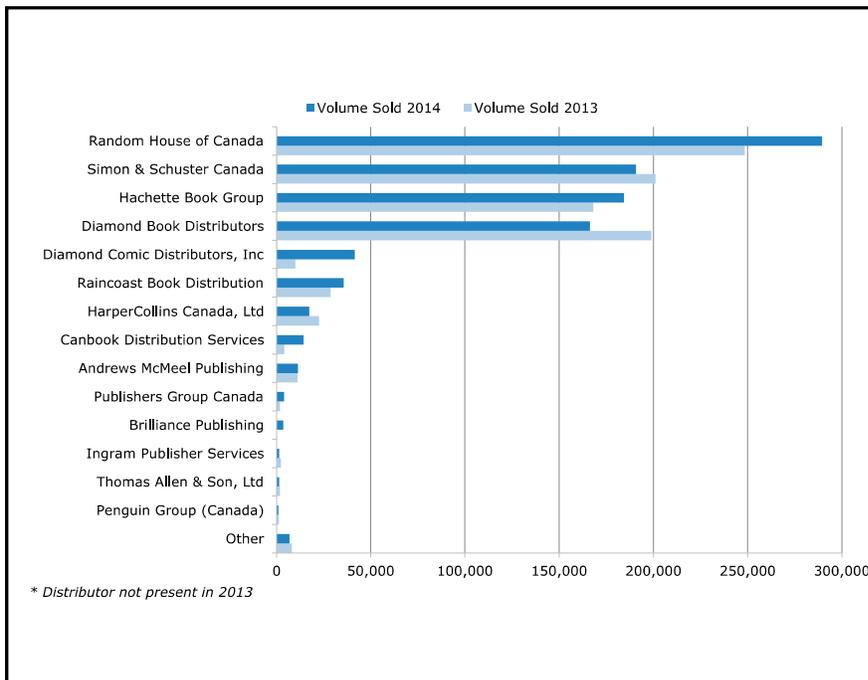


Por otro lado, el cuadro denominado 'Distributor Market Share', muestra que en 2014 los cinco distribuidores más importantes presentes en el mercado canadiense son Ramdom House of Canada, con casi 280.000 unidades

<sup>13</sup> BookNet Canadian Book Market 2014

ventas, seguido por Simon and Schuster, Hachette Book Group, Diamond Book Distributor, Diamond Cómico Distributor y Raincoast Book Distributor muy lejos del principal distribuidor con casi 40.000 unidades<sup>14</sup>.

### DISTRIBUTOR MARKET SHARE



Respecto a los precios finales de la categoría Cómics y Novelas Gráficas estos tienen un precio promedio de US\$20,57 en 2014. Dentro de los tres títulos más vendidos durante el 2014, destacan: Seconds editado por Random House Canada con un precio final de US\$23.25, seguido por Marvel Enciclopedia publicado por Dorling Kindersley con un precio final de US\$39.00 y Marve Year by Year, también de la editorial Dorling Kindersley con un precio final de US\$46.5<sup>15</sup>.

### 3. Proporción de servicios importados

A continuación se presentan las estadísticas de importación de Canadá para la partida 4901.99.0060 la cual engloba los cómics y novelas gráficas.

<sup>14</sup> BookNet Canadian Book Market 2014

<sup>15</sup> BookNet Canadian Book Market 2014

Canadá Estadísticas de Importación							
Artículo: 4901990060, Art And Pictorial Books							
Año calendario: 2012 - 2014							
País Socio	Dólar Estadounidense			% de participación			% de cambio 2014/2013
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	
El Mundo	10,464,506	11,032,319	8,681,665	100.00	100.00	100.00	- 21.31
Estados Unidos	4,182,609	5,570,911	5,198,399	39.97	50.50	59.88	- 6.69
China	4,538,970	3,299,223	2,485,756	43.37	29.91	28.63	- 24.66
Alemania	339,104	506,120	269,901	3.24	4.59	3.11	- 46.67
México	134,930	213,609	196,629	1.29	1.94	2.26	- 7.95

Como se puede apreciar, de los cuatro mayores proveedores internacionales del mercado canadiense de cómic y novelas gráficas el más importante es Estados Unidos con 59.88% de total de importaciones realizadas en 2014. El proveedor más cercano es China, con 28,63% de los productos importados. Muy lejos le sigue Alemania, con 3,11% y México con 2.26%. En los últimos tres años, Chile sólo figura como exportador en el año 2012 con un monto poco considerable<sup>16</sup>.

#### 4. Dinamismo de la demanda

Se puede mencionar que, de acuerdo a The Canadian Book Consumer 2012 - Book-Buying Behaviour in Canada, aproximadamente 1 de cada 3 canadienses es un comprador de libros. De ellos, la mayoría tiende a comprar el mismo formato, el 85% es impreso y un 20% es electrónico, finalmente un 7% compra ambos. Sin embargo, del último grupo, su consumo es de 4,5 libros por mes, mayor si se le compara a los compradores de libros impresos, 2,6 libros por mes, o solamente digital, 2,7 libros por mes.

Durante 2013, el 20% de los compradores de libros adquirió uno o más libros en formato electrónico, un aumento de 2% desde el 2012. Las razones por las cuales compran este formato son la portabilidad y la disponibilidad inmediata luego de la compra. Por otro lado, las limitaciones que los canadienses encuentran a este formato son las restricciones para intercambiar, prestar o transferir los libros electrónicos en distintos aparatos, además de la limitación de títulos y el no ser percibidos como un buen regalo<sup>17</sup>.

Del total de libros comercializados en Canadá, en unidades vendidas, los cómics o novelas gráficas representan un 1,88% de las unidades totales vendidas. Sin embargo, en temas de valor, esta categoría genera ingresos de alrededor de US\$20 millones en 2014, representando un 2,31% de la ventas totales del sector libro, con un crecimiento de 7,9% respecto 2013<sup>18</sup>.

Además, para la categoría cómic y novelas gráficas, se puede mencionar que en temas de consumo promedio, la guía "The Canadian Book Market" indica que los canadienses consumieron, en 2014, alrededor de 18 mil ejemplares de cómics o novelas gráficas por semana, lo que equivale alrededor de US\$386 mil. Es importante mencionar que este consumo suele concentrarse en los meses finales del año, desde octubre teniendo su punto más alto en el mes de diciembre.

<sup>16</sup> Fuente: Statistics Canada

<sup>17</sup> Fuente: Industry Profile - Book Publishing, Ontario Media Development Corporation (OMDC)

<sup>18</sup> Fuente: Industry Profile - Book Publishing, Ontario Media Development Corporation (OMDC)

## 5. Canales de comercialización

El siguiente diagrama ilustra lo que sería una importación tradicional de libros en inglés al mercado canadiense. Se debe tener en cuenta que esta estructura se aplicaría también a la comercialización de cómic y novelas gráficas. Como se puede apreciar, la importación se puede realizar a través de libros físicos como así también el traspaso de derechos a las contrapartes canadienses.

Por otro lado, también se puede apreciar que un proveedor extranjero puede abastecer el mercado local a través de un distribuidor mayorista como así también a través de comercio electrónico. La figura también muestra cómo y quiénes pueden definir los precios a través de la cadena hasta llegar al consumidor final<sup>19</sup>.

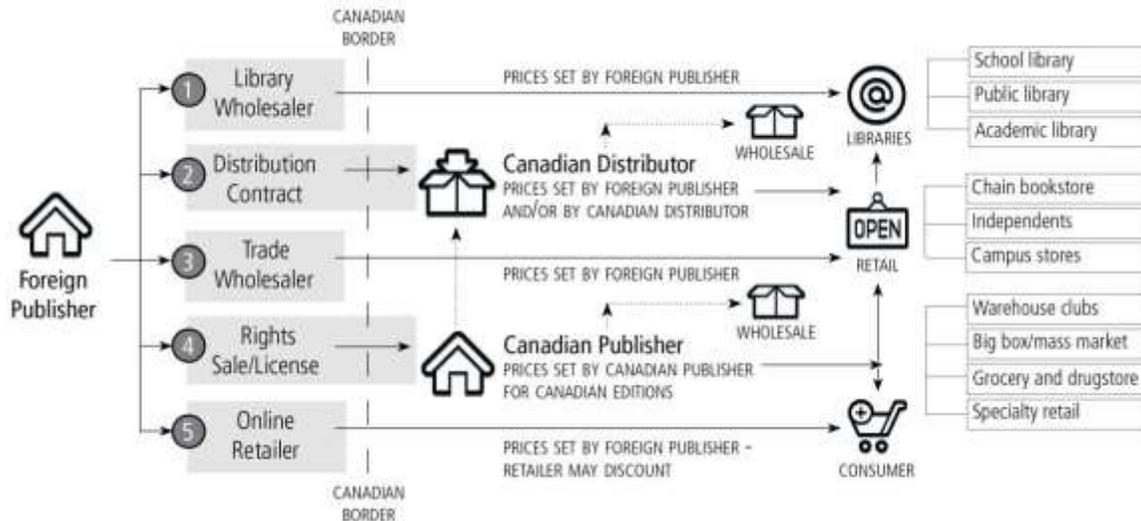


Figure 1. The various pathways by which books are imported to Canada’s English-language market

A modo de referencia, se presenta la estructura de precios publicada en el estudio Role of the BRIs in Canada’s market for books<sup>20</sup>, aunque se hace la salvedad que esta puede variar de acuerdo a la escala de operación y canales de comercialización. Por cada dólar canadiense que se genera:

\$.48 para el vendedor

\$.10 para el autor (royalty)

\$.10 comisión de venta

\$.15 para distribución

\$.08 para la producción

\$.09 para el editor

Como información adicional se puede mencionar que en Canadá, durante 2013, la mayoría de las compras de libros se realizan en tiendas físicas (62%), seguidas por tiendas electrónicas (25%). Destacan entre los

<sup>19</sup> Fuente: Role of the BRIs in Canada’s market for books

<sup>20</sup> Role of the BRIs in Canada’s market for books

compradores de libros por vía electrónica las provincias denominadas 'Prairies'<sup>21</sup> con un 6%, y las provincias del Atlántico canadiense que compran 2% vía correo<sup>22</sup>.

## 6. Principales players del subsector y empresas competidoras

Como se mencionó anteriormente, los principales distribuidores de cómics y novelas gráficas son Random House of Canada, con casi 280.000 unidades vendidas, seguido por Simon and Schuster, Hachette Book Group, Diamond Book Distributor, Diamond Cómico Distributor y Raincoast Book Distributor muy lejos del principal distribuidor con casi 40.000 unidades.

En la provincia de Quebec, que posee un tratamiento especial debido a su característica francesa, tres son los editores más importantes de cómic y novelas gráficas, Presse Aventure, especializada en la traducción de obras del inglés al francés, Scholastic Canada, editor de Toronto que realiza novelas gráficas de corte educativo, Drawn Quarterly, célebre creador de Montreal de publicaciones en inglés. Los tres editores anteriores se reparten más del 40% del mercado de la producción de novelas gráficas. En el resto, destacan nuevos players tales como La Pastèque, con 10 títulos publicados destacados en 2014, Pow Pow con 6, y La Mauvaise Tête con 3. Luego, players más pequeños pero de gran potencial como Alto, VLN, Éditions de l'Homme, La courte échelle, Hurtubise<sup>23</sup>.

Finalmente, se debe tener en cuenta que de los 168 títulos publicados en Quebec durante el 2014, un 81,5% son en francés y que una ínfima parte de ellos son publicados en formato digital, sólo 8 de ellos<sup>24</sup>. Lo anterior hace eco a la tendencia mundial donde el formato digital no logra satisfacer las necesidades para representar los códigos narrativos del género de manera apropiada.

## 7. Marco legal y regulatorio del subsector

Es importante que los actores presentes en la comercialización de cómics y novelas gráficas tengan presente la normativa local respecto a la comercialización de libros en Canadá. Lo anterior, debido a que una de las formas de entrar al mercado es a través de la sesión de derechos de sus obras.

Existe una normativa que rige exclusivamente la comercialización de todo tipo de libros en Canadá, esta normativa se conoce como Bill C-32 la cual está enfocada a la distribución dentro del mercado local. Lo anterior, para mantener armonía dentro del mercado, debida protección a los derechos de autor y proteger a los distribuidores locales.

La ley fue introducida en abril de 1996. La importancia de los contratos exclusivos de distribución en Canadá comenzó a notarse a fines del mismo año donde se señaló que el 45% del comercio de libros fue bajo contratos de exclusividad totalizando \$587 millones.

Complementos a la Bill C-32 fueron introducidos en septiembre de 1999. Estas normativas dan mayor protección a los poseedores de los derechos de autor en la distribución dentro de Canadá. En el pasado, sólo se autorizaba a los poseedores de estos derechos y licencias exclusivas a limitar la importación directa de libros, el complemento protege también a los distribuidores exclusivos.

<sup>21</sup> Las Provincias Prairies: Alberta, Saskatchewan y Manitoba

<sup>22</sup> Las Provincias Atlantic: New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia y Newfoundland and Labrador

<sup>23</sup> Fuente: La bédé québécoise a du vent dans les bulles – Le Devoir

<sup>24</sup> Fuente: La bédé québécoise a du vent dans les bulles – Le Devoir

La provincia de Quebec posee su propia regulación en cuanto a temas de comercialización de libros acercándose más al modelo utilizado en Francia, denominado *systeme d'office*, el cual es muy parecido a un sistema de concesiones con derecho a retorno cada vez que se lanza una nueva publicación al mercado. Esta práctica se hizo muy popular durante los años 70, luego el 1979 el Gobierno Provincial aprobó una ley para el desarrollo de la industria del libro en la provincia, esta ley mejora la difusión de la literatura y aumenta el acceso a los libros a los comercializadores del sector. La ley recibe el nombre de Bill 51 la cual transformó el mercado del libro en todo Quebec.

## 8. Tendencias comerciales del sector

La tendencia más fuerte que se observa dentro de la comercialización de libros, incluidos los cómics y novelas gráficas, es el traspaso al formato digital y el adicionar otros productos o servicios. A continuación se explica con más detalles las principales tendencias del sector.

El consumidor global de libros, tanto educacionales como profesionales, presentan un aumento anual de un 1,1% lo que llevará a convertirse en un sector que mueve alrededor de US\$128 miles de millones en 2018. Los consumidores de libros electrónicos continúan presentando el crecimiento más rápido, llegando a crecimiento promedio de 17,6% anual hasta el 2018. PwC<sup>25</sup> pronostica un punto de inflexión en 2018 donde los ingresos generados de los libros electrónicos serán de 52%.

Por otro lado PwC también proyecta que el mercado global de la edición de libros en Canadá crecerá con una tasa anual de 1,5% desde US\$2,15 mil millones en 2013 hasta alcanzar los US\$2,31 mil millones en 2018. El mercado para los libros impresos y en audio se contraerá.

Los libros electrónicos continúan aumentando su participación de mercado en todo Canadá con una participación del 15% de las ventas en 2012. El comportamiento del consumidor de libros electrónicos también está cambiando, por ejemplo en el 2010, cuando el libro impreso deseado no estaba en stock, el 74% prefería esperar hasta que éste estuviese disponible. En el 2012, esta cifra bajó al 33%. Las categorías más importantes dentro del segmento libros electrónicos son Ficción, con la subcategoría Misterio/Detectives, seguido por Romance.

De acuerdo a una reciente encuesta, realizada por BookNet, cerca de un 90% de los editores canadienses producen libros electrónicos, tienen pensado hacerlo o ya lo tienen planificado. Lo anterior ayuda a los editores para tener más títulos disponibles. Una minoría de los editores (27%, muchas de ellas grandes compañías) ha desarrollado una línea de producto solamente con libros electrónicos. Aunque se sigue la búsqueda para mejorar la distribución con libros con complementos tales como audio, video o 'apps'.

Los editores suelen vender sus libros electrónicos a través de distintos canales, estos pueden variar de acuerdo a la orientación comercial de los editores, por ejemplo escolar o profesional. Los distribuidores de libros electrónicos son un canal de ventas clave para los editores comerciales, llegando a los intermediarios (mayoristas) y de venta directa a los lectores finales también. Por otro lado, el distribuidor mayorista es el canal de venta más importante para libros académicos. Las ventas de libros electrónicos siguen siendo una fuente de ingresos relativamente pequeña para la mayoría de los editores, con 2 de cada 3 editores generan menos de 10% de los ingresos anuales de las ventas de libros electrónicos.

---

<sup>25</sup> PwC: [www.pwc.com/ca](http://www.pwc.com/ca)

## V. Competidores

### 1. Principales proveedores externos

Canadá es un mercado abierto y altamente competitivo para la industria del libro, lo que incluye también los cómics y novelas gráficas. En general, el mercado canadiense en inglés se encuentra dominado por títulos que provienen de los Estados Unidos. Los ingresos de distribución que recogen como resultado han sido históricamente un aspecto crítico del modelo de negocio para muchas empresas en Canadá. Algunas de las más antiguas casas editoriales que operan, tanto empresas canadienses como subsidiarias con sede en Canadá, comenzaron como distribuidores exclusivos de títulos importados, utilizando los ingresos de distribución para financiar sus primeros programas de publicación originales. Muchos otros siguen dependiendo hasta hoy, en diversos grados, de los ingresos de distribución de líneas importadas para las economías de escala para mantener la distribución actual y la capacidad de publicación en Canadá.

Por otro lado, en lo que respecta exclusivamente a los cómics y novelas gráficas, se debe tener en cuenta que, a nivel mundial, el mercado crea alrededor de 5.400 nuevos títulos, de los cuales 4.000 son nuevos (de acuerdo a la Asociación Internacional de periodistas y críticos del sector (ACBD<sup>26</sup>). Lo que representa una publicación promedio de 103 ediciones por semana, con un crecimiento de 4,64% con respecto al 2013. Las serie de cómic asiático y tradicional, también llamada franco-belga, lleva la delantera, sin embargo las novelas gráficas continuaron su avance, con 378 títulos nuevos lanzados al mercado el año pasado, un género que sólo lanzaba 88 títulos en 2000. Lo anterior, sin lugar a dudas, da cuenta de lo competitivo del mercado de la narrativa gráfica a nivel internacional, competencia que también se encuentra presente en el mercado canadiense.

## VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

El mayor obstáculo que enfrenta la oferta chilena de narradores gráficos para penetrar el mercado canadiense es el desconocimiento de la oferta chilena en este sector. Por ejemplo, pese al éxito obtenido por Alejandro Jodorowsky, como uno de los grandes guionistas a nivel mundial, muy pocos asocian su imagen a Chile.

Otro factor que puede transformarse en un obstáculo para la oferta chilena es la lejanía de nuestro país. Para pequeñas publicaciones, desarrolladas en el Provincia de Quebec, a los editores locales les da más confianza trabajar con profesionales locales dado la comunicación cercana que se puede dar, tanto en inglés o francés en el caso de la provincia de Quebec, el control de los tiempos de trabajo y lineamientos. Sin embargo, existe una constante búsqueda de nuevos talentos, estilos y narrativas donde la oferta nacional podría jugar un papel principal. Estas oportunidades serán aprovechadas por aquellos que generen la confianza necesaria con las contrapartes canadienses.

<sup>26</sup> Association des Critiques et journalistes de Bande Dessinée [www.acbd.fr](http://www.acbd.fr)

## VII. Indicadores de demanda para el servicio

Siendo complejo proyectar la demanda específica para la narrativa gráfica se puede mencionar que, de acuerdo a la información recopilada, es un sector de alta competencia y relativamente de una demanda estable y fiel lo que sugiere que se mantendrá en el tiempo. En cuanto al consumo general de libros, las ventas de unidades impresas en todo el mercado para adultos en 2014 se redujeron un 3,5% en comparación al 2013, mientras que el mercado de la impresión comercial de menores aumentó un 4,1%. A pesar del ligero descenso en el mercado de comercio de adultos, algunas categorías fueron más fuertes en 2014, con respecto al año anterior, incluyen Ficción histórica (aumento del 42,6% en las ventas de unidades), Ciencia (aumento del 30,2%), Misterio y detective (11,1% de incremento), finalmente Cómics y novelas gráficas (aumento del 7,7%)<sup>27</sup>.

## VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

En general, por tratarse de un mercado altamente competitivo, fue difícil encontrar contrapartes abiertos a contar sus opiniones. Destaca la disponibilidad de Fabrice Forestier de la empresa Studio Lounak<sup>28</sup> quien accedió a entregar sus comentarios y que estos sean publicados.

Studio Lounak trabaja muy de cerca al desarrollo de la industria de video juegos de Montreal, siendo un principal aliado de UBISOFT<sup>29</sup> a quienes desarrollan el merchandising de los nuevos títulos que saldrán al mercado, destacando por cierto el desarrollo de cómics de los personajes incluidos en cada video juego. Studio Lounak posee un espacio de trabajo colaborativo donde los artistas, tanto guionistas como ilustradores, se reúnen para sacar adelante un proyecto, muchos de los cuales también pueden estar trabajando en proyectos individuales.

Dentro de los trabajos individuales nacidos en Studio Lounak destaca el desarrollo de Far Out, cómic que Studio Lounak apoyó para lanzar una campaña en Kickstarter<sup>30</sup> para sacar adelante la impresión de la novela gráfica. La campaña fue todo un éxito logrando superar la meta establecida, sobre los US\$10,8 mil.

De la experiencia de estos proyectos, Fabrice de Studio Lounak explica que lo principal es desarrollar el talento a través de mucho esfuerzo y trabajo. También destaca la existencia de muy buenos profesionales a nivel local lo que prevé una férrea competencia con los profesionales extranjeros. Sin embargo, siempre hay nichos para competir y sugiere también el participar en algunas de las CómicsCon que realizan a nivel local. Asegura que, si bien es cierto, internet ayuda a la búsqueda de nuevos talentos, la única forma de desarrollar una relación comercial con una contraparte es el contacto personal y la generación de confianzas.

<sup>27</sup> BookNet Canada [www.booknetcanada.ca](http://www.booknetcanada.ca)

<sup>28</sup> Studio Lounak [www.lounak.com](http://www.lounak.com)

<sup>29</sup> Ubisoft: [www.ubisoft.com](http://www.ubisoft.com)

<sup>30</sup> Campaña Kickstarter: [www.kickstarter.com/projects/gautierlangevin/far-out-vol2/description](http://www.kickstarter.com/projects/gautierlangevin/far-out-vol2/description)

Fabrice también destaca la provincia de Quebec como una de las más abiertas a recibir nuevos títulos. A diferencia del resto de Canadá, Quebec se encuentra en una posición que puede mezclar las tendencias narrativas de Estados Unidos, sobre todo el cómic de súper héroes, con la tendencia franco-belga de cómic donde destacan historias más cotidianas e imaginativas. Lo anterior, también provoca que los profesionales de la provincia de Quebec sean más flexibles al momento de realizar sus trabajos y comprendan mejor la dinámica de cada una de las tendencias.

Por otra parte, luego de haber lanzado una campaña en Kickstarter, asegura que el éxito de este tipo de iniciativas radica en poseer una base de personas que formen una comunidad férrea y de confianza para sacar un proyecto adelante. Luego del éxito de Far Out, ya piensa en lanzar una nueva campaña durante el segundo semestre de este año.

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

En Canadá, por lo que se pudo constatar, existe cierto desconocimiento de la oferta chilena correspondiente a la narrativa gráfica, incluyendo la historia y tradición de los profesionales chilenos. Es por esto que la primera recomendación es visitar el mercado para crear un acercamiento entre la oferta y la demanda.

Otras maneras de crear los lazos necesarios son a través de las herramientas digitales tales como las redes sociales. Es una de las formas más rápidas y eficientes de transmitir contenidos desde distintos lugares del mundo, crear una imagen de lo que se puede desarrollar y crear un lazo entre las contrapartes. Sin embargo se debe tener en cuenta que, de acuerdo a la información recopilada, esto servirá para el primer acercamiento y deberá en algún momento traducirse en un contacto físico al tratarse de un servicio o una negociación por el traspaso de derechos de autor.

En este sector de la narrativa gráfica vale mucho la opinión de quienes forman una comunidad, tal es el caso de Studio Lounak y su campaña para Far Out en Kickstarter, es algo entre pares y amigos, por lo que se debe estar dispuesto a entrar en esta dinámica y lo que se comparta en redes sociales debe corresponder a lo real evitando la automatización. La narrativa también en muchos casos significa contar la historia personal sin el objetivo de vender un producto, los consumidores gustan de los cómics y novelas gráficas pero también tienen interés en conocer la personalidad del autor detrás de ellas.

Otro factor que se debe tener en cuenta al abordar el mercado canadiense es el desarrollo de competencias idiomáticas y culturales. Canadá es un país donde las dos principales provincias para el desarrollo comercial poseen una cultura diferente. Ontario es parte inglesa y Quebec es la parte francófona de Canadá lo que determina e identifica a cada una en la manera de hacer negocios.

# X. Fuentes de información (*Links*).

Principales fuentes de información en el mercado canadiense:

[Editores de cómics canadienses](#)

[Minoristas de cómics canadienses](#)

[Minoristas de cómics – British Columbia](#)

[Minoristas de cómics – New Brunswick](#)

[Minoristas de cómics – Nova Scotia](#)

[Minoristas de cómics – Alberta](#)

[Minoristas de cómics – Manitoba](#)

[Minoristas de cómics – Newfoundland](#)

[Minoristas de cómics – Ontario](#)

[Minoristas de cómics – P.E.I.](#)

[Minoristas de cómics – Quebec](#)

[Minoristas de cómics – Saskatchewan](#)

[Minoristas de cómics – Territories](#)

[Creadores canadienses – Self Publishers](#)

[Creadores canadienses – Webcómic](#)

[Creadores canadienses](#)

[Cómic Jams](#)

[BookNet Canada](#)

[Heritage Canada](#)

[Quebeçois Cómics](#)

[ARCHIVED - History of Cómics Books in English Canada](#)

# XI. Anexos

Principales actividades ligadas a la industria del cómic y novelas gráficas en Canadá<sup>31</sup>

## **Newfoundland**

*CORNER BROOK*

– [Atlanti-Con](#)

*ST. JOHN'S*

– [Sci-Fi on the Rock](#)

## **Nova Scotia**

*DARTMOUTH*

– Dartmouth Cómic Arts Festival

*HALIFAX*

– [Hal-Con](#)

## **New Brunswick**

*FREDERICTON*

– [Animaritime](#)

*MONCTON*

– [East Coast Cómic Expo](#)

## **Quebec**

*GATINEAU*

– [Le Rendez-vous de la bande dessinée de Gatineau](#)

*MONTREAL*

– [Expозine](#)

– [Montreal Cómic-Con](#)

– [Montreal Mini Cómic-Con](#)

– [Festival de bande dessinée de Montréal](#)

*QUEBEC CITY*

– [Festival de la bande dessinée francophone de Québec](#)

## **Ontario**

*GUELPH*

– [Con-G](#) – February

– [Kazoo! Zine and Cómic Expo](#)

*HAMILTON*

– [Hammer Town Cómic Con](#)

*KINGSTON*

– Zine Fair

*LONDON*

– [Forest City Cómicon](#)

– [Ting Cómic and Graphic Arts Festival](#)

*NIAGARA FALLS*

– [Niagara Falls Cómic-Con](#)

– [Oshawa Cómic Con](#)

*OTTAWA*

– [Ottawa Cómic Con](#)

– [Ottawa Pop Culture Expo](#)

*SARNIA*

---

<sup>31</sup> Fuente: [www.joeshusterawards.com/links/comic-book-conventions-across-canada/](http://www.joeshusterawards.com/links/comic-book-conventions-across-canada/)

– [Sarnia Pop Culture Show](#) –

TORONTO

– [Canzine](#)

– [Fan Expo Canada](#)

– [Anime North](#)

– [Toronto Cómico Arts Festival \(TCAF\)](#)

– [Toronto Cómico Con](#)

– Toronto CómicoON/Toronto AnimeCON

– [Toronto CómicoON presented by FanExpo Canada](#)

– [Zine Dream](#)

– [GTA Cómico Con](#)

– [SuperFan CómicoCon](#)

– [Toronto Cómico Book Show](#)

– [Toronto Cómics Show](#)

– [Ontario Collectors Con](#)

WINDSOR

– [Super Summer Cómico Con / Christmas Cómico Con](#)

### Manitoba

WINNIPEG

– [Central Canada Cómico-Con](#)

### Saskatchewan

REGINA

– Regina Cómico Fair

– [Fan Expo Regina](#)

SASKATOON

– [Saskatchewan Blitz](#)

– [Saskatchewan Expo](#)

### Alberta

CALGARY

– [Calgary Cómico & Entertainment Expo](#)

– [Red & White Calgary Cómico & Toy Expo](#)

EDMONTON

– [Edmonton Cómico & Entertainment Expo](#)

– [Edmonton Pop Culture Fair](#)

### British Columbia

VANCOUVER

– [Fan Expo Vancouver](#)

– [Canzine West](#)

– [VanCAF – Vancouver Cómico Arts Festival](#)

– [Vancouver Cómicon](#)

– [Vancouver Comix & Stories](#)

VICTORIA

– [Vancouver Island Cómico Con](#) –

### Territories

#### Northwest Territories

YELLOWKNIFE

– Ptarmicon