

COMUNICADO



SI DESEAS MÁS INFORMACIÓN SOBRE LOS CÓMICS DE ECC EDICIONES, VISITA NUESTRA WEB WWW.ECCEDICIONES.COM
Y SÍGUENOS EN FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE+ YOUTUBE E INSTAGRAM

Páginas	PVP grapa	PVP rústica	PVP cartoné
24	1,95 €	-	-
32	2,50 €	-	-
40	2,95 €	-	-
48	3,50 €	-	-
56	3,95 €	-	-
64	4,50 €	-	-
72	4,95 €	6,95 €	-
80	5,95 €	7,50 €	10,95 €
88	6,50 €	7,95 €	12,95 €
96	6,95 €	8,95 €	12,95 €
104	-	9,95 €	13,50 €
112	-	11,50 €	13,50 €
120	-	11,95 €	13,95 €
128	-	12,50 €	14,95 €
136	-	12,95 €	15,50 €
144	-	13,95 €	15,95 €
152	-	14,50 €	16,50 €
160	-	14,95 €	16,95 €
168	-	15,50 €	17,50 €
176	-	15,95 €	17,95 €
184	-	16,95 €	18,95 €
192	-	17,95 €	19,50 €
200	-	18,50 €	19,95 €
208	-	18,95 €	20,50 €
216	-	19,50 €	21,50 €
224	-	19,95 €	22,00 €
232	-	20,50 €	22,50 €
240	-	21,00 €	23,00 €
248	-	21,50 €	24,00 €
256	-	22,50 €	24,95 €
264	-	23,00 €	26,00 €
272	-	23,50 €	27,00 €
280	-	24,00 €	28,00 €
288	-	24,50 €	28,50 €
296	-	25,00 €	29,00 €
304	-	25,50 €	29,50 €
312	-	26,00 €	30,00 €
320	-	26,50 €	30,50 €

Nada más plantearnos la aventura editorial que acaba de cumplir un año, en ECC tuvimos claro que nuestro éxito pasaría por el apoyo de los lectores. Y para conseguir ese apoyo, ¿qué mejor forma que ser coherentes y transparentes?

El secretismo es común en el mundo editorial español: no se comparten las tiradas, las ventas, las políticas editoriales. Por el motivo que sea, la transparencia no predomina. En ECC entendemos que ciertas partes del negocio han de permanecer privadas. Seamos sinceros: más allá de la curiosidad personal, a ningún lector le cambia nada conocer los costes editoriales o la tirada o ventas de un producto, además de que estos datos suelen estar sujetos a cláusulas de confidencialidad en los contratos de licencias. Sin embargo, hay otros aspectos que sí le afectan directamente: ¿a qué responde una política de precios? ¿Por qué productos similares tienen PVP diversos?

Tradicionalmente, el PVP de un producto editorial se ha calculado mediante dos parámetros básicos:

1. El contexto del mercado (¿Qué precios está aplicando la competencia para productos similares? ¿Qué precios puede absorber el mercado?).
2. El coste de creación del producto en sí. Los costes de cualquier producto industrial suelen dividirse en costes fijos y en costes sucesivos. Es decir, hay una serie de costes que son inherentes al producto, independientemente de la cantidad de unidades que se generen (en nuestro caso, por ejemplo, están los costes editoriales –traducción, diseño, rotulación, etc.– por un lado, y los costes de arranque industrial –planchas para impresión, máculas de papel, ajustes de máquina– por otro). A estos costes, se añade luego el coste individual de cada unidad producida. Es matemática básica entender que cuantas más unidades de un producto se generen, más se dividen los costes fijos y el coste unitario se reduce.

Por ejemplo, si para producir un libro “x” tenemos unos costes fijos de 2.000 euros y un sucesivo de 1 euro por ejemplar:

- Si imprimimos 1.000 ejemplares, nos cuestan: $2.000 + (1 \cdot 1.000) = 3.000$. O lo que es lo mismo, 3 euros por ejemplar.
- Si imprimimos 10.000 ejemplares: $2.000 + (1 \cdot 10.000) = 12.000$. O lo que es lo mismo, 1,20 euros por ejemplar.

Antes de lanzarnos a decir “ya está, la solución es imprimir más ejemplares, que así salen más baratos”, pensemos que hemos reducido el coste por ejemplar a medida que incrementábamos el coste total. En el primer ejemplo, nos gastábamos 3.000 euros. En el segundo, 12.000. Claramente, para recuperar el segundo importe, con el mismo PVP, tendremos que vender muchos más ejemplares de nuestro producto. Y ese es precisamente el tercer parámetro a considerar:

3. ¿Cuántos ejemplares de un producto creo que puedo vender con mis medios comerciales y distributivos? ¿En qué plazo de tiempo? ¿Cuántos ejemplares debo imprimir para conseguir vender ese número objetivo de ejemplares, pues no se acostumbra a vender el 100% de lo distribuido?

Cada editorial realiza el cálculo en función de sus expectativas, de la situación del mercado y del histórico de ventas del que disponga y que le permita hacer estadísticas más o menos elaboradas. Igualmente, cada editorial puede tener costes distintos en función de su fuerza de negociación con los distintos proveedores (traductores, grafistas, pero también impresores, distribuidores, etc.).

El resultado es que, si solo se aplican las fórmulas arriba indicadas, productos similares pueden tener precios distintos incluso en una misma editorial, ya sea porque determinados productos tienen costes fijos más reducidos (caso de las reediciones, en que el trabajo editorial está pagado casi por completo), ya sea porque las expectativas de ventas son más altas, lo que permite hacer tiradas más altas y reducir el coste unitario.

Entonces, ¿por qué ECC ha sido capaz de mantener una política de precios coherente durante todo el año 2012? Y en todo caso, ¿por qué ha sido ECC capaz incluso de rebajar el precio de varios de sus productos?

La respuesta más sencilla tiene que ver con lo que se menciona en el inicio de este texto: porque queremos ser transparentes y coherentes con el lector... y al lector, en definitiva, no tienen por qué afectarle nuestra política de tiradas o nuestros costes (datos que, además, desconoce). El lector tiene que recibir productos similares a precios también equiparables. Y una editorial ha de ser capaz de hilar fino en sus costes, cálculos y análisis, pues tal es nuestro trabajo.

Al principio de este texto se encuentra una tabla donde se indican los PVP de nuestros productos estándar (168x257 mm: el tamaño estándar del comic-book americano) según unas variables muy sencillas: tipo de encuadernación (grapada, rústica o en cartoné) y número de páginas. Durante 2012, hemos cumplido con nuestro compromiso de mantenernos siempre en estos precios... y así vamos a seguir en 2013: sin subir precios, y con la misma transparencia.

También es cierto que algunos –pocos– títulos de 2012 que cerraban arcos argumentales heredados por ECC, y que contaban con tiradas muy limitadas, se han saltado mínimamente el funcionamiento de la tabla (**Booster Gold** núm. 5, **Superman: El anillo negro** núm. 2, **Batgirl** núm. 3, **Superman: El reinado de Juicio Final**, **Green Lantern de Geoff Johns**). Son estas pocas excepciones, que se deben a títulos heredados, y que no se repetirán.

En todo caso, sí hay y habrá excepciones cuando se trate de reducir precios:

1. Los productos que sigan un estándar diferente (porque lleven sobrecubierta o porque tengan un tamaño distinto, por citar dos posibilidades).
2. Aquellos productos en los que apostemos por bajar el precio. Sí, habéis leído bien: bajar, nunca subir. Son títulos por los que apostamos fuerte, para poder introducir a más lectores en su disfrute.

Hay varios ejemplos en 2012: la edición de lujo de **Fábulas** (el número 1, por ejemplo, debería valer 26 € sin sobrecubierta, pero solo cuesta 24,95 € con sobrecubierta); **Crisis Infinita** edición de lujo, que debería costar 26 €, pero solo vale 25 €); **Batman: El Caballero Oscuro - Amanecer dorado**, que cuesta 12,95 € en lugar de los 13,95 € que le corresponderían; **Batman: El Caballero Oscuro - La leyenda de Ra's al Ghul**, que debería estar en 30 € en lugar de los 25 € que vale; y **Spaceman** cuesta 20 € en lugar de los 22 € que le corresponderían, por poner unos pocos ejemplos.

Un buen ejemplo de la misma política durante 2013 es la nueva edición de **V de Vendetta**, un libro que debería valer 24,50 euros según nuestra tabla, pero que vamos a vender, en su primera edición, por solo 16,95 euros. Su segunda edición –ya anunciada– tampoco alcanzará los mencionados 24,50 euros, marcando un precio sensiblemente inferior: 19,95 euros.

3. Colecciones que tengan un PVP paraguas para toda la serie (como por ejemplo la edición de lujo de **Fábulas**, que conserva su precio inicial en los números sucesivos). De nuevo, el coste total de la colección siempre será más bajo de lo que sería conservando el precio objetivo de cada libro.

Vuestro apoyo durante un año 2012 que ha constituido un duro reto para todo el país nos ha permitido establecer ECC como una editorial sólida, con stancia y coherencia. Y nuestros precios se quedarán donde están, e igual de claros y transparentes que hasta la fecha.

¡Muchas gracias por vuestro entusiasmo!

La redacción de ECC

