



**Títol: Condicions particulars; més enllà del full d'encàrrec. Previsions.**

Moltes vegades ens trobem casos on si s'haguessin fet les previsions oportunes en la firma del contracte no es tindrien els maldecaps que habitualment ens arriben als serveis d'atenció al col·legiat, ja sigui de mans dels propis dissenyadors d'interiors, com dels clients. Uns per insatsfets per la feina realitzada, d'altres perquè no se'ls reconeix la feina feta.

En altres escrits ja s'ha parlat de la necessitat d'aquestes precaucions i dels falsos arguments que sustenten certes reticències a fer «firmar papers als clients». Però l'experiència és clara. La confiança derivada d'una amistat o coneixença, o d'una relació comercial o de negocis perllongada en el temps no treu la possibilitat que sorgeixin els problemes. Donar per fet coses, suposar, en definitiva, és el primer pas per a l'error.

Des del CODIC s'aposta clarament per la formalització de tots els acords, per això es va confeccionar el full d'encàrrec. Un model estandarditzat on apareixen totes les dades necessàries una sèrie de drets i deures (condicions generals) entre client i tècnic que han estat contrastades i per tant tenen la garantia que no incorren en cap cas de clàusula abusiva o similar, respectant la legislació sobre contractes de prestació de serveis (assessorament per a un projecte) o d'obra (execució).

Elements que s'han de tenir en compte quan es porta a terme un encàrrec per a crear un projecte, independentment que després se'ns encarregui la direcció per executar-lo:

1. definir el concepte pel qual ens contracten
2. establir pressupostos sempre pactats i firmats
3. concretar les actuacions que es duren a terme: visites a domicili, reunions de treball, inspecció de mostres,... i els preus corresponents.
4. identificar interlocutors per a totes les parts implicades (clau per a dilucidar responsabilitats i establir qui té capacitat per adquirir nous compromisos o establir canvis sobre elements pactats prèviament).
5. reserva drets propietat intel·lectual vessant econòmica.
6. arbitratge

**1. Definir concepte pels qual ens contracten**

Aquí sembla que s'hagi de fer una feina educativa, per no dir pedagògica, on s'ha d'ensenyar als clients què es paga pel «projecte». La creació i les hores que suposa té un preu, no es cobra només un cop s'ha executat. No es viu de les comissions ni dels extrems a l'hora de venda de mobles o accessoris.

La guia d'encàrrecs ens parla de què entenem per projecte, en tant quant la documentació a aportar, però no s'ha de perdre de vista que aquests requisits documentals són estàndards. La dificultat o exigència de la feina determinarà finalment el tipus de documentació i la forma definitiva del projecte. Però tot i així la guia d'encàrrecs ofereix un criteri sustentat i fonamentat en les exigències de les diverses administracions alhora de concedir permisos o llicències i evidentment de les normatives.

En relació als honoraris (el preu a cobrar) el CODIC indica uns barems orientatius, no obligatoris. Uns percentatges aplicats als costos de l'obra, però també és raonable l'aplicació d'un preu tancat només per la creació d'un projecte, igualment com el mètode de posar preu a l'hora de treball, en atenció al tipus de treball a realitzar.

En tot cas ja des de el principi informar als clients o potencials clients, de les feines que es realitzaran i dels seus costos. La línia entre les simples converses sense compromisos per tal de veure si hi ha acord per dur a terme «la feina» i l'acord per realitzar un projecte o avantprojecte a vegades és molt difusa, sobretot quan

## Condicions particulars

abunden reclams publicitaris, on es parla de «pressupostos sense compromisos», o «projecte gratuït per realitzar la compra dels mobles» .

### 2. Establir pressupostos sempre tancats i firmats

Seguint la línia de l'apartat anterior, els pressupostos solen ser un altre document vinculant, que no deixa de ser un contracte en forma de taules i preus. Abans de realitzar qualsevol acció anar amb el pressupost per davant, i que estigui acceptat per ambdues parts. El nivell de detall dels pressupostos, i per tant els conceptes que s'hi reflecteixen és una qüestió que és responsabilitat del professional i la seva manera de treballar, en tot cas es recomana evitar conceptes que puguin donar lloc a ambigüitats i siguin poc clars. Ja que en cas de conflicte amb el client, seran més un problema per tal de demostrar i justificar la seva existència.

La por al compromís forma part d'algunes naturaleses humanes, i a vegades és difícil aconseguir tenir-ho tot pactat i controlat, a vegades és interpretat pels clients tanta firma com un obstacle o com una falta de confiança o flexibilitat en el tracte.

Reitero la importància dels pressupostos firmats pels clients com a document acreditatiu, ja que com a contracte estableix l'existència d'elements que després la seva prova en seu judicial seria més difícil. Uns pressupostos suposen l'existència d'una relació contractual de prestació de serveis o obra en cas d'execució, a la vegada suposa l'acceptació d'uns termes i l'aplicabilitat de la normativa de drets i deures dels contractes de prestació de serveis (codi civil i lleis especials).

### 3. Establir les actuacions que es duren a terme.

No deixa de ser una prolongació dels pressupostos o una memòria executiva avançada al projecte. En aquest apartat em refereixo més a aquelles actuacions com visites a l'obra, amidaments, visites a proveïdors i industrials, inspeccions de mostres, que moltes vegades no s'esmenten ja que s'entén que fins a cert punt entren dins dels preus dels honoraris que es cobraran, però en cas d'abordar obres de major calatge, o obres on intervenen varis industrials, o bé, un projecte molt treballat juntament amb el client, amb el que suposa de reunions, no està de més especificar i posar-hi preus, no tant per cobrar-ho, sinó perquè el client sigui conscient dels serveis que està contractant i en molts casos rebent de bona fe.

Aquesta previsió és important quan les obres obliguen al dissenyador d'interiors a fer desplaçaments que suposin un extra en les despeses de transport, estades o dietes. Tot aquestes despeses d'alguna manera han de quedar cobertes. Alhora de reclamar és més fàcil si tenim tots els conceptes declarats i no pas una quantitat global indeterminada sota l'expressió eufemística de «extras varios».

El tema de les visites és una qüestió que sol ser conflictiva. El raonable és començar a comptabilitzar-les com a extres un cop s'ha superat un número determinat que pot ser pactat prèviament.

### 4. Identificar interlocutors

Aquesta previsió o precaució ve encaminada per una banda per l'eficiència en les comunicacions, en tant que centralitzar-les. A la vegada que establir quines són les persones competents per parlar, també s'escull quines persones seran competents per prendre decisions o acordar canvis. En apartats anteriors es parlava dels pressupostos tancats des de l'inici, però també s'ha de ser conscient que poden passar coses, i per tant a vegades s'haurà de variar respecte el pla inicial. En aquests casos, qualsevol canvi que afecti al projecte haurà de ser firmat per les parts per seguretat de tots. En cas de clients on hi ha varies persones que ens han contractat (per exemple comunitat de veïns; aquí es recomana tractar amb el president o amb el representant de l'administració de finques corresponent), des del començament s'ha de veure qui serà el competent per «donar firmes», per tal que no hi hagi confusions per falta de comunicació entre les parts que conformen la clientela.

Resumint, identificar interlocutor és la manera de fixar els responsables a qui reclamar i responsabilitzar en cas de problemes o conflictes. Només una persona ha de poder establir canvis en cas de que siguin necessaris. El dissenyador necessita la seguretat de que la persona amb la que ha acordat els canvis o qualsevol element que suposi un annex a allò ja acordat sigui vàlid.

En aquest punt s'ha de parlar de la reciprocitat. De la mateixa manera que exigim que les parts identifiquin els interlocutors i que aquests s'identifiquin i acreditin. El dissenyador ha de ser qui doni el primer

pas i identificar-se com a tal, donant dades tant important com són el nom, el número de col·legiat i mètode de contacte (telèfon, email,...). La identificació col·legial permet donar les garanties que suposa treballar amparat per una corporatiu de dret públic. Cosa que ha de tranquil·litzar al client i a la vegada inquietar-lo si un altre «decorador» es presenta sense esmentar el col·legi professional o un full d'encàrrec.

## **5. Reserva drets de propietat intel·lectual, vessant econòmica.**

Quan es ven un projecte, aquest passa a ser propietat del comprador. I dins d'aquest concepte de propietat s'inclou el dret de gaudir dels beneficis econòmics que reporti l'ús del projecte. En tot element creatiu la llei ha volgut protegir al seu creador, reconeixent-li certes facultats.

Com hem dit en el cas de projectes on el que es ven en definitiva és una idea, aquesta passa a ser propietat del comprador. Al creador en aquest cas només se li reconeix el dret moral o d'autoria, és a dir, el comprador no pot negar l'autoria del projecte, atribuint-se-la a si mateix o a un tercer.

Però fora d'això per llei no hi ha cap atribució de drets «extra». En el cas de projectes ordinaris, aquest factor és irrellevant. En canvi, en casos de projectes on hi ha elements de disseny susceptibles de repetició o de producció en sèrie, perquè el creador mantingui un control sobre allò creat i en rebri els rendiments econòmics, la llei articula varis sistemes.

Un dels més usats és el sistema de franquícia. El projecte és una mena de llibret d'instruccions on es donen unes directrius per tal de crear uns espais que podran ser repetits en varis locals, mantenint una imatge o estructura similars. Aquest tipus de projectes ja tenen una valoració que inclou el fet que se'n farà un ús repetit.

Una altra fórmula, és el cànon o royalties. Es fa un projecte, i cada vegada que se'n faci ús o es repeteixi, s'haurà d'abonar un preu al creador/autor.

Altres fórmules són plantejar en els contractes clàusules que contemplin la reserva a dret de propietat intel·lectual del projecte, de manera que qualsevol ús per part del client fora del pactat, haurà de ser autoritzat per l'autor. Aquesta clàusula pot ser limitada en el temps. O bé plantejar clàusules, on cada vegada que es realitzi el projecte la participació en la direcció i execució del seu creador serà exclusiva. Aquesta clàusula d'exclusivitat no prohibeix que es contracti a un altre per realitzar l'obra, però si es fa donarà lloc a un dret de indemnització. Aquesta protecció pot ser general a tot el projecte o només reservar-la algun dels elements ja sigui degut al seu disseny o a la seva funcionalitat original.

La publicitat és un altre element de la vessant econòmica dels drets de propietat intel·lectual o d'imatge. En el camp de l'interiorisme els projectes realitzats són la millor publicitat per al professional i la seva difusió en qualsevol suport o mitjà és beneficiós per la creació d'una imatge. El problema particular de la professió del decorador o dissenyador a diferència d'arquitectes, és que el treball és «interior», per tant es desenvolupa dins de les intimitats i de l'espai inviolable de les cases particulars. Sense el consentiment dels propietaris / clients no es pot pensar en cap publicitat. Per exemple en la creació de reportatges fotogràfics per publicar en revistes especialitzades o per penjar en la pròpia pàgina web. En aquests casos el dret a la intimitat i la inviolabilitat del domicili està per sobre del dret a la propietat intel·lectual i la seva difusió.

L'única via possible és la negociació prèvia, és a dir, en el contracte inicial contemplar la possibilitat de que els propietaris donin una autorització a fer reportatges fotogràfics per a la difusió professional. Garantint certs elements indispensables com són la no aparició d'elements que identifiquin el domicili o l'habitatge o la identitat dels seus ocupants. També és recomanable que aquesta autorització sigui limitada en el temps, partint de la data d'acabament o finalització d'obra.

## **6. Arbitratge**

L'arbitratge és una via de resolució de conflictes extrajudicial de caràcter voluntari. És a dir, davant de dues parts enfrontades, enlloc d'anar a judici, prèviament es decideix recorre a una entitat imparcial que farà en primera instància de mitjancera per tal de resoldre el conflicte i en última instància podrà emetre una decisió resolutiva vinculant per a les dues parts.

A diferència dels judicis, el poder vinculant de les decisions arbitrals es basa en què les parts prèviament han pactat que acataran la decisió de l'entitat a la qual s'hagin sotmès. En teoria els arbitratges es configuren com vies alternatives més econòmiques i més ràpides i en certs casos més especialitzats.

L'arbitratge s'ha desenvolupat en el camps dels conflictes entre comerciants i clients/usuaris (arbitratge de consum). I també en el camp comercial/mercantil internacional, on representa que el principal avantatge radica en la rapidesa de la resolució i l'especialització dels agents arbitrals. En el camp de l'arrendament de immobles urbans també s'han creat organismes per tal lidiar entre arrendadors i arrendataris.

En tot cas, ja de per si el CODIC com a ens de dret públic té entre les seves competències fer d'àrbitre entre les parts en conflicte. En el full d'encàrrec estandaritzat s'ofereix la possibilitat d'acollir-se aquesta possibilitat. Tot i que la lliure disposició entre les parts que regeix en la contractació permet acollir a altres ens arbitrals.

En l'àmbit de Catalunya la competència per arbitratges de consum rau en la Agència catalana de consum, on pot dirigir-s'hi qualsevol usuari particular que tingui una reclamació dirigida cap a un proveïdor de serveis, empresa o subjecte que presti serveis professionals.

El marc legal d'aquest tema es desenvolupa a través de:

- Llei 60/2003 d'arbitratge (àmbit estatal)
- Reial decret 1094/1981
- Decret 194/2008 (àmbit autonòmic) Agència catalana de consum
- Llei 3/1993 ( àmbit autonòmic)garanties del consumidor