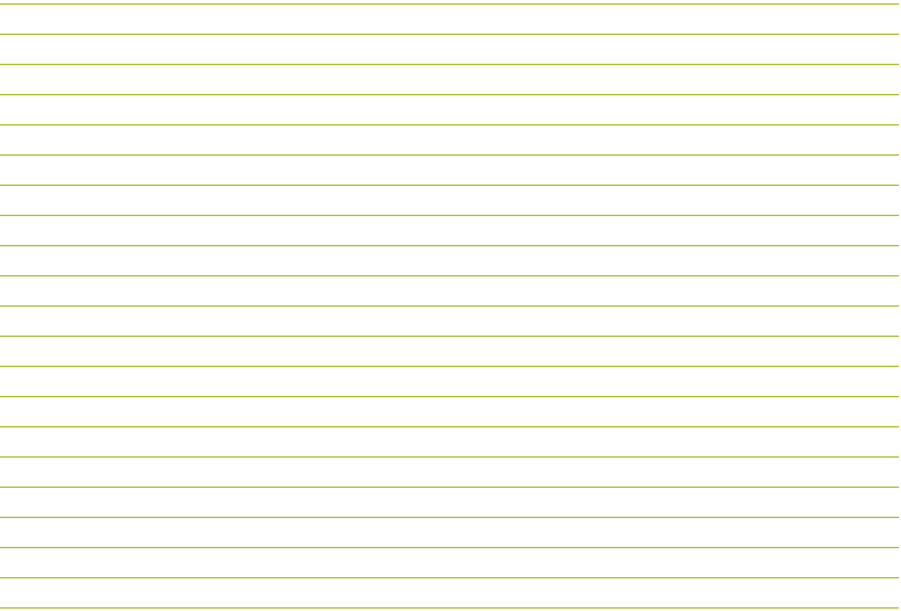

Manual de Buenas Prácticas del **Diseño** | 1

La **empresa** y el **Diseño**



Manual de Buenas Prácticas del Diseño



Manual de Buenas Prácticas del **Diseño** | 1

La **empresa** y el Diseño

surgenia CENTRO TECNOLÓGICO ANDALUZ DE DISEÑO

Manual de Buenas Prácticas del **Diseño** | 1

La empresa y el Diseño

© 2009 **surgenia** CENTRO TECNOLÓGICO ANDALUZ DE DISEÑO

Parque Joyero, Ctra. Palma del Río, km 3,3
14005 Córdoba (España)
info@surgenia.es

www.surgenia.es
radar.surgenia.es

Nuestro agradecimiento al Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana, IMPIVA, y la Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana, ADCV, por la colaboración en materia de contratos y de tarifas del diseño.

REDACCIÓN: Enrique López Marín

COORDINACIÓN DE CONTENIDOS: Xènia Viladàs

COLABORACIONES: Juan Aguilar, Bethânia Barbosa, Manuel Carlos García, Miguel Ángel Marín, Antonia Ruiz, Jesús Sánchez.

MAQUETACIÓN: Quaderna SL

DEPÓSITO LEGAL: SE-3087-2009

ISBN: 978-84-936057-2-8

Impreso en España

Presentación

Este *Manual* pretende dar a conocer las características y forma de proceder en los encargos de diseño y servir de guía para la empresa.

Este enfoque del diseño en la empresa privada se complementa, en los otros dos volúmenes, con el de su uso en el ámbito del sector público y el de la práctica profesional del diseño. El objetivo general es favorecer el funcionamiento del mercado del diseño en Andalucía y, a través de él, apoyar el desarrollo de esta Comunidad.

**Empresa
y Diseño**

Vol. I

**Sector Público
y Diseño**

Vol. II

**Manual
de Buenas
Prácticas**

**Práctica profesional
del Diseño**

Vol. III

Índice

.....

DISEÑO COMPARTIDO. Santiago Miranda	9
Introducción.....	13
Para qué el diseño	17
La estrategia de diseño	21
El trabajo del diseñador.....	23
La contratación del profesional	35
El proceso del diseño.....	39
El coste del diseño.....	47
La protección del diseño	51
Los rendimientos del diseño	55
Direcciones de interés	59
Anexos.....	63

Diseño compartido

Santiago Miranda

Diseñar, como cualquier otra actividad humana, es una actividad compartida. Por ello, requiere el consenso, la colaboración y el esfuerzo de los demás. Es una actividad dirigida a satisfacer necesidades, deseos y aspiraciones de la sociedad o de una parte de ella.

Sin embargo, este valor que el Diseño entraña ha sido ignorado durante muchos años. No eran tiempos de subrayar lo compartido, sino de magnificar lo individual. La tempestad que se ha llevado la filosofía *neoon* e hiperliberal al desván de lo inservible, hace necesario volver a hablar de diseñar y producir en términos compartidos.

¡Atención! No es que durante los últimos veinte años se haya diseñado y producido de forma diferente, sino que los resultados –productos, interiores, gráfica, servicios– eran, como todo, mos-

trados a través del filtro de la más desenfadada e individualista *espectacularización*; pero la realidad era reacia a ser narrada como espectáculo y se revelaba produciendo ruido de fondo. Ruido de fondo que muy a menudo escondía los logros del diseño.

Para vencer este ruido de fondo no sirve de nada alzar el volumen; cuanto más volumen, más confusión; es necesario tratar el diseño como una actividad generadora de valor intrínseco en los productos, interiores y servicios y no, como muy a menudo se repite, de solo valor añadido.

Se diseña y se produce a partir de necesidades, la mayoría de las veces, ajenas al diseñador. No es necesario ser piloto para diseñar el *interface* de un jet; ni minusválido para diseñar una silla de ruedas; ni músico de jazz para hacer un cartel, un CD, una web o un programa que trate del tema. Solamente es necesario ser un diseñador consciente de que el trabajo creativo trasciende de su persona. Esto no significa ser un vasallo, dejarse vapulear por propios y extraños; significa que la creación es un proceso mucho más complejo que el boceto en una maldita servilleta. Mostrar y demostrar este proceso a la empresa, al público y a la sociedad es hoy una prioridad que el Centro Tecnológico Andaluz de Diseño siente como propia y esta publicación es testigo de ello.

Diseñador, empresa y sociedad civil forman el círculo virtuoso donde nace y crece la práctica del diseño compartido. Tres actores con roles diferentes –¡que no haya confusión!– pero indispensables; tres actores que deben practicar la empatía haciendo propias las aspiraciones de los demás; tres actores capaces de realizar lo que es imposible no ver: una sociedad se mueve y avanza sólo cuando es compartida.

Introducción

El diseño se ocupa de configurar objetos y servicios para dar respuesta a las demandas, necesidades y deseos de los usuarios finales.

Los profesionales del diseño son los diseñadores.

El diseño se desarrolla en diferentes áreas de trabajo:

Comunicación o diseño gráfico

- Imagen corporativa.
- Diseño editorial.
- Diseño comercial.
- Ilustración.
- Cartelismo.

- Diseño digital.
- Señalética.
- Branding.

Diseño de producto, que abarca todo tipo de objetos

- Mobiliario doméstico.
- Mobiliario de instalaciones y *contract*.
- Iluminación.
- Producto industrial.
- Vehículos y transporte.
- Mobiliario urbano.
- *Packaging*.

Moda y complementos

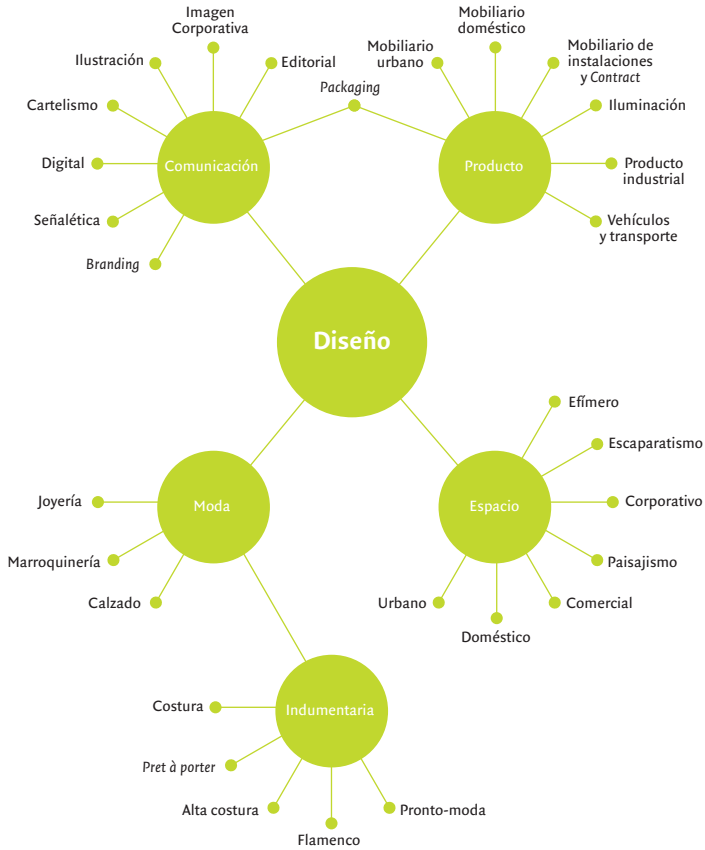
- Indumentaria.
- Calzado.
- Joyería.
- Marroquinería.

Espacio

- Interiorismo doméstico.
- Interiorismo comercial.
- Interiorismo corporativo.
- Escaparatismo.
- Ephemero: exposiciones, stands, etc.

La disciplina del diseño tiene una metodología y un proceso definidos y específicos para optimizar los recursos disponibles (económicos y de tiempo), y está al servicio de la sociedad a través de organizaciones (empresas e instituciones de todo tipo) que tienen presencia en los mercados.

Un buen diseño aporta beneficios a la empresa que lo contrata y mejora la sociedad y la calidad de vida del ciudadano que lo utiliza.



Para qué el diseño

El diseño adquiere importancia por cuatro razones:

- Ayuda a orientar la actividad de la empresa hacia el usuario.
- Es un factor de competencia.
- Es un actor de innovación permanente.
- Resalta la esencia de la empresa.

Diseño e innovación

Desde la gestión empresarial, se entiende por “innovar” desarrollar un producto o un proceso nuevo para obtener un éxito comercial.

La innovación puede ser radical o incremental, pero en ambos casos tiene que estar enfocada al mercado.

El diseño es la aplicación de un potencial creativo para la resolución de problemas y la incorporación de novedad. Por ello, es una herramienta imprescindible para la empresa a la hora de innovar.

Rentabilidad del diseño

Un buen diseño siempre es oportuno, adecuado y rentable.

Además:

- Aporta racionalización en los procesos y materiales empleados para la producción de bienes y servicios.
- Incrementa el valor intrínseco y el valor percibido de las cosas.
- Mejora la productividad.
- Permite entender mejor qué es lo que quiere el consumidor.
- Facilita la internacionalización de las empresas.

Para la empresa, la intervención del diseñador no es un coste superfluo: se trata de una inversión necesaria para alcanzar los objetivos estratégicos y satisfacer las demandas de sus clientes.

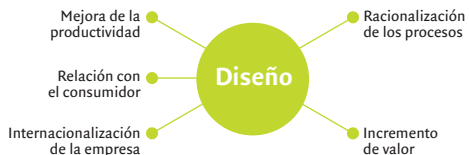
El diseño actúa en diferentes áreas de la empresa: producto, comunicación, interior, servicios, etc. Y siempre siendo coherente con los objetivos de la misma.

Para decidir el grado de incidencia del diseño en la empresa es conveniente que ésta establezca una estrategia de diseño que irá implantando metódicamente.



La estrategia de diseño

La estrategia de diseño es un plan extensivo que puede abarcar desde la coherencia en la comunicación y la proyección de la empresa –como marca– hasta su política de responsabilidad social corporativa, pasando por los procesos de innovación de productos y servicios, y la adecuación de éstos a las demandas de la sociedad.



La estrategia de la empresa debe ayudarla a:

- Ser identificada y diferenciada de sus competidores.
- Captar nuevos mercados.
- Satisfacer las necesidades de los mismos.
- Fidelizar a sus clientes.
- Ofrecer soluciones “diferentes” que aporten un valor añadido a sus productos.
- Hacer que los productos sintonicen con la demanda de sus clientes.
- Garantizar valores de calidad.
- Ofrecer un precio competitivo frente a las demás.
- Ofrecer ventajas tecnológicas que las hagan destacar en el mercado.
- Fortalecer la percepción que la sociedad tiene de la empresa.

El trabajo del diseñador

El diseñador es un profesional que interviene en la concepción del mundo que nos rodea para formalizarla y dar servicio y utilidad a las empresas y a las personas.

En este sentido, cabe destacar que en el proceso del diseño intervienen cuestiones técnicas, económicas, estéticas, sociológicas, culturales y psicológicas que acaban definiendo los productos y servicios de diseño, y los entornos en los que se sitúan.



El diseñador es un aliado de la empresa que se caracteriza por las siguientes capacidades:

- Creativa.
- De organización y planificación.
- De trabajo en equipo.
- De interconexión de ideas.

- De conocimiento de tendencias.
- De previsión de las demandas del mercado.
- Comunicativa.

La oferta del diseñador

Los diseñadores, en sus diferentes especialidades, proyectan a la empresa hacia su público objetivo, favorecen su presencia social, y ofrecen servicios para cumplir con distintas facetas:

Marca

Para las empresas es imprescindible poseer una marca distintiva que las singularice en el mercado: es su signo de identidad.

Crear una marca debe empezar por un nombre adecuado, reconocible, a ser posible breve y memorizable: una denominación que el público asocie directamente a la empresa y lo que ésta ofrece.

La definición visual de este nombre, junto a los símbolos que aporten su identidad gráfica, pasará a ser un logotipo.

Todo lo que tenga referencia con la empresa debe ser coherente con la marca que conforma su identidad: soportes, elementos pro-

mocionales, envases, productos, puntos de venta, papelería, distribución, uniformes, etc. Todo esto conforma el Programa de Imagen Corporativa que viene recogido en un manual hecho «a medida» y que contempla todos los elementos visuales con los que la empresa se relaciona con el exterior.

El diseño de una Identidad Corporativa es un trabajo muy delicado que precisa una relación estrecha del diseñador con la empresa y su equipo directivo, en particular con el departamento de marketing, para acertar y coordinar objetivos.

Una marca es un elemento muy valioso para la empresa, es parte de su patrimonio y en algunos casos llega a figurar valorada como parte de los activos de la sociedad.

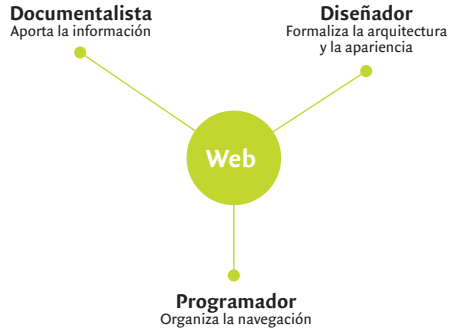


Web

Internet se ha convertido en el punto de encuentro más frecuente entre empresa y consumidor. Ello justifica que la presencia en dicho medio sea imprescindible. Además, la existencia y la actualización de la información que se ofrece en la Red afecta directamente a la imagen de la empresa: no estar en Internet o no tener el portal convenientemente actualizado no sólo repercute en la dinámica del negocio sino que también creará desinterés del público por la empresa y su producto.

Una web clara y accesible resuelve muchos problemas de comunicación entre la empresa y sus clientes reales o potenciales, además de permitir un ahorro en otros medios convencionales más costosos.

Internet es una plataforma global, permanentemente abierta, de promoción y venta del catálogo de productos y servicios. Es un canal de comunicación integral entre cualquier entidad y la sociedad.



Para diseñar una web hay que contar con el apoyo mínimo de tres profesionales:

- El diseñador, que aporta a la web la definición del *look and feel*: el aspecto de las pantallas y los efectos de la navegación.
- El documentalista, que elabora los contenidos.
- El programador, que establece la arquitectura de la información, esto es, el sistema informático que permite la navegación por la web.

Soportes gráficos

El diseñador formaliza los soportes gráficos, como papelería corporativa, catálogo de productos, memorias, *displays*, folletos y publicidad en prensa. En estos casos, el profesional debe aconsejar qué soportes son los más adecuados, los que mejor pueden llegar a los clientes y los más rentables no sólo en cuanto a su *grafismo*, sino también en cuanto a los materiales que utiliza, los formatos, etc. Estos soportes desempeñan una función irremplazable como vehículos de información, servicio e incluso prestigio para el organismo que los produce.

La señalización en hospitales, museos, oficinas, aeropuertos, estaciones, centros educativos o, en general, en cualquier espacio público, resuelve las dificultades de orientación e información de los usuarios de estos lugares.

Es importante que el diseñador cuente con buenos proveedores (impresores, rotulistas) que garanticen un trabajo bien realizado y a tiempo.

Envases

Un buen *pack* promueve, protege, facilita el transporte y el almacenaje del producto, difunde la marca e informa sobre su contenido.

Para un buen número de productos, el envoltorio y el envase son el mejor reclamo de venta.

Encontrar la sintonía con el público al que va dirigido el producto, expresar claramente su contenido haciendo que las informaciones sean legibles, evitar malentendidos, ahorrar espacio y costes de transporte, y transmitir “calidad” o “eficacia”, son requisitos indispensables para cualquier embalaje. Cabe también destacar que los manuales de instrucciones y los formularios son soportes que pueden originar frustración en los usuarios si se descuidan.

Tiendas y puntos de venta

El lugar donde se produce la compra, el punto de venta, debe ser acorde con la política comercial de una empresa. Por ello, su configuración, su carga expresiva y los valores que trasmite el producto que allí se vende recaen sobre estos espacios. De alguna forma, la tienda es “la casa” del producto y de la empresa que lo presenta al mercado.

El punto de venta debe facilitar el proceso de comercialización. Hay que tener en cuenta que en la tienda intervienen aspectos complejos que afectan a la percepción del público, como son el mobiliario, la iluminación, la señalización, y que pueden generar un ambiente propicio al producto que se ofrece.

Espacios: oficinas, instalaciones, exposiciones, atención al público

Los espacios de trabajo y de atención al público reflejan en buena medida el espíritu corporativo de la empresa y lo que para ella representan sus usuarios y sus trabajadores. Unos espacios bien concebidos facilitan una gestión eficaz, favorecen el intercambio de conocimiento y redundan en beneficio de la rentabilidad de la empresa en general.

El entorno de trabajo mejorará si el espacio está diseñado para facilitar las operaciones, en función de cada proceso, y se observan las obligatorias normas de ergonomía.

El auge de las exposiciones y las instalaciones museísticas en el ámbito de la cultura son otra buena prueba de cómo el diseño puede contribuir a ofrecer unos servicios de calidad al ciudadano.

Espacios públicos, mobiliario urbano

En las ciudades se conforma un espacio donde el diseño se manifiesta en el mobiliario urbano (quioscos, marquesinas, papeleras, rotulación de calles, expositores, bancos, farolas, señalización de los edificios, diseño de jardines, etc.) y conforma la “piel de una ciudad”, a veces tan importante como el propio trazado de las edificaciones.

Diseño de productos

El producto debe responder a las expectativas del consumidor: confianza, economía, accesibilidad, utilidad, eficacia, prestigio, durabilidad, sostenibilidad y, cómo no, coherencia estética.

Diffícilmente podemos encontrar un producto que no necesite varios de estos factores. El equilibrio entre ellos facilitará que un producto sea valorado por el público.

El diseño de producto es un campo amplísimo, tanto por la gama de objetos sobre los que se puede intervenir como por el número de variables que entran en juego en cada caso.

Consultoría

El diseño es intrínsecamente multidisciplinar y en muchos casos los proyectos de diseño engloban campos de aplicación muy diferenciados. Por ello, es necesario contar con profesionales que conozcan y se manejen bien en distintas áreas a la vez, que puedan establecer un primer diagnóstico de los trabajos a efectuar y definan una estrategia de diseño. Se trata de los consultores en diseño, o gestores de diseño -según los casos- cuya intervención es muy útil al inicio de un proyecto para asentar correctamente las bases de la utilización del diseño en cada circunstancia.

La contratación del profesional

Contactar con un diseñador

La iniciativa de contratar un diseñador la debe tomar un cargo importante de la empresa, de acuerdo con los responsables de *marketing* y de ventas, que serán después los que se trabajen con el diseñador en el día a día.

Es importante que se analice qué trascendencia va a tener el encargo, qué duración, y si va a ser un proyecto puntual o será una colaboración a más largo plazo.

No hay un método único para encontrar un diseñador, pero lo habitual es que la empresa contacte con quienes –en su entorno cercano– hayan colaborado con diseñadores y tengan una experiencia.

Otra vía común es observar en el mercado qué productos y realizaciones son acordes con los objetivos de la empresa, e intentar identificar y contactar con el profesional que llevó a cabo el trabajo.

La solución más aconsejable es recurrir a la asesoría de instituciones y de las guías especializadas. Por ejemplo, la web de Surgenia –radar.surgenia.es– ofrece una plataforma de profesionales en activo en Andalucía. También son una herramienta útil los directorios de asociaciones y colegios profesionales.

Son varios los criterios que intervienen en esta primera fase del proceso de elección del diseñador: la ubicación del estudio, la forma en que se presenta cada profesional, si tiene o no web, las características de ésta, etc.

Selección del diseñador

La selección de un diseñador es como la de cualquier consultor: importan el prestigio y las referencias, pero sobre todo pesa la capacidad de generar confianza para establecer una relación de trabajo que será estrecha e intensa.

El proceso de selección puede ser directo o indirecto, a través de una asesoría exterior.

Contratación directa

Una vez confeccionada una lista de profesionales, empieza un proceso de acercamiento por ambas partes a través de un primer encuentro.

El cliente deberá tener preparado un breve *dossier* con los propósitos para los que han sido convocados los candidatos (campaña de comunicación, nuevo producto, rediseño de los existentes, etc.); una visión general de la empresa y su posición en el mercado; los objetivos y expectativas que debe cubrir el encargo a realizar.

Por su parte, el diseñador dará a conocer su trayectoria, experiencia y conocimientos para argumentar su capacidad para ofrecer soluciones.

En ocasiones puede darse que se seleccione a un diseñador porque tenga un lenguaje claramente diferenciado de los demás profesionales, un estilo muy propio que marca su autoría.

Contratación indirecta o asesorada

El cliente puede optar por solicitar un asesoramiento de una entidad de promoción del diseño –se incluye una lista al final de este manual– para que le oriente en la selección correcta del diseñador, la organización del encargo y el seguimiento hasta su entrada en producción.

Un sistema válido es pedir a un número reducido de diseñadores que presenten unas propuestas que servirán como un primer punto de evaluación. Estas propuestas suelen ser remuneradas sobre la base de unos honorarios predefinidos, lo que facilita que los diseñadores acepten prestarse a un proceso de selección de este tipo.

Para que el proyecto se gestione correctamente por parte de la empresa es importante que el proceso de diseño sea coordinado por un *design manager*.

El proceso del diseño

El contrato

(Se ofrece un modelo de contrato en el anexo Contratos).

La formalización de un contrato de trabajo debe exigirse por parte de clientes y diseñadores como punto de partida de la colaboración.

La existencia de un contrato con unas bases concretas favorece un buen resultado. Es importante que queden reflejados los puntos del encargo y las pautas de trabajo desde el inicio.

El contrato refleja tanto las funciones encomendadas al diseñador como plazos, material, conocimiento, obligaciones y recursos aportados por el cliente.

Las cláusulas de un contrato deben recoger como mínimo los siguientes puntos:

- Objeto.
- Importes económicos.
- Plazos de entregas y pagos.
- Materiales y trabajos de obligada realización.
- Confidencialidad.
- Exclusividad.
- Resolución.

El encargo

El encargo se formula mediante la presentación, por parte de la empresa, de un *briefing* (que en español se traduce por “pliego de condiciones”) o bases para un encargo de diseño. El *briefing* es una pieza clave, puesto que condicionará todo el proyecto y su repercusión. La redacción de este documento, que debe ser claro y sincero, es una buena ocasión para que la empresa se analice:

puntos fuertes, debilidades, percepción en el mercado, etc. Si esta información es errónea, el proyecto parte en falso.

El *briefing* tratará los siguientes puntos:

1. Descripción de la empresa

CÓMO ES LA EMPRESA

Qué productos o líneas de productos ofrece, perfiles de sus clientes, cómo ha sido su evolución, cuál es el contexto donde trabaja (competencia, público, entorno social...), cuál es la filosofía con la que se presenta al mercado y cuáles son los objetivos que persigue con el nuevo proyecto concreto.

2. Descripción del encargo

QUÉ HAY QUE HACER

Qué es lo que se quiere resolver; qué necesidades debe cubrir el producto o servicio; qué función debe tener.

Cómo es el público al que va dirigido; su segmento de edad, situación, gustos, formación, capacidad económica... Si el producto es adaptable a distintos grupos sociales.

Qué nivel de calidad se espera para el producto y en qué segmento del mercado va a estar inscrito y, en consecuencia, en qué horquilla de precios tiene que estar.

Qué condicionantes tiene la empresa en términos económicos o de capacidad instalada, *know how*, etc.

Todo producto o servicio tiene un porqué, tanto dentro de la lógica de la trayectoria de la empresa como en relación a productos similares en el mercado.

Qué ciclo de vida va a tener.

Capacidad de inversión del cliente en el proyecto.

Sistemas de producción a emplear.

Previsiones de explotación.

3. Descripción de los resultados del producto

QUÉ SE ESPERA DEL PRODUCTO

Por qué lo realiza la empresa; qué espera obtener con este proyecto (cuota de mercado, posicionamiento como marca, rentabilidad, etc.) y cómo va a medirlo (por lo tanto, cómo va a juzgar el trabajo del diseñador...).

4. Calendario de proyecto

FECHAS Y COMPROMISOS

Elaboración de un cronograma que determine qué plazos hay para desarrollo, realización o fabricación, pruebas, difusión y comercialización.

5. Equipo de trabajo

ÁREAS DE TRABAJO Y RESPONSABLES

Descripción de las personas que intervendrán, tanto internas como externas a la empresa, cómo va a organizarse el equipo, el proceso de toma de decisiones, las responsabilidades de cada cual frente a los demás y en el proyecto.

6. Recursos económicos

PREVISIONES REALIZADAS

Presupuesto del proyecto en todas sus fases, viabilidad, evaluación de los costes tanto internos (personal dedicado a la gestión y realización) como externos (equipo de diseño externo y proveedores).

7. Entorno competitivo

DÓNDE DEBE CONVIVIR EL PRODUCTO

Análisis del entorno existente al que se incorporará el servicio o producto encargado.

8. Límites legales o de aceptación social

NORMATIVA A CUMPLIR

Derechos de uso, condicionantes ambientales, legales, de aceptación en posibles entornos de mercado, etc.

Para ser eficaz, un *briefing* debe prestar atención a lo siguiente:

- No plantear cómo serían las posibles propuestas ni apuntar a las soluciones finales.
- No dar nada por sabido o superado.
- Es una ocasión para la reflexión de la empresa acerca de sus objetivos.
- Debe ser flexible.

Plan de trabajo

Para llevar a cabo con éxito un encargo de diseño, es esencial realizar un plan o cronograma de trabajo en el que deberán aparecer todos los intervinientes en el proceso, su implicación, y en qué momento actúan. Este plan debe ser conocido por todos para evitar choques de competencias o la misma inviabilidad del proceso por costes no contemplados o plazos no considerados. En un plan de trabajo deben aparecer al menos las siguientes fases:

- Elaboración de ideas.
- Primera evaluación de propuestas.
- Aprobación de la propuesta aceptada.
- Maquetas, prototipos, ensayos, etc.
- Optimización de la producción, “ingenierización”.
- Producción.
- Aplicación, distribución, comercialización, etc.
- Evaluación del producto.
- Revisión temporal del producto.

Evaluación del diseño

Un proyecto de diseño finaliza con la fase de evaluación. Es el momento en que se cuestiona el resultado final del proyecto mediante la consideración de asuntos como:

- ¿Ha cubierto las previsiones de costes y resultados? ¿El precio es el adecuado?
- ¿Funciona adecuadamente?
- ¿Ha resuelto problemas técnicos en la producción?
- ¿Supone una mejora frente a productos anteriores?
- ¿Su difusión y comercialización han sido factibles?
- ¿Es eficaz y utilizable? ¿Es seguro?
- ¿Cumple las demandas de la sociedad en cuanto a aceptación, sostenibilidad y reciclaje?
- ¿Su calidad es perceptible y coherente?
- ¿Respeto o tiene en cuenta factores culturales y de códigos éticos?

El coste del diseño

El trabajo del diseñador es igual al de otros profesionales que ofrecen servicios:

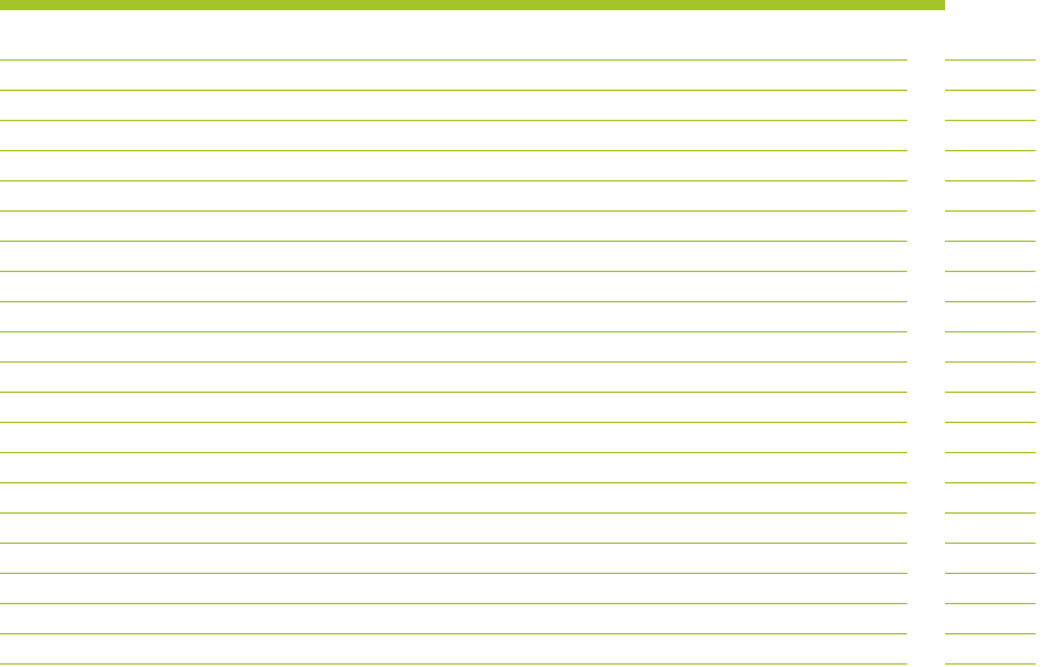
- Es un trabajo “intangible”, es decir, no es un bien material visible: no se venden planos ni archivos informáticos, sino lo que éstos contienen.
- Su precio oscila en función del profesional contratado y del proyecto a desarrollar.

Formas de remuneración

Dicho precio puede calcularse de distintas formas:

- Por horas empleadas en el proyecto: el diseñador elaborará el presupuesto en base a una estimación del valor de las horas trabajadas. Este sistema es frecuente en los servicios de asesoría y algunos trabajos de diseño gráfico.
- Por “tanto alzado”: es la estimación fijada entre el cliente y su diseñador según la complejidad del proyecto, las posibilidades económicas de la operación, el éxito potencial del objeto, etc. En estos casos, conviene detallar bien la prestación del profesional, sus límites y los derechos adquiridos por el diseñador sobre el proyecto. En algunos contratos de larga duración se puede establecer también una cantidad fija mensual, procurando definir bien los límites de las contrataciones. Este tipo de trato se da en trabajos de diseño gráfico e industrial, en especial para largas producciones o servicios de asesoría.
- Por porcentaje del coste total del proyecto: previamente pactado. Esta es una práctica habitual en los servicios de diseño de interior.

- Por una cantidad fija más unos *royalties* sobre las ventas: en el sector del diseño de productos, el diseñador puede pactar una cantidad fija más un porcentaje sobre el precio franco fábrica de las unidades vendidas del objeto. En estos casos, la cantidad fija es variable en función del proyecto mientras que los *royalties* oscilan entre el 3 y el 5 %.



La protección del diseño

Todo diseño es susceptible de ser copiado, tanto si se trata de soluciones constructivas o formales, como si se trata de una marca o denominación comercial.

Los títulos de propiedad industrial son instrumentos legales con los que las empresas protegen sus activos inmateriales; en muchas ocasiones, éstos constituyen sus activos más valiosos y están en la base de una estrategia competitiva basada en la innovación.

- Las “marcas” protegen los signos distintivos de una empresa (logos, eslóganes, envases, melodías promocionales, etc.) que sirven para diferenciar los productos y servicios de una empresa de los de sus competidores. Conviene que todos aquellos elementos empleados para promocionar productos o

servicios se registren como marcas con el fin de garantizar su exclusividad y protección frente a las copias o utilizaciones fraudulentas.

- Los “diseños industriales” protegen el aspecto externo de los productos: una empresa que invierte en el desarrollo de nuevos productos o que trabaja en el ámbito del diseño tiene que registrar sus diseños industriales para proteger la exclusividad en la fabricación y comercialización de productos y defenderse de las copias o imitaciones por terceros. Pueden protegerse como diseños industriales tanto objetos promocionales que utilice la empresa en su estrategia de *marketing* como los productos u objetos que desarrolle en su actividad empresarial (elementos de la web, *stands*, *packaging*, mobiliario, productos de uso industrial, objetos de uso común, joyas, complementos, etc.), siempre y cuando su aspecto estético sea nuevo y tengan carácter singular.
- Las “patentes” posibilitan recuperar la inversión realizada en I+D por las empresas más innovadoras mediante el reconocimiento de un derecho exclusivo de fabricación y comercialización de sus nuevos desarrollos técnicos o procedimientos industriales.

De la misma forma y en la misma medida en que la empresa quiere ver protegida su inversión, tiene que proteger la propiedad intelectual del diseñador al que contrata; en sentido estricto, un diseñador “cede” los derechos de uso y explotación de una idea o proyecto al plasmarlos en unos planos, maquetas o artes finales destinados al cliente, mientras que la propiedad intelectual siempre es del diseñador y es intransferible.

Por ello la empresa no debe utilizar el trabajo del diseñador más que para los fines expresados en el contrato, y no puede ni modificarlo ni cederlo a terceros sin el acuerdo previo del autor.

Al final de este documento se incluye un listado de entidades que pueden tramitar los registros de patentes, aunque lo más recomendable es acudir a un profesional del sector para su trámite.

En Andalucía, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (www.agenciaidea.es), adscrita a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, realiza de forma gratuita las funciones de asesoramiento y elabora análisis sobre las patentes publicadas a escala mundial que están relacionadas con una cuestión técnica determinada.

Los rendimientos del diseño

Para la empresa

Una correcta gestión del diseño en una empresa contribuye al incremento del valor de la misma, cuantificable en diversos aspectos:

- Una mejor percepción y posicionamiento de la empresa (valor institucional y valor de sus acciones).
- El logro y la consolidación de la fidelidad del cliente hacia una marca (valor económico, mejores oportunidades de distribución).
- Una mejor valoración de los productos (mayores ventas, mejores oportunidades de distribución).

- Una positiva relación de la empresa con sus trabajadores y proveedores (motivación, implicación, compromiso).
- Un ahorro en los costes de producción y comercialización (mejor comunicación hacia los clientes, optimización de recursos y procesos).
- Una racionalización en los costes de difusión y comunicación (la inversión en una comunicación efectiva ahorra esfuerzos y costes innecesarios y los productos bien diseñados obtienen un mayor impacto en el mercado).
- Una mejora de las ventas (“Lo feo no se vende”, como decía R. Loewy).
- Una diferenciación respecto a la competencia.

En definitiva, una empresa que se proyecte bien hacia el mercado a través de sus productos, de su comunicación y del entorno en el que lleva a cabo sus actividades es reconocida por sus clientes. En función de los sectores, hoy se compra no exclusivamente para cubrir necesidades primarias, sino también por deseo y satisfacción del cliente. Por eso, un producto o servicio debe estar arropado por una historia que le aporte un significado y que vaya más allá de unos aspectos formales o funcionales bien resueltos.

Para la sociedad

Durante todo el día nos estamos relacionando con espacios, mensajes y objetos diseñados. El diseño interviene en los aspectos que hacen las cosas comprensibles, utilizables o deseables. Un libro, una revista, un folleto, un manual de instrucciones o una señalización legibles y comprensibles serán más útiles y atractivos frente a los que no lo son.

Lo mismo sucede con un embalaje que proporciona eficazmente la información de lo que contiene, además de tener una forma coherente con el producto y transmitir la calidad que se desea ofrecer.

La correcta resolución de un mueble, su durabilidad, forma y acabado deben estar en sintonía con lo que el cliente espera de él.

Una herramienta o un dispositivo pueden ser más o menos intuitivos –y seguros– gracias a su diseño. También el acertado diseño de una marca debe representar lo que una empresa aspira a ser.

El diseño tiene asimismo una función simbólica: determinados usuarios desean tener éste y no otro producto, por los valores sociales y culturales que trasmite.

El diseño es un bien cultural, un transmisor de valores y formas de pensar y, en cierta medida, define a una sociedad y su cultura.

Direcciones de interés

AAD Asociación Andaluza de Diseñadores

Sueños, 9

41020 Sevilla

Tel. 954 442 100 Fax. 954 443 049

secretario@aad-andalucia.org www.aad-andalucia.org

BAI – Agencia de Innovación de Bizkaia

Sabino Arana, 8

48013 Bilbao

Tel. 944 395 622 Fax. 944 278 005

bai@bizkaia.net www.bai.bizkaia.net

BCD – Barcelona Centro de Diseño

Avda. Diagonal, 452, 5.^a planta

08006 Barcelona

Tel. 932 182 822 Fax. 932 372 219

bcd@bcd.es www.bcd.es

CADI – Centro Aragonés de Diseño Industrial

Jerónimo Zurita, 3, ppal. izda

50001 Zaragoza

Tel. 976 796 581 Fax. 976 796 582

cadi@aragon.es www.aragon.es

CEdiR – Centro de Diseño Integral de La Rioja

Muro de la Mata, 13-14

26071 Logroño

Tel. 941 291 501 Fax. 941 21 537

miguel.garcia@ader.es www.cedir.es

Centro de Diseño de Castilla-La Mancha

Edificio Centro de Empresas

Camino de “El Terminillo”, km 2

16003 Cuenca

Tel. 969 241 407 Fax. 969 233 858

info@clmdisenio.com www.cimdiseno.com

ddi – Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación

Paseo de la Castellana, 149, 3.º

28046 Madrid

Tel 915 721 083 Fax 915 711 564

info@ddi.es www.ddi.es

DIMAD – Fundación Diseño Madrid

Matadero Madrid – Central de Diseño

Paseo de la Chopera, 14

28045 Madrid

Tel. 914 746 780 / 914 746 787 Fax. 914 746 368

info@dimad.org www.dimad.org

FEEPD – Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño

Paseo de la Castellana, 149

28046 Madrid

Tel. 915 721 083

info@federaciondiseno.net www.federaciondiseno.net

IDEA – Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía

Torneo, 26

41002 Sevilla

Tel. 955 030 700 Fax. 955 030 798

informacion@agenciaidea.es www.agenciaidea.es

IDEPA – Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Parque Tecnológico de Asturias

33420 Llanera (Asturias)

Tel. 985 980 020 Fax. 985 264 455

idepa@idepa.es www.idepa.es

idi – Instituto de Innovación Empresarial de las Islas Baleares

Camí de Son Rapinya, 12
07013 Palma de Mallorca
Tel. 971 176 055 Fax. 971 784 865
info@idi.caib.es www.idi.es

IMADE – Instituto Madrileño de Desarrollo

José Abascal, 56 y 57
28003 Madrid
Tel. 913 997 400 Fax. 913 997 478
Informacion@imade.es www.imade.es

IMPIVA – Instituto de la Mediana y Pequeña Empresa Valenciana

Plaza del Ayuntamiento, 6
46002 Valencia
Tel. 963 986 200 Fax. 963 986 201
impiva_disseny@gva.es www.impivadisseny.es

INFO – Instituto de Fomento de la Región de Murcia

Avda. de la Fama, 3
30003 Murcia
Tel. 968 362 800 Fax. 968 368 441
innovación@info.carm.es www.ifrm-murcia.es

SURGENIA – Centro Tecnológico Andaluz de Diseño

Ctra. Palma del Río, km 3,3
Parque Joyero de Córdoba
14005 Córdoba
Tel. 957 467 577 Fax. 957 461 518
info@surgenia.es www.surgenia.es radar.surgenia.es

Anexo I Modelos de contrato

Contrato básico de prestación de servicios de diseño

Modelo de encargo que realiza un empresario a un diseñador para la creación de unos diseños que reúnan unas características determinadas. Esta relación jurídica se corresponde con el arrendamiento o prestación de servicios.

1. La firma del presente Contrato, y su posterior retorno al Diseñador, llevará implícita su aceptación y supondrá la orden para el inicio del Diseño acordado. Por tanto, una posterior anulación de la orden de realización del Diseño acordado comportará el pago del importe del trabajo realizado hasta la fecha de anulación.
2. El Diseñador se obliga a la realización del diseño acordado con el Cliente, de conformidad con lo estipulado en este Contrato, y a la entrega en el término convenido, a contar a partir de la obtención de toda la información y documentación necesaria para la ejecución del mencionado diseño.
3. El Cliente se obliga a facilitar en todo momento la información y documentación que solicite el Diseñador para el efectivo desarrollo del Diseño y autoriza a [...] con D.N.I./N.I.F. [...], para que, en su nombre y representación, facilite dicha información o documentación necesarias y dé las instrucciones que estime oportunas al Diseñador para la realización del Diseño.
4. El presupuesto anexo a este Contrato tendrá una vigencia de [...] meses desde su comunicación al Cliente. Una vez transcurrido este término por causas ajenas al Diseñador, o imputables al Cliente, el Diseñador podrá revisar el presupuesto, realizando uno nuevo, el cual añadirá los incrementos a que dieran lugar, pero manteniendo los mismos criterios de valoración aplicados en el primer presupuesto. En caso de que el Cliente no acepte el nuevo presupuesto,

- el Diseñador podrá resolver el Contrato y el Cliente estará obligado a hacer efectivo el importe de los gastos incurridos y del trabajo realizado hasta aquel momento, incrementando este último, su valor en un 10%.
- Este presupuesto no incluye los trabajos adicionales que se puedan derivar de los cambios de orientación en su elaboración por parte del Cliente. En consecuencia, cualquier cambio del contenido de este encargo, podrá implicar una revisión del presupuesto por el Diseñador, realizando uno nuevo al que añadirá los incrementos en el importe que se hubieran producido o se pudieran producir, pero manteniendo los mismos criterios de valoración utilizados en el primer presupuesto. Si el Cliente no aceptase el nuevo presupuesto, el Diseñador podrá resolver el contrato y el Cliente tendrá que abonar la totalidad de los gastos satisfechos por el Diseñador más el del trabajo realizado hasta aquel momento, incrementando, este último, un 10%.
 - Si por cualquier causa ajena al Diseñador no fuese posible continuar con la realización del Diseño, se resolverá el presente Contrato, comprometiéndose el Cliente a abonar los gastos originados y el importe del trabajo realizado hasta aquel momento. Si la imposibilidad de continuar fuese debida a alguna causa imputable al propio Diseñador, también quedará resuelto el Contrato, y el Cliente igualmente se compromete a abonar los gastos originados y el importe del trabajo realizado hasta aquel momento pero con una deducción sobre el último importe del 10%.
 - El Diseñador se compromete a no facilitar ningún tipo de información a terceros sobre el Diseño, a excepción de la información que el Diseñador debiera facilitar a sus colaboradores. Por otra parte, el Cliente se obliga a guardar confidencialidad y no facilitar a terceras personas ningún tipo de información sobre el Diseño, hasta que no haya sido satisfecho en su totalidad el precio pactado.
 - Salvo que se haya pactado otra cosa por escrito, el Diseñador ostentará la titularidad de la propiedad industrial de los Diseños realizados, cediendo en exclusiva los derechos de explotación, no así la propiedad, de los Diseños que realice en virtud del presente Contrato por un plazo de cinco (5) años a contar desde la entrega de los bocetos y originales del Diseño, requiriendo la cesión a

- terceros de los derechos de explotación del previo consentimiento por escrito del Diseñador.
9. El Cliente se compromete a colaborar en todo lo posible con el Diseñador para garantizar que le sea respetada la propiedad intelectual que ostenta sobre el Diseño.
 10. El nombre del Diseñador deberá aparecer en un lugar destacado y preferente, en todo tipo de promoción y soporte del Diseño. En este sentido, el Diseñador facilitará al Cliente todo el material necesario para que aparezca su identificación como autor de la obra.
 11. Salvo que se haya pactado otra cosa por escrito, los bocetos y originales del Diseño son propiedad del Diseñador y le serán devueltos una vez utilizados para aquello que fueron creados. Aquellos bocetos y originales que no fuesen aceptados por el Cliente serán devueltos al Diseñador, asumiendo el Cliente los gastos derivados de la presentación de los mismos.
 12. Los Diseños presentados y que no sean aceptados por el Cliente, conllevan la renuncia a cualquier derecho que se pudiera llegar a ostentar sobre ellos, quedando a disposición del Diseñador, que es su autor, el cual podrá darle el uso que desee o crea más conveniente.
 13. El Cliente se obliga a tratar con todo respeto el Diseño elaborado por el Diseñador, ya sea el borrador o el definitivo, obligándose a no romperlo ni deteriorarlo, y si así fuera, tendrá que responder de los posibles daños y perjuicios que cause al Diseñador.
 14. El Cliente acepta la obligación de revisar el Diseño antes de empezar cualquier proceso para la reproducción, uso, difusión o impresión del mismo, y libera al Diseñador de cualquier responsabilidad por los errores o defectos que se pudieran producir en el Diseño y que no hayan sido objeto de reclamación con anterioridad al citado proceso.
 15. Este presupuesto no incluye ni impuestos ni tributos derivados de esta operación, los cuales, en todo caso, serán a cargo del Cliente.

16. El Diseñador podrá retener gratuitamente un mínimo de cuatro (4) ejemplares del Diseño entregado al Cliente y podrá utilizarlos como exposición, publicidad o promoción personal, sin necesidad de previa comunicación al Cliente.
17. Los firmantes se someten, para cualquier litigio que se pudiese derivar del presente Contrato, a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de [...], con renuncia expresa de su propio fuero si lo tuvieran.
18. Condiciones de pago: El Cliente se compromete a abonar los honorarios del presente trabajo a la finalización del mismo (o previamente si así se acordara) en las siguientes condiciones:

Efectivo

Cheque

Transferencia bancaria

A la finalización del trabajo

([...]%) descuento).

Aplazado a [...] días.

En prueba de aceptación del presente Contrato, los otorgantes firman, en el lugar y la fecha indicados en el presupuesto.

El cliente

El diseñador

Contrato de prestación de servicios de diseño gráfico

Modelo de encargo que realiza un empresario a un diseñador para la realización de trabajos de diseño gráfico con unas características determinadas. Esta relación jurídica se corresponde con el arrendamiento o prestación de servicios.

En [...], a [...] de [...] de [...]

De una parte, D. [...], actuando en su propio nombre y representación, mayor de edad, con domicilio en [...], Calle [...], núm. [...], pta. [...], y NIF [...], en adelante “el Diseñador”

De otra parte, D. [...], en nombre y representación de la mercantil [...], con domicilio en [...], Calle [...], núm. [...], pta. [...], y CIF [...], en adelante “la Empresa”,

Exponen

1. Que la Empresa está interesada en contratar los servicios del Diseñador para el desarrollo de los diseños gráficos que le encargue.
2. Que el Diseñador posee la experiencia y los medios necesarios para desarrollar los diseños gráficos que la Empresa le encargue.
3. Que ambas partes, reconociéndose mutuamente la capacidad legal para contratar y obligarse convienen en celebrar el presente contrato de encargo de servicios de diseño gráfico, que se regirá de acuerdo con las siguientes:

Cláusulas

PRIMERA. OBJETO

Por el presente Contrato, la Empresa encarga al Diseñador la realización de diseños con arreglo a las especificaciones técnicas y demás instrucciones dadas por la Empresa a tal efecto en la Hoja de encargo incluida en el Anexo I al presente Contrato.

SEGUNDA. SOLICITUD DE LOS SERVICIOS

El procedimiento para la prestación de servicios por el Diseñador comenzará con la solicitud de servicios al Diseñador mediante la Hoja de encargo incluida en el Anexo I al presente Contrato, que la Empresa podrá emitir en cualquier momento mediante fax o correo electrónico, al número y dirección que figura en la Cláusula octava.

La Hoja de encargo deberá ajustarse al contenido mínimo incluido en el Anexo I al presente Contrato.

TERCERA. PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS Y PLAZOS

En la ejecución del presente Contrato, las partes deberán ajustarse al siguiente calendario de trabajo:

1. Bocetos

El Diseñador remitirá a la Empresa en los [...] días posteriores a la fecha de la recepción de la Hoja de encargo un Boceto de los diseños solicitados con las características técnicas señaladas en la misma. Asimismo, el Diseñador aportará a sus diseños las modificaciones que fuesen necesarias para una mejor realización y fabricación de cuanto se proyecte.

2. Aceptación de los Bocetos

Dentro de los [...] días posteriores a la recepción de los Bocetos por parte de la Empresa, ésta deberá comunicar por escrito al Diseñador la aceptación de los Bocetos remitidos.

En el caso de que los Bocetos presentados no fueran aceptados por la Empresa, ésta renuncia en este mismo acto a cualquier derecho que pudiera llegar a ostentar sobre ellos, quedando éstos a disposición del Diseñador para darle el uso que libremente desee o crea más conveniente.

3. Envío de Planos y Dibujos definitivos

En el supuesto de que los Bocetos hayan sido aceptados por la Empresa, el Diseñador dispondrá de un plazo de [...] días, contados desde la fecha de la recepción de la aceptación, para remitir, por medio de correo electrónico u ordinario a las direcciones señaladas en la Cláusula Octava del presente Contrato, los dibujos y planos definitivos de los diseños solicitados, con las características técnicas señaladas en el presente Contrato.

Los Bocetos, Planos y Dibujos tendrán las características técnicas que se especifican en el Anexo II al presente Contrato.

Sin embargo, si una vez remitidos los dibujos y planos definitivos de los diseños solicitados, se produjere una anulación, la Empresa se compromete a remunerar el trabajo realizado por el Diseñador hasta la fecha de anulación del Contrato de conformidad con las tarifas de precios establecidas en la Cláusula siguiente del presente Contrato.

Asimismo, los Bocetos y Originales del diseño son propiedad del Diseñador y, en su caso, le serán devueltos a éste, previa notificación, una vez utilizados para aquello que fueron creados.

Cualquier cambio sustancial del contenido de la Hoja de encargo podrá implicar una revisión del presupuesto y plazo de entrega o ejecución de los servicios prestados por el Diseñador. En este supuesto, las partes firmarán un anexo al primer presupuesto señalando el nuevo presupuesto, su forma de pago y el plazo de entrega de la creación o prestación de servicios.

CUARTA. TARIFAS DE PRECIOS Y REMUNERACIÓN

Los servicios a prestar por el Diseñador se regirán por los precios que figuran en la Tarifa recogida en el Anexo III al presente Contrato.

Esta tarifa tiene el carácter de confidencial y podrá ser revisada y actualizada por el Diseñador cuando éste lo considere conveniente.

Todas las cantidades deberán incrementarse con el correspondiente IVA.

QUINTA. FORMA DE PAGO

La Empresa satisfará el precio de los servicios de diseño al Diseñador de la siguiente forma:

- El 50% dentro de los dos días siguientes a la fecha de remisión del Boceto por parte del Diseñador.
- El restante 50% en el momento de la aceptación de los Bocetos.

Las Partes convienen en que el Diseñador no comenzará a realizar los dibujos y planos definitivos hasta que la Empresa haya efectuado el pago de esta cantidad. Ambos pagos se realizarán mediante transferencia bancaria a la siguiente cuenta [...], siendo todos los gastos derivados de dicha transferencia a cuenta de la Empresa.

Asimismo, la Empresa satisfará el precio de la remuneración pactada por la repetición y/o tirada de los diseños de forma semestral.

SEXTA. OBLIGACIONES DE LAS PARTES

En el desarrollo de este Contrato la Empresa queda obligada, a mero título enunciativo, a:

1. Colaborar en todo lo posible con el Diseñador para garantizar que le sea respetada la propiedad intelectual que ostenta sobre el diseño.
2. Las obras del Diseñador sólo pueden ser usadas de la forma acordada y para la finalidad acordada dentro del contexto acordado. A falta de acuerdo expreso, dicha finalidad será la aclarada por la Empresa en el momento del encargo. La Empresa adquiere el derecho de usar el diseño en la forma acordada con el pago completo del precio.
3. La cesión de los derechos de utilización o explotación del diseño definitivo o de sus bocetos a terceros, requiere el consentimiento del Diseñador.

4. Facilitar en todo momento la información y documentación que solicite el Diseñador para el efectivo desarrollo del diseño.
5. Guardar confidencialidad y no facilitar a terceras personas ningún tipo de información sobre el diseño hasta que no haya sido satisfecho en su totalidad el precio pactado.
6. No cambiar, alterar, corregir o adaptar el diseño, o utilizarlo para otro fin distinto del fijado entre las partes, sin el consentimiento expreso del Diseñador.
7. Para las utilizations repetidas o las utilizations múltiples se requerirá el previo consentimiento del Diseñador y serán compensadas económicamente por la Empresa al Diseñador de conformidad con el precio establecido en la Tarifa establecida en el Anexo III.
8. Tratar con todo respeto el diseño elaborado por el Diseñador, ya sea el definitivo o el boceto, obligándose a no romperlo ni deteriorarlo y, si así fuera, tendrá que responder de los posibles daños y perjuicios que cause al Diseñador.
9. Aceptar la posible revisión del diseño antes de comenzar cualquier proceso de explotación, uso, difusión o impresión del mismo, y liberar al Diseñador de cualquier responsabilidad por los errores o defectos que se pudieron producir y no fueron puestos de manifiesto en un plazo de [...] días, contados desde la fecha de recepción de la aceptación de los bocetos.
10. Satisfacer la remuneración pactada en el presente Contrato.

Por su parte, el Diseñador está obligado a:

1. Realizar el diseño acordado de conformidad con lo establecido en la Cláusula primera del presente Contrato.
2. Entregar el diseño en el término convenido a contar desde la fecha en que se obtenga toda la información y documentación necesaria para la ejecución del mencionado diseño.
3. No facilitar ningún tipo de información a terceros sobre el diseño, a excepción de la información que el Diseñador debiera facilitar a sus colaboradores.
4. Prestar todos los servicios descritos en el presente Contrato atendiendo las sugerencias que a tal efecto reciba de la Empresa.

SÉPTIMA. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

El Diseñador ostentará la titularidad de la propiedad industrial de los modelos diseñados en virtud del presente Contrato de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 20/2003 de Protección Jurídica del Diseño Industrial y, por tanto, esta titularidad deberá verse reflejada en las colecciones de la Empresa. En este sentido, deberá aparecer en todo tipo de promoción del diseño, realizada por cualquier medio publicitario, el nombre del Diseñador en un lugar destacado y preferente, en la forma establecida en el Anexo IV al presente Contrato.

Asimismo, el Diseñador facilitará a la Empresa todo el material necesario para que aparezca su identificación como autor de la obra en las promociones, tales como fotografías, información sobre su trayectoria profesional, etc.

El Diseñador cede en exclusiva a la Empresa los derechos de explotación, no así la propiedad, de los diseños que realice en virtud del presente Contrato por un plazo de *(especificar el plazo que se desee)* a contar desde la recepción de los mismos conforme a lo establecido en la Cláusula tercera.

Asimismo, la Empresa deberá registrar su derecho de explotación en exclusiva de los diseños objeto del presente Contrato con la finalidad de evitar cualquier tipo de vulneración de los derechos de propiedad industrial e intelectual, tanto en el ámbito nacional, como en el ámbito internacional si pretende comercializar los diseños en otros países.

OCTAVA. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIÓN

Las partes están de acuerdo en que toda comunicación o notificación dirigidas a la Empresa o al Diseñador derivadas de la ejecución y desarrollo del presente Contrato se harán a las siguientes direcciones y personas:

[Datos del diseñador]

[Datos de la empresa]

NOVENA. CAUSAS DE RESOLUCIÓN

El presente Contrato estará vigente desde su firma hasta que una de las partes notifique a la otra fehacientemente, y con un plazo de antelación de [...] días, su intención de resolverlo.

No obstante lo dispuesto en el anterior párrafo, son causas de resolución del presente Contrato, por cualquiera de ambas partes, sin necesidad del preaviso señalado, siendo suficiente la comunicación fehaciente a la otra parte, las siguientes:

1. Cuando la otra parte hubiere incumplido total o parcialmente cualquiera de las obligaciones legal o contractualmente establecidas, en particular cualquiera de los preceptos de este Contrato.
2. En el supuesto de que alguna de las partes solicite el concurso o sea declarado en concurso, de acuerdo con la Ley 22/2003 de 9 de julio.
3. Cuando se paraliza la realización del diseño por causa ajena a las partes. En este caso, la Empresa se compromete a abonar los gastos y trabajos realizados por el Diseñador hasta aquel momento.

DÉCIMA. NATURALEZA DEL CONTRATO

La relación contractual entre el Diseñador y la Empresa es de naturaleza mercantil. En este sentido, las Partes expresamente convienen que el presente Contrato no implica ni supone ninguna asociación o dependencia entre ellas, ni otorga a ninguna de las partes facultad alguna para representar o vincular a la otra parte frente a terceros, a menos que expresamente las Partes establezcan lo contrario, por lo que ambas Partes son absolutamente independientes y autónomas.

UNDÉCIMA. GASTOS Y TRIBUTOS

Los gastos y tributos que legalmente correspondan serán abonados exclusivamente por la Empresa.

DUODÉCIMA. OTRAS MANIFESTACIONES

El Diseñador tiene derecho a reclamar que su diseño sea explotado satisfactoriamente sin que se introduzcan cambios o alteraciones sin su previo consentimiento. Si ello no fuera respetado, el Diseñador podrá ejercer las acciones judiciales o extrajudiciales que estime oportunas para reparar el daño causado.

El Diseñador tiene derecho a quedarse gratuitamente un mínimo de [...] ejemplares del diseño elaborado a los meros efectos de exposición, publicidad o promoción personal, sin necesidad de comunicárselo a la Empresa.

DECIMOTERCERA. SUMISIÓN EXPRESA A FUERO

Con renuncia expresa al fuero que les sea competente, las partes acuerdan que serán los Juzgados y Tribunales de [...] los únicos competentes para conocer los pleitos a que pudiera dar lugar la aplicación, interpretación o extinción del presente Contrato.

Leído el presente Contrato y encontrado conforme, las partes se obligan a su cumplimiento en prueba de lo cual los firman por duplicado y a un sólo efecto en el lugar y fecha arriba indicados.

El Diseñador

La Empresa

Contrato para la explotación industrial de un diseño

Modelo de licencia para la explotación industrial de los diseños realizados por el diseñador. Constituye una relación jurídica distinta de la anterior aunque evidentemente se presentan entrelazadas.

En [...], a [...]de [...]de [...].

De una parte, D. [...], actuando en su propio nombre y representación, mayor de edad, con domicilio en [...], Calle [...], núm. [...], pta. [...] y NIF [...], en adelante “el Licenciante”.

De otra parte, D. [...], en nombre y representación de la mercantil [...], con domicilio en [...], Calle [...], núm. [...], pta. [...] y CIF [...], en adelante “el Licenciario”.

Exponen

1. Que la Licenciante es propietaria y titular de las solicitudes de registro de los diseños [...].
Se acompañan como Anexo I al presente Contrato certificaciones originales del Registro de Diseño Industrial de la Oficina de Patentes y Marcas, acreditativas de dichos extremos.
2. Que el Licenciario desea obtener derechos sobre las solicitudes de registro de los diseños referidos en el Expositivo I anterior, en interés de los negocios del Licenciario.
3. Que en virtud de todo lo anteriormente expuesto, las Partes acuerdan celebrar el presente Contrato de Licencia exclusiva de diseño industrial, el cual le conferirá el uso y la explotación de los diseños industriales referenciados en el

Expositivo I anterior.

Por ello, las Partes, según intervienen, de sus libres y espontáneas voluntades, manifiestan tener y se reconocen, mutua y recíprocamente, la capacidad legal necesaria para otorgar el presente documento conforme a las siguientes:

Cláusulas

PRIMERA. OBJETO

El Licenciante cede el Derecho de uso y explotación, con el carácter de Exclusivo, al Licenciatario, de los diseños relacionados en el Anexo adjunto a este Contrato, para la fabricación y comercialización de [...].

SEGUNDA. TERRITORIO

El presente Contrato se establece para todos los territorios para los cuales los diseños desplieguen sus efectos exclusivos.

TERCERA. VIGENCIA

En el ámbito temporal, la presente licencia entra en vigor en la fecha de [...] y se concede por un plazo de [...], es decir, hasta [...].

No obstante, llegado el día de su vencimiento se producirá una renovación automática a favor del Licenciatario, por otro período igual, siempre y cuando no medie denuncia justificada de alguna de las partes, en los términos establecidos en la Cláusula Undécima, con tres meses de antelación a la fecha de vencimiento, y siempre y cuando el Licenciatario se encuentre al corriente de todos los compromisos y obligaciones que asume en virtud del presente Contrato.

CUARTA. PRECIO

En contraprestación, el Licenciatario se obliga a pagar al Licenciante un Canon, que se fija en la cantidad de [...] anuales, pagaderas por anticipado.

QUINTA. OBLIGACIONES DEL LICENCIATARIO

El Licenciario se compromete a:

1. Satisfacer puntualmente el importe del Canon establecido en la Cláusula Cuarta anterior.
2. Velar por la integridad y buen nombre de la propiedad industrial licenciada, comunicando, si llegara el caso, la intromisión o pretensión de terceros sobre la misma.
3. Presentar al Licenciante, para su previa aprobación, el producto a vender, así como toda nueva promoción y material publicitario.

El Licenciante deberá dar o negar su aprobación en el plazo máximo de quince (15) días desde la remisión de la información por parte del Licenciario. En caso de silencio en el indicado plazo se entenderá otorgada la aprobación.

4. Observar fielmente los criterios en cuanto a métodos de manufactura y calidad del etiquetado, marketing, ventas, publicidad y promoción de la propiedad industrial licenciada y proporcionar al Licenciante, a petición suya, muestras de productos terminados.
5. Pagar todas las tarifas, cargos y gastos en relación con la propiedad industrial licenciada. Si cualquiera de dichas tarifas, cargos o gastos se pagasen o adelantasen por el Licenciante, el Licenciario deberá pagar dichas cantidades al Licenciante como gastos de reembolso.
6. Eximir al Licenciante de cualquier responsabilidad derivada de los daños o defectos que se pudieran producir y no hayan sido puestos de manifiesto antes de la firma del presente Contrato.

SEXTA. OBLIGACIONES DEL LICENCIANTE

El Licenciante se obliga mediante el presente Contrato a:

1. Mantener y velar por el uso y explotación pacífica de la licencia concedida al Licenciario y mantener el prestigio e integridad de la Propiedad Industrial objeto del presente contrato, informando y defendiendo al Licenciario de las intromisiones y pretensiones de terceros.

2. Responder frente al Licenciatario por los daños y perjuicios que le cause la pérdida del derecho a la licencia, como consecuencia de la pérdida de la titularidad de la Propiedad Industrial por cualquier causa, a partir de cuando la misma obre inscrita a su nombre con carácter definitivo y firme, sin existir oposición en vía administrativa o judicial.
Asimismo, se constituye en responsable de las reclamaciones que un tercero, que ostentase mejor derecho, pudiera instar contra el Licenciatario, por el uso y explotación de la propiedad industrial licenciada, una vez la titularidad de la misma haya sido concedida al Licenciante, en las condiciones referidas en el apartado que antecede, eximiendo de toda responsabilidad al Licenciatario.
3. En general, cumplir con todos los compromisos contenidos en este Contrato y con los derivados de la buena fe y uso del tráfico mercantil.

SÉPTIMA. MANTENIMIENTO DE LA INSCRIPCIÓN REGISTRAL

El Licenciante se compromete a realizar todos aquellos actos que sean necesarios para la obtención y el mantenimiento de la inscripción registral de los diseños objeto de licencia en virtud del presente contrato.

No obstante, en el supuesto de que, por razones empresariales y/o comerciales, no sea de su interés el mantenimiento de la inscripción registral, lo comunicará al Licenciatario a fin de que este último pueda asumir a su costa la continuación del procedimiento de registro y/o su mantenimiento si es de su interés, manteniendo el Licenciante la titularidad.

OCTAVA. PROHIBICIÓN DEL REGISTRO

El Licenciatario se compromete a no presentar ninguna solicitud de registro de diseño industrial a su nombre o a nombre de un tercero, cuyo objeto sea el de los diseños objeto del presente Contrato, por sí solos o que presenten un alto grado de similitud, ante los organismos nacionales y/o internacionales, competentes para el registro de diseños industriales.

NOVENA. INSCRIPCIÓN DE LA LICENCIA

El Licenciatario podrá, siempre que se hayan satisfecho las cantidades establecidas en la cláusula CUARTA, inscribir la presente licencia de los diseños referenciados en la Cláusula PRIMERA en el registro competente. A tal efecto, el Licenciante y el Licenciatario realizarán cualesquiera actuaciones que sean necesarias para proceder a la presentación de documentos requerida y remitiendo copia de la misma al Licenciante. El Licenciatario se obliga a informar al Licenciante en relación con cualquier novedad o incidencia que sobre la tramitación de dicha inscripción pudiera producirse.

DÉCIMA. CESIÓN DE DERECHOS

El Licenciatario no podrá ceder ni sublicenciar el presente Contrato ni ninguno de los derechos en él contenidos a ningún tercero sin el consentimiento previo, expreso y por escrito del Licenciante.

UNDÉCIMA. CAUSAS DE RESOLUCIÓN ANTICIPADA

Serán causa de resolución anticipada del presente Contrato:

1. El acuerdo de ambas partes.
2. El retraso superior a un (1) mes en el pago del Canon por parte del Licenciatario.
3. La pérdida de la titularidad, por cualquier causa, de la propiedad industrial licenciada por el Licenciante.
4. Cualquier actuación que, de forma directa o indirecta, lleve a cabo el Licenciatario fuera del Territorio al que se circunscribe la licencia concedida, de conformidad con la Cláusula Segunda del presente Contrato.
5. El incumplimiento grave de las condiciones esenciales del presente Contrato.
6. Cualquier otra reconocida por la Ley.

Solamente podrá hacer uso de la facultad de resolver el presente contrato la parte que no hubiese incumplido y estuviese al corriente de todas las obligaciones que tiene asumidas en este contrato.

DUODÉCIMA. GASTOS E IMPUESTOS

Todos los impuestos, corretajes y gastos judiciales o extrajudiciales que se originen como consecuencia de la formalización de este Contrato o del nacimiento, cumplimiento o extinción de las obligaciones dimanantes del mismo, serán de cuenta de la Parte que la Ley establezca.

DECIMOTERCERA. JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA

Las Partes, con renuncia a su fuero propio si lo tuvieran, se someten a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de [...].

DECIMOCUARTA. LEGISLACIÓN APLICABLE

Este contrato tiene carácter mercantil y se regirá por sus propias cláusulas y en lo que en ellas no estuviera previsto se atenderán las Partes a las disposiciones del Código de Comercio, usos mercantiles y en su defecto a lo dispuesto en el Código Civil.

DECIMOQUINTA. DOMICILIO

A los efectos de este contrato, serán domicilios para notificaciones los que figuran en el encabezamiento del mismo, correspondientes a las personas jurídicas por cuya cuenta actúan los comparecientes.

Y en prueba de conformidad con todo cuanto antecede, las Partes firman el presente contrato en el lugar y fecha expresados en su encabezamiento.

El Licenciante

El Licenciatario

Presupuesto básico de encargo de diseño

Modelo de presupuesto con encargo para aquellos casos en que no medie un contrato para la contratación de los servicios del diseñador. En él se incluyen las condiciones básicas que regulan la relación jurídica entre el diseñador y el empresario.

1. La firma del presente presupuesto, y su posterior retorno al Diseñador, llevará implícita su aceptación y supondrá la orden para el inicio del diseño acordado. Por tanto, una posterior anulación de la orden de realización del diseño acordado comportará el pago del importe del trabajo realizado hasta la fecha de anulación.
2. El Diseñador se obliga a la realización del diseño acordado, de conformidad con lo estipulado en este presupuesto, y a la entrega en el término convenido, a contar a partir de la obtención de toda la información y documentación necesaria para la ejecución del mencionado diseño.
3. Este presupuesto tendrá una vigencia de dos meses desde su comunicación al Cliente. Una vez transcurrido este término, será revisado e incrementado si fuese necesario de acuerdo con los aumentos que hayan experimentado los honorarios y los materiales empleados para su realización.
4. Este presupuesto no incluye los trabajos adicionales que se puedan derivar de los cambios de orientación en su elaboración por parte del Cliente. En consecuencia, cualquier cambio del contenido de este presupuesto, podrá implicar una revisión del presupuesto por el Diseñador, realizando uno nuevo al que añadirá los incrementos en el importe que se hubieran producido o se pudieran producir, pero manteniendo los mismos criterios de valoración utilizados en el

primer presupuesto. Si el Cliente no aceptase el nuevo presupuesto, el Diseñador podrá resolver el contrato y el Cliente tendrá que abonar la totalidad de los gastos satisfechos por el Diseñador más el del trabajo realizado hasta aquel momento, incrementando, este último, un 10%.

5. El Cliente acepta la obligación de revisar el diseño, antes de empezar cualquier proceso para la reproducción, uso, difusión o impresión del mismo, y libera al Diseñador de cualquier responsabilidad por los errores o defectos que se pudieran producir en el diseño y que no hayan sido objeto de reclamación con anterioridad al citado proceso.
6. De conformidad con el artículo 15 de la Ley de Protección Jurídica del Diseño Industrial, el derecho a registrar el diseño corresponderá al Cliente.
7. Este presupuesto no incluye ni impuestos ni tributos derivados de esta operación, los cuales, en todo caso, serán a cargo del Cliente.

Cliente

Diseñador gráfico

Contrato de diseño de página web

En [...], a [...]de [...]de [...].

Reunidos

De una parte, D./Dña. [...], mayor de edad, [estado civil], con domicilio en [...], y con NIF núm. [...],

Y de otra parte, D./Dña. [...], mayor de edad, [estado civil], con domicilio en [...], y con NIF núm. [...],

Intervienen

D./Dña. [...], en nombre y representación de la compañía mercantil [...], domiciliada en [...], y con CIF núm. [...], en su calidad de [...] de la citada compañía. En adelante, el Diseñador.

(O bien: D./Dña. [...], actuando en su propio nombre y representación.)

Y D./Dña. [...], en nombre y representación de la compañía mercantil [...], domiciliada en [...], y con CIF núm. [...], en su calidad de [...] de la citada compañía. En adelante, el Cliente.

Ambas partes se reconocen mutuamente la capacidad legal suficiente para obligarse según intervienen, y a efectos del presente *Contrato de diseño de página web*.

Exponen

- I. Que el Diseñador es una empresa de servicios especializada en el diseño, desarrollo e implementación de páginas web.
- II. Que el Cliente está interesado en la creación de una página web.
- III. Que el Diseñador reúne los recursos materiales y humanos, cuenta con los conocimientos técnicos y con las infraestructuras informáticas necesarias, así

como el nivel de especialización necesaria para la realización de los trabajos requeridos por el Cliente.

- IV. Que ambas partes han convenido la formalización del presente Contrato de diseño de página web con arreglo a las siguientes:

Cláusulas

1. OBJETO

En virtud del presente Contrato, el Diseñador se compromete a llevar a cabo, en los términos que en el mismo se establecen, el diseño, ejecución, desarrollo e implementación de una página web (en adelante, indistintamente, “la página”, “la web” o “el proyecto”).

2. DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB

2.1. Fases

El diseño, desarrollo e implementación de la página web se llevará a cabo con arreglo a las fases que se describen a continuación:

PRIMERA FASE: ANÁLISIS Y DISEÑO DE LA PÁGINA WEB

En esta fase se consensuará la definición de la arquitectura de la página web así como la descripción funcional de la misma a desarrollar en base a las necesidades específicas del Cliente, contenidas en el Anexo I a este Contrato. El Diseñador elaborará en esta fase un informe detallado, denominado “Análisis Funcional”, que deberá ser aprobado por el Cliente y cuyo contenido será la determinación exhaustiva de las características y funcionalidades con las que debe dotarse la página web objeto del presente Contrato.

Esta fase tendrá una duración máxima de [...] días a contar desde la firma del presente Contrato, fecha en que el Diseñador deberá haber hecho entrega al Cliente del “Análisis Funcional”.

En el plazo máximo de [...] días a contar desde la entrega del “Análisis Funcional”, el Cliente podrá solicitar por escrito al Diseñador cuantas aclaraciones, modificaciones y/o rectificaciones del “Análisis Funcional” estime convenientes, estando

obligado el Diseñador a dar respuesta por escrito al Cliente en el plazo de [...] días siguientes a la solicitud realizada por esta última.

El “Análisis Funcional”, junto con las aclaraciones, modificaciones y/o rectificaciones al mismo que, en su caso, hayan podido efectuarse (en adelante, “Análisis Funcional Definitivo”), quedará incorporado al presente Contrato como Anexo II. Transcurrido el plazo de [...] días sin que el Cliente haya solicitado al Diseñador aclaración, modificación y/o rectificación del “Análisis Funcional”, o en el plazo de los [...] siguientes a la respuesta del Diseñador para el caso de que el Cliente hubiera realizado dicha solicitud, este último tendrá que comunicar, mediante escrito enviado al Diseñador por cualquier medio que acredite su recepción, su aceptación o desistimiento a continuar con el Proyecto en vista al “Análisis Funcional Definitivo” con las siguientes consecuencias:

- Caso de aceptación: Comenzará la Segunda Fase.
- Caso de desistimiento: El presente Contrato quedará resuelto, con arreglo a lo dispuesto en la Cláusula 8.4. siguiente.

Una vez aceptado el “Análisis Funcional Definitivo” por el Cliente, cualquier propuesta de modificación o de ajustes en su contenido deberá ser discutida y aprobada de mutuo acuerdo por ambas partes, de conformidad con lo establecido en la Cláusula 2.3. siguiente.

SEGUNDA FASE: DESARROLLO DE LA PÁGINA WEB

En esta fase el Diseñador realizará los trabajos de programación destinados a obtener la página web, de conformidad con el “Análisis Funcional Definitivo” aceptado por el Cliente.

Esta fase comenzará al día siguiente a la recepción por el Diseñador de la aceptación del Cliente a continuar con el proyecto, y tendrá una duración de [...] días a contar desde el inicio de esta fase.

Una vez creada la página web, el Diseñador notificará por escrito al Cliente el fin de la Segunda Fase y el inicio del Período de Pruebas.

TERCERA FASE: PERÍODO DE PRUEBAS

Las pruebas sobre los trabajos desarrollados por el Diseñador serán realizados conjuntamente por ambas Partes, y deberán ser lo suficientemente amplias como para comprobar el correcto funcionamiento con toda la amplitud posible de la página web, así como su adecuación al “Análisis Funcional Definitivo” aceptado por el Cliente.

Las pruebas deberán ser efectuadas dentro del plazo de [...] días a contar desde aquél en que el Diseñador haya notificado al Cliente el fin de la Segunda Fase.

En caso de que durante el desarrollo de las pruebas, la página web no cumpliera con los requisitos establecidos en el “Análisis Funcional Definitivo” aceptado por el Cliente, éste comunicará por escrito las deficiencias observadas al Diseñador, quien deberá corregirlas dentro del plazo de [...] días siguientes a la referida comunicación.

Una vez corregidas las deficiencias por parte del Diseñador, se repetirán las pruebas dentro del plazo de [...] días siguientes a aquél en que el Diseñador notifique por escrito al Cliente que se han subsanado las mismas, quien en el plazo de [...] días desde su realización deberá comunicar por escrito al Diseñador su conformidad o no con las pruebas realizadas, que se repetirán tantas veces sea necesario hasta que el Cliente muestre su conformidad con las mismas, momento en que tendrá lugar el fin de la tercera fase e inicio de la siguiente.

CUARTA FASE: ACEPTACIÓN FINAL Y ENTREGA DE LA PÁGINA WEB

En esta fase se obtendrá la aceptación final del proyecto, poniendo en marcha la página web en su fase operativa (o de explotación) y traspasando la gestión de la misma a los responsables y equipos de soporte del Cliente.

En el plazo máximo de los [...] días siguientes a la finalización de la tercera fase se procederá a la entrega y puesta en uso real de la página web, entendiéndose por tal el momento en que ésta empiece a ser utilizada por el Cliente, y de forma que su funcionamiento se esté realizando con datos propios del Cliente.

En dicho acto se procederá a la firma del Acta de entrega y recepción definitiva de la página web, que dejará constancia de la fecha en que efectivamente se inicia la

utilización de la página web resultante de los trabajos realizados por el Diseñador, así como de la aceptación de la misma por parte del Cliente.

Asimismo, el Diseñador entregará en ese mismo acto al Cliente toda la documentación necesaria para el manejo y utilización de la página web.

QUINTA FASE: PERÍODO DE GARANTÍA

Una vez iniciado el uso real de la página web, dará comienzo el período de garantía, que tendrá una duración de [...] meses a contar desde esa fecha, durante el cual, el Diseñador garantizará al Cliente el buen funcionamiento de la página web.

En caso de detectarse errores durante el período de garantía indicado en el funcionamiento de la página web, previa comunicación del Cliente por cualquier medio que permita hacer constar su recepción, el Diseñador realizará las correcciones e intervenciones necesarias para su buen funcionamiento en el plazo de tiempo más breve posible, sin cargo alguno para el Cliente, siempre que tales correcciones fuesen debidas a errores de funcionamiento que se hubieran manifestado dentro del período de garantía aquí definido.

2.2. Reuniones de seguimiento (optativo)

Ambas partes celebrarán reuniones periódicas cada [...] días para revisar el desarrollo de la página web y analizar su funcionamiento. Tales reuniones tendrán lugar en los locales u oficinas que ambas partes acuerden durante el tiempo que dure el Período de Garantía.

2.3. Gestión de cambios

Se entiende por “Cambios” a los efectos del presente contrato cualquier modificación al “Análisis Funcional Definitivo” tras su aceptación por el Cliente, ya sea mediante incorporación de nuevas especificaciones o bien por la rectificación o mayor precisión de las ya existentes.

La solicitud de “Cambios” supone determinación del coste imputable al cambio a realizar y la facturación adicional a realizar por el Diseñador de acuerdo con sus tarifas vigentes en el momento de la realización del cambio de que se trate, así como la determinación de las variaciones en los plazos de finalización de los tra-

bajos encomendados al Diseñador, establecidos en este Contrato, que serán comunicados al Cliente.

3. PRECIO Y FORMA DE PAGO

El precio del diseño de la página web asciende a [...] euros, cantidad a la que deberá añadirse el IVA que corresponda según Ley.

El Diseñador presentará una factura en los 5 días siguientes a la finalización de cada una de las fases descritas en la Cláusula Segunda, con los siguientes importes:

Primera Fase: [...] %, esto es [...] euros.

Segunda Fase: [...] %, esto es [...] euros.

Tercera Fase: [...] %, esto es [...] euros.

Cuarta Fase: [...] %, esto es [...] euros.

Quinta Fase: [...] %, esto es [...] euros.

Todas las cantidades deberán incrementarse con el correspondiente IVA.

El abono de cada una de las cantidades se hará efectivo mediante transferencia a la C/c número [...] abierta en la entidad [...], a nombre de [...], en el plazo máximo de 15 días naturales desde la recepción de la correspondiente factura.

4. PROPIEDAD INTELECTUAL

El Diseñador garantiza que el software que desarrolle en la ejecución de la página web objeto del presente Contrato no infringirá derechos de terceros.

El Diseñador, defenderá, corriendo con los costes, cualquier reclamación o amenaza de reclamación formuladas por terceros contra el Cliente en la medida en que dicha reclamación se fundamente en la pretensión de que el software que se hubiera desarrollado en el marco de la página web objeto del presente Contrato infrinja derechos de Propiedad Intelectual o Industrial de terceros, o constituya una apropiación indebida de secretos comerciales o industriales de terceros.

La página web cuyo desarrollo es objeto de este Contrato, así como la documentación preparatoria y de utilización se encuentra protegida mediante los derechos de autor, rigiéndose conforme a lo previsto en La Ley 23/2006 de 7 de julio por la

que se modifica el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

El Diseñador cede al Cliente los derechos de uso, modificación, reproducción total o parcial, traducción, adaptación, arreglo o cualquier otra transformación de los programas originales, de los diseños, manuales o de los informes que se hayan creado en el transcurso del diseño de la página web.

El Diseñador conservará los derechos de propiedad intelectual sobre aquellos módulos, herramientas, bases de datos y demás elementos estándar desarrollados por el Cliente con carácter previo a la firma del presente Contrato, y que éste haya aportado para la realización de los trabajos objeto del presente Contrato. Dichos elementos serán identificados en la documentación generada con motivo del presente Contrato, disponiendo el Cliente sobre los mismos una licencia de uso no exclusiva y transferible.

La cesión o transferencia de derechos al Cliente en las condiciones expresadas en la presente Cláusula tendrá lugar a la firma del Acta de entrega y recepción definitiva de la página web.

5. CONFIDENCIALIDAD

Las partes se comprometen a mantener estrictamente la confidencialidad de la información facilitada con ocasión del presente Contrato, no revendiéndola a nadie, por cualquier medio, sin el consentimiento previo y por escrito de la otra parte, salvo que tal información sea de conocimiento público o le sea requerida legalmente por cualquier autoridad judicial o administrativa en el ejercicio de sus funciones.

6. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

En el supuesto de que durante la vigencia del presente Contrato el Diseñador tuviera acceso a datos de carácter personal del Cliente para el cumplimiento de las obligaciones que asume en este Contrato, el Diseñador tendrá la consideración de Encargado del Tratamiento a efectos de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, comprometiéndose a cumplir las obligaciones como tal Encargado del Trata-

miento que dicha Ley establece.

7. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN

El Diseñador podrá ceder o subcontratar la ejecución total o parcial de este Contrato sin obtener previamente la autorización expresa del Cliente.

No obstante lo anterior, el Diseñador será en todo caso responsable frente al Cliente de las obligaciones asumidas en virtud del presente Contrato, tanto por el Diseñador como por sus cesionarias o subcontratadas.

8. RESOLUCIÓN

El presente Contrato podrá resolverse cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias:

8.1. Resolución por incumplimiento

Si cualquiera de las partes incumpliera alguna de las obligaciones asumidas de acuerdo con los términos del presente Contrato, la parte cumplidora podrá requerir por escrito a la incumplidora para que corrija dicho incumplimiento en el plazo de quince (15) días.

Transcurrido el plazo de quince días sin que se haya llegado a un acuerdo respecto a la corrección del incumplimiento de que se trate, la parte que haya cumplido sus compromisos podrá resolver el Contrato mediante notificación escrita a la parte incumplidora, comunicando dicha resolución e indicando la fecha a partir de la cual la misma haya de tener efecto.

8.2. Resolución unilateral del Diseñador

El Diseñador podrá resolver unilateralmente el Contrato en los siguientes supuestos:

- Por el impago del Cliente de dos o más facturas.
- Por decisión judicial o administrativa que implique la imposibilidad del Diseñador de ejecutar el presente Contrato.

8.3. Resolución unilateral del Cliente

El Cliente podrá resolver unilateralmente el Contrato en los siguientes supuestos:

- Por optar, de conformidad con lo previsto en la Cláusula 2.1. anterior, por el desistimiento en la continuación del Trabajo en vista del Análisis Funcional Definitivo.
- La demora en más de [...] días por parte del Diseñador en la entrega de la página web.
- Por decisión judicial o administrativa que implique la imposibilidad del Diseñador de ejecutar el presente Contrato.

8.4. Efectos de la resolución

La resolución contractual, con independencia de la causa que la haya originado, y del momento en que tenga lugar, se entenderá sin perjuicio de los derechos adquiridos, las responsabilidades adquiridas, o de aquellos otros derechos y obligaciones que sean exigibles, bien en el momento de la resolución, o que continúen siéndolo después de ésta, según lo establecido en este Contrato.

Si la resolución tiene lugar por causa imputable al Cliente, el importe de lo pagado hasta la fecha de la resolución por el Cliente al Diseñador será retenido por éste en concepto de penalización.

Si la resolución tiene lugar por desistimiento del Cliente a continuar los trabajos en vista al Análisis Funcional Definitivo, el importe de lo pagado por el Cliente al Diseñador será retenido por éste en concepto de resarcimiento por los trabajos realizados hasta esa fecha.

Si la resolución tiene lugar por causa imputable al Diseñador, éste deberá satisfacer al Cliente las cantidades pagadas hasta la fecha de la resolución por el Cliente incrementadas en el [...] %, en concepto de devolución de las cantidades pagadas y de penalización.

Dichas cantidades deberán pagarse en el plazo de los [...] días siguientes a la fecha en la que la parte incumplidora haya recibido la notificación de la otra parte de la resolución del Contrato.

Cualquiera que sea la causa de resolución del Contrato, el Diseñador deberá entregar al Cliente en el plazo máximo de siete (7) días desde la fecha de resolución del Contrato, la documentación propiedad del Cliente que estuviera en su poder.

9. INDEPENDENCIA DE LAS PARTES

Las partes expresamente convienen en que el presente Contrato no implica ni supone ninguna asociación o dependencia entre ellas, ni otorga a ninguna de las partes facultad alguna para representar o vincular a la otra parte frente a terceros, a menos que expresa y específicamente las partes establezcan lo contrario, por lo que ambas serán absolutamente independientes y autónomas.

10. NOTIFICACIONES

Cualquier notificación entre las Partes deberá ser realizada de forma fehaciente, siendo suficiente para ello la notificación realizada mediante burofax con acuse de recibo o carta certificada con acuse de recibo. A estos efectos, las Partes señalan los domicilios que aparecen reflejados en la comparecencia.

Cualquier cambio de domicilio que pudiera efectuar alguna de las Partes, deberá ser comunicado de forma fehaciente a la otra, no teniendo validez dicho cambio de domicilio a los efectos de las notificaciones que pudieran derivarse de lo pactado en este contrato, hasta la recepción por la otra Parte de la expresada comunicación.

11. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

Cualquier enmienda o modificación a este contrato deberá consignarse por escrito y ser firmada por ambas Partes, pasando a formar parte del contrato como anexo.

12. NULIDAD

En el caso de que cualquier término, condición o disposición del presente contrato, en todo o en parte, fuera considerado como nulo, inválido o sin efecto, surtirá el mismo efecto como si no se hubiese incluido en el contrato originariamente, sin afectar de ninguna forma a los restantes términos, condiciones y disposiciones, todos los cuales continuarán en vigor con toda su fuerza, validez y efecto.

13. ACUERDO COMPLETO

El presente Contrato junto con todos sus Anexos contiene el acuerdo íntegro entre las partes respecto a la materia objeto de este Contrato, y sustituye o anula cualquier otro acuerdo verbal o escrito, documento, correspondencia, conversación o negociación realizada entre las Partes con anterioridad a esta fecha.

14. LEGISLACIÓN APLICABLE Y JURISDICCIÓN

El presente Contrato se interpretará y regirá conforme a las leyes españolas.

Para cualquier duda, cuestión o discrepancia que surja entre las Partes, respecto a la interpretación y/o ejecución del presente Contrato, con renuncia expresa a cualquier otro fuero que les pudiera corresponder, se someten a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de [...] .

Y en prueba de conformidad, firman por duplicado y a un solo efecto en el lugar y fecha arriba indicados,

El Diseñador

El Cliente

Bases de un concurso restringido

Modelo de bases de un concurso para adjudicar el Manual de identidad gráfica corporativa de una entidad.

1. Objeto del concurso

Creación de una nueva marca gráfica para [...] y elaboración de un programa de identidad visual que quede regulado en manual correspondiente.

2. Objetivo

El objetivo del concurso es la creación de un programa de identidad para [...] que recoja sus necesidades comunicacionales. Asimismo, la normativa de aplicación de dicho programa deberá quedar regulada en un manual.

3. Tipo de concurso

El concurso es público, desarrollándose en dos fases, de acuerdo con lo previsto en estas bases, una primera abierta y una segunda por invitación.

4. Jurado

El Jurado del concurso estará compuesto por los siguientes miembros:

Presidente: [...] Vocales: [...] Secretario: [...]

El Jurado quedará válidamente constituido cuando concurra la mayoría de sus miembros, entre los que estarán el presidente y el secretario o las personas que los suplan, adoptando sus acuerdos por mayoría de los votos emitidos. De cada sesión se levantará acta por el secretario del Jurado, que será suscrita por todos los miembros asistentes.

El Jurado resolverá cuantas incidencias pudieran plantearse o derivarse de la interpretación de estas bases.

5. Solicitud de participación

Podrán solicitar la participación en el concurso de ideas todas las empresas y profesionales de la comunicación visual y el diseño gráfico, sea a título individual o en equipos de carácter interdisciplinar.

Los interesados dirigirán las solicitudes a [...].

El plazo de presentación de solicitudes finalizará a las [...] horas del día [...].

En el caso de envío por correo certificado o empresa de mensajería, el solicitante deberá hacerlo constar dentro del plazo establecido al convocante.

6. Documentación

Con la solicitud de participación, que deberá atenerse al modelo del Anexo I de estas bases, los interesados adjuntarán la siguiente documentación:

DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA DE LA PERSONALIDAD:

- Si el solicitante es persona jurídica, deberá presentar original o copia compulsada notarial o administrativamente de la escritura de constitución y, en su caso, modificación o transformación, inscrita en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil, si no lo fuese la acreditación de la capacidad de obrar se realizará mediante la escritura o documento de constitución, de modificación, estatutos o acta fundacional en el que constaren las normas por las que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el correspondiente registro oficial, así como copia del número de identificación fiscal.
- Si el solicitante es persona física será obligatorio la presentación de copia compulsada notarial o administrativamente del Documento Nacional de Identidad o el que, en su caso, lo sustituya reglamentariamente.
- Cuando dos o más empresas o profesionales presenten solicitud de participación constituyendo equipos de carácter interdisciplinar, cada uno acreditará su capacidad, personalidad y representación debiendo indicar los nombres y circunstancias de los componentes que la suscriben y el porcentaje de participación de cada uno de ellos.

DOCUMENTOS ACREDITATIVOS DE LA REPRESENTACIÓN:

- Los que comparezcan o firmen solicitudes de participación en nombre de otro, presentarán copia notarial del poder de representación. Si el licitador fuera persona jurídica, este poder deberá figurar inscrito en el Registro Oficial correspondiente, cuando sea exigible legalmente. Igualmente, la persona con poder bastante a efectos de representación, deberá acompañar fotocopia de su Documento Nacional de Identidad.
- Currículum Vitae, en el que se detallen la composición del equipo y la experiencia profesional en el desarrollo de identidades corporativas, concursos ganados y premios recibidos. Deberá entregarse en soporte papel y en CD (en formato PDF).
- Portafolio con los trabajos más relevantes elaborados en identidad visual. Deberá entregarse en soporte papel y en CD (en formato PDF).
- Documentos que acrediten la experiencia profesional y los méritos que se relacionan en el Currículum Vitae.

7. Selección de los participantes

Concluido el plazo de presentación de solicitudes, el jurado examinará las presentadas y seleccionará hasta un máximo de tres participantes, que serán los que podrán presentar las propuestas a las que se refiere la base novena.

La selección de las empresas, profesionales o equipos que hayan solicitado participar en el concurso de ideas se realizará sobre la base de la documentación presentada, atendiendo a los siguientes criterios:

- experiencia profesional en general;
- trayectoria profesional, premios y distinciones de los solicitantes;
- la experiencia en el desarrollo de identidades corporativas;
- calidad de los trabajos presentados en el portafolio;
- formación académica del profesional y/o los integrantes del equipo.

Para la valoración de los criterios enumerados en el apartado anterior para la

selección de las empresas, profesionales o equipos se aplicará el baremo siguiente:

- experiencia profesional en general, hasta 30 puntos;

- trayectoria profesional, premios y distinciones de los solicitantes, hasta 20 puntos;
- la experiencia en el desarrollo de identidades corporativas, hasta 20 puntos;
- calidad de los trabajos presentados en el portfolio, hasta 20 puntos;
- formación académica del profesional y/o los integrantes del equipo, hasta 10 puntos.

En caso de empate en la puntuación se dirimirá atendiendo a la otorgada por el último criterio enunciado, y de persistir el mismo, atendiendo sucesivamente a la otorgada por los anteriores criterios y por el orden en que aparecen recogidos. El resultado de la selección se publicará en [...] y se notificará a los interesados seleccionados.

8. Premio de selección

Las empresas, profesionales o equipos seleccionados para ser invitados recibirán como compensación a su participación la cantidad de [...], e incluirá todos los gastos que pudiera originar su participación, tasas e impuestos incluidos.

Dicha cantidad se devengará una vez resuelto el concurso, siempre que hayan presentado efectivamente las propuestas a que se refiere la base siguiente.

9. Presentación de las propuestas

Las empresas, profesionales o equipos seleccionados podrán elaborar y presentar su propuesta en el plazo de un mes, contado a partir del día siguiente a la publicación del resultado de la selección en [...].

Las propuestas se presentarán de forma anónima y bajo seudónimo, que deberá constar en todos los documentos y soportes que se acompañen.

Con la propuesta se presentará un sobre cerrado en cuyo exterior figurará el seudónimo y en su interior el nombre del profesional, empresa o equipo autor de la propuesta.

Los interesados dirigirán las solicitudes al convocante.

El plazo de presentación de solicitudes finalizará a las [...] horas del día [...].

En el caso de envío por correo certificado o empresa de mensajería, el solicitante deberá hacerlo constar dentro del plazo establecido a la entidad convocante.

10. Contenido y requisitos de las propuestas

Cada propuesta podrá incluir hasta dos soluciones distintas, las cuales deberán tener las siguientes características:

La marca gráfica deberá constar de un símbolo y/o de un logotipo. Deberá recoger el nombre: [...], y si es necesario, deberá diseñarse una versión que contenga la denominación institucional completa: [...].

Deberán ajustarse a lo expuesto en el Anexo II de las presentes bases y al pliego de condiciones que se entregará a los seleccionados junto a la carta de invitación a participar.

Las soluciones propuestas incluirán, como mínimo, lo siguiente:

- Logosímbolos propuestos (marca gráfica).
- Configuración: relación de tamaños y situación entre elementos.
- Tipografías corporativas.
- Colores corporativos.
- Versión monocroma de los logosímbolos propuestos.
- Papelería básica.
- Modelo para la línea de folletos.
- Señalización básica exterior de edificio.
- Aplicación de la identidad a la página principal (*home*) de la web.
- Anuncio en prensa.

Las propuestas se presentarán en formato DIN A3 sobre cartón-pluma y en CD (formato PDF).

La propuesta y, en su caso, las distintas soluciones se acompañarán de un breve documento con los comentarios que se estimen oportunos sobre la interpretación realizada del pliego de condiciones.

11. Exclusión del concurso

Serán excluidos del concurso aquellas propuestas que incurran en cualquiera de los siguientes supuestos:

- Presentación fuera de plazo.
- Incumplimiento de los requisitos previstos en la base décima.

- Incumplimiento del requisito de anonimato previsto en la base novena.

12. Resolución del concurso

El jurado escogerá de entre las propuestas presentadas al ganador del concurso, atendiendo a los siguientes criterios objetivos y baremo:

- Adecuada interpretación de los requerimientos expresados en el pliego de condiciones, hasta 40 puntos;
- Innovación y calidad gráfica de las propuestas, hasta 30 puntos;
- Eficacia comunicativa y creatividad de las aplicaciones presentadas, hasta 30 puntos;

En caso de empate en la puntuación se dirimirá atendiendo a la otorgada por el primer criterio enunciado, y de persistir el mismo, atendiendo sucesivamente a la otorgada por los siguientes criterios y por el orden en que aparecen recogidos.

El jurado podrá declarar desierto el concurso cuando a su juicio las propuestas presentadas no reúnan condiciones de calidad suficiente, sin perjuicio de que se abone a los participantes la cantidad prevista en estas bases como premio de participación.

La resolución del concurso se realizará en el plazo de treinta días naturales a contar desde el día siguiente al de finalización del plazo de presentación de las propuestas.

El resultado del concurso se publicará en [...].

13. Contratos de ejecución de la propuesta

Al profesional, empresa o equipo que resulte ganador del concurso de ideas podrá adjudicársele el contrato para el desarrollo definitivo del programa de identidad visual de [...], con un presupuesto de adjudicación de hasta [...], e incluirá el I.V.A. y demás tributos que sean de aplicación.

Del importe de adjudicación del contrato se deducirá el premio de participación recibido conforme a lo previsto en las presentes bases.

Al ganador del concurso se le podrán adjudicar los contratos para la confección de los materiales de difusión inmediatos de [...].

14. Plazo de ejecución, fases y garantía del contrato

El plazo de ejecución del contrato será de doce meses, contado a partir del día siguiente al de la fecha de la firma del contrato. Los plazos de ejecución por fases no podrán ser alterados salvo acuerdo de la parte contratante con [...].

La ejecución del objeto del contrato se realizará en cuatro fases:

1.^a Fase: Desarrollo de la propuesta ganadora del concurso de ideas y/o redefinición de la misma hasta satisfacer las necesidades planteadas por [...]. Si éste considerara que no se satisfacen estas necesidades el contrato quedaría resuelto en ese momento, abonando al adjudicatario la cantidad correspondiente al primer plazo, contemplada en el siguiente punto. El plazo de ejecución será de diez días naturales desde la firma del contrato.

2.^a Fase: Desarrollo de las primeras aplicaciones de la solución considerada satisfactoria por [...] al objeto de realizar su presentación pública, siendo el plazo de ejecución de esta fase de veinte días naturales a partir de la aceptación por [...] del desarrollo de la propuesta ganadora del concurso de ideas ejecutado en la primera fase.

3.^a Fase: Elaboración y entrega del manual de identidad corporativa de [...], cuyo plazo de ejecución será de sesenta y dos días a contar desde la finalización de la segunda fase.

4.^a Fase: Seguimiento y evaluación de la implantación del manual de identidad corporativa. Se desarrollará a partir de la finalización de la tercera fase.

El plazo de garantía será de un año, que comenzará a contar a partir del día siguiente al de la recepción de la consultoría o asistencia.

Antes de la finalización del plazo de garantía, [...] podrá requerir al contratista la realización de cuantas actuaciones correspondan para la subsanación de los defectos observados, concediéndole un plazo para ello, y quedando, en este caso, en suspenso el plazo de garantía hasta que por parte del mismo se haya efectuado las actuaciones de conformidad para la entidad.

15. Pagos

El abono del precio del contrato se efectuará en los siguientes plazos:

- 1.º Plazo: Un 10% del importe de la adjudicación a la presentación del desarrollo de la propuesta ganadora del concurso de ideas.
- 2.º Plazo: Un 25% del importe de la adjudicación a la finalización de la segunda fase de la ejecución del objeto del contrato, en caso de que esta continuara después de la terminación de la primera fase.
- 3.º Plazo: Un 50% a la entrega del manual de identidad corporativa.
- 4.º Plazo: Un 15% a la conclusión del periodo de seguimiento y evaluación de la implantación del manual de identidad corporativa.

16. Derechos de propiedad de explotación

El autor o autores de la propuesta ganadora cederán a [...] los derechos de explotación y comunicación pública sobre la totalidad del trabajo realizado.

Dicha cesión se entenderá que se hace con carácter exclusivo, por tiempo indefinido y para el ámbito territorial de cualquier país del mundo.

Las propuestas que no resulten premiadas quedarán en posesión de [...] para la inclusión en sus archivos, con el compromiso de su no utilización.

17. Aceptación de las bases

La presentación a este concurso supone el conocimiento y la aceptación de todas y cada una de las presentes bases.

Anexo II Tablas orientativas en diseño gráfico

Cómo utilizar esta tarifa

En cualquiera de los trabajos tarifados, el precio incluye su realización integral. Desde bocetos preliminares, creatividad, diseño, realización, maquetación, gestiones con cliente y proveedores, hasta la entrega del proyecto en forma y tiempo acordados. Están excluidos costes como ilustraciones, fotografías u otros elementos necesarios para la composición del trabajo. También están excluidos de esta tarifa los proyectos realizados de manera *freelance* para terceros en los que las diferentes etapas de un trabajo se gestionan entre ambas partes.

Los diseñadores, estudios, y agencias deben conocer sus costes de producción y estructura. Haciendo uso de su experiencia en la cuantificación en tiempo y costes de cada uno de los trabajos, adaptarán estos precios iniciales y orientativos en función de la tirada o nivel de producción del proyecto, de la dimensión y servicio que se le presta al cliente por parte del estudio o agencia, de la experiencia y reconocimiento profesional del diseñador, y del nivel de oferta y demanda en cada momento.

Los precios que aquí se reflejan son precios orientativos, como tarifa mínima recomendada, y están expresados en euros.

Consultoría

Comprende servicios de consultoría de diseño, marketing o gestión empresarial.

Consultoría General

Servicios de consultoría para proyecto global o asesoramiento previo para el desarrollo de proyecto.

Desde 2.500
Desde 60/hora

Consultoría Web

Servicios de consultoría para proyecto global o asesoramiento previo para el desarrollo de proyecto en Internet.

Desde 4.000
Desde 75/hora

Jurado Concurso

Jurado para concurso o selección de trabajos. Duración estimada: media jornada.

Desde 300
(dietas y transporte no incluidos)

Conferencias

Participación en conferencia o mesa redonda con presentación multimedia. Duración: 4 horas.

Desde 300
(dietas y transporte no incluidos)

Dirección de Arte

Proyectos estratégicos que se unifiquen bajo una propuesta estética de comunicación visual en un proyecto cultural y/o comercial. Asesorías y proyectos de imagen para los medios de comunicación gráficos; agencias de publicidad; áreas de marketing de empresas; medios audiovisuales incluido el cine, vídeo y la televisión.

Dirección de Arte General

Dirección de arte para un proyecto global o para una empresa durante un tiempo determinado para todos los elementos de una campaña.

Desde 4.000
Desde 75/hora

Sesión fotográfica - Dirección de Arte

Dirección de arte en estudio fotográfico. Duración estimada: 8 horas.

Desde 600
Desde 75/hora

Imagen corporativa

Comprende proyectos basados en la realización de la imagen de marca. Todos los elementos que concurren en la creación de la fisonomía gráfica de una empresa. Tipografía, logotipo, cromatismo y elementos coordinados, variaciones y composiciones.

Naming Desde 2.500

Creación de la identidad verbal de una marca, evento o producto.

Lema corporativo o slogan Desde 1.500

Creación de frase que identifica los valores de una marca, evento o producto.

Marca Desde 5.000

Creación gráfica de la marca de empresa, evento o producto. Incluye papelería corporativa y adaptaciones de la marca a diferentes formatos y versiones.

Rediseño de Marca Desde 3.500

Rediseño, reinterpretación o actualización de la marca existente.

Adaptación tridimensional Desde 1.500

Realización de una marca gráfica a tres dimensiones. Incluye animación y visión desde todas las caras.

Manual básico imagen Desde 3.000

Realización de normas básicas de uso de una marca corporativa.

Manual Identidad Corporativa Desde 8.000

Realización de normas básicas de uso de una marca corporativa. Normalización de las aplicaciones de la marca a diferentes soportes, así como las normas de uso y estilo propias de la empresa.

Papelería Administrativa Desde 2.000

Realización de papelería corporativa como elemento diferenciador de la imagen de la empresa.

Adaptación de marca Desde 300

Aplicaciones de la marca corporativa a diferentes soportes.

Identidad corporativa

(cont.)

Imagen-Marca Evento

Realización de marca para evento. Limitado en tiempo y uso a ese acontecimiento.

Desde 3.000

Línea Gráfica

Desarrollo de la identidad gráfica de una empresa, evento o producto.

Desde 3.500

Invitaciones, Tarjetones, Felicitaciones, Flyers, Entradas,

Desde 500

Notificaciones...

Packaging

Proyectos que comprenden el conjunto de elementos tanto gráficos como industriales que confluyen para diseñar y producir los contenedores de los productos.

Gráfica para envase

Imagen gráfica para envase de un solo producto.

Desde 3.000

Royalties

Colección de envases

Desarrollo de familia o variantes de producto.

Desde 5.000

Adaptación gráfica a envase

Aplicación de la imagen gráfica ya existente al desarrollo en un envase.

Desde 600

unidad

Juego etiqueta botella

Desarrollo de etiquetaje para botella. Delantera, trasera, collarín, tapón.

Desde 2.000

Bolsa comercial

Desde 600

Disco / CD / CD-ROM / DVD

Desarrollo de portada, libretto, inlay y galleta.

Desde 2.000

Gráfica expositiva

Decoración de grandes dimensiones para espacio urbano, industrial o expositivo de carácter publicitario o de imagen, tanto temporal como permanente. (Stand feria, punto de venta, escaparates, corners, desfile de moda, escenografía, congresos y convenciones).

Exposiciones

Se contempla el desarrollo creativo de la exposición y la aplicación del mismo a las dimensiones en m² de los paneles

Desde 3.000
+50 m²

Paneles informativos y textuales

Desde 600 (uni)

Adaptación de proyecto a nuevo uso

Adaptación de gráfica ya existente para su uso en otros espacios o tamaños.

Desde 50 m²

Panel, mural, fondo stand, escenario

Desde 1.000

Folleto / Catálogos

Folleto

(hasta 12 páginas)

Desde 2.400

Díptico o Tríptico

Desde 1.200

Catálogo de Producto o Imagen

(hasta 36 páginas)

Desde 3.600

Catálogo de Arte

(hasta 36 páginas)

Desde 3.000

Mailing y Marketing Directo

Desde 2.000

Manual / Libro de Instrucciones

(hasta 36 páginas)

Desde 1.000

Cartas y comunicados comerciales

Desde 500

Carta / Menú

Desde 1.500

Certificado Garantía / Diploma

Desde 600

Billetes de Transporte

Desde 500

Presentaciones conferencias

Pantallas fijas sin efectos

Desde 1.000

Editorial

Portada Desde 900

Cabecera Libro / Periódico / Revista Desde 2.000

Maquetación Boletín Desde 1.600

Hasta 16 páginas. Comprende únicamente la maquetación u ordenación de los diferentes elementos tanto textuales, gráficos o de imagen que componen un boletín. Queda excluido el diseño de la maqueta (ver diseño de revista | periódico | libro)

Maquetación Revista Desde 3.200

Hasta 64 páginas. Comprende únicamente la maquetación u ordenación de los diferentes elementos tanto textuales, gráficos o de imagen que componen una revista. Dirección artística o editorial. Queda excluido el diseño de la maqueta (ver diseño de revista | periódico | libro)

Maquetación Libro Desde 3.000

Hasta 100 páginas. Comprende únicamente la maquetación u ordenación de los diferentes elementos tanto textuales, gráficos o de imagen que componen un libro. Dirección artística o editorial. Queda excluido el diseño de la maqueta (ver diseño de revista | periódico | libro)

Diseño Revista / Periódico / Libro Desde 6.000

Análisis del target, definición de la obra, elección del papel, estudio del formato y composición, elección de caracteres, cabecera, secciones, estilo tipográfico y rejilla base.

Memoria Económica / Anuario Desde 4.000

Hasta 100 pags. Incluye gráficas | diagramas | tablas

Editorial

(cont.)

Línea Gráfica Editorial Desde 3.000

Comprende el desarrollo de la gráfica unificada para la portada de una familia de libros, revistas o productos editoriales.

Calendario Desde 1.500

Agenda Desde 3.000

Gráfica publicitaria

Creatividad Campaña Desde 4.000

Comprende el desarrollo de la creatividad y la gráfica para la campaña. No incluye redacción de textos ni adaptaciones de formato.

Creación Concepto de Campaña Desde 3.000

Incluye la creación de textos y/o slogan

Cartel Desde 1.500

(incluye creatividad y gráfica)

Valla Desde 1.500

(incluye creatividad y gráfica)

Página Revista o Prensa Desde 1.500

(incluye creatividad y gráfica)

PLV / Display Desde 1.500

(incluye creatividad y gráfica)

Adaptaciones a formato Desde 200 x pieza

Camiseta Desde 600

Señalética

Sistema de señalización Desde 4.000

Desarrollo del cromatismo, tipografía, pictogramas, formatos y normas de composición para la señalización de todo un conjunto arquitectónico.

Diseño de placa, icono, señal... Desde 250 (uni)

Panel Informativo Localización Desde 750 (uni)

Retail Branding Desde 4.000

Aplicación gráfica a entorno comercial, o punto de venta. No incluye interiorismo.

Web / multimedia

Comprende servicios de animación gráfica y desarrollo interactivo tanto en Internet como en otros soportes.

Dirección creativa Publicidad Audiovisual Desde 6.000

Animación Desde 80/hora

Postproducción Desde 80/hora

Careta Programa TV Desde 10.000

Continuidad Cadena TV Desde 25.000

Títulos de crédito Desde 10.000

Visuales Desde 6.000
(proyecciones musicales, ambiente...)

Video Clips Desde 12.000

Televisión interactiva Desde 8.000

Wireless Desde 500
Para pantallas de teléfonos móviles

DVD/CD Desde 1.000
Diseño básico de navegación. No incluye autoría.

Web /multimedia

(cont.)

Producción 1 página o documento Html / Flash	Desde 200 unidad
Animación gráfica	Desde 900
Banner	Desde 300
Campaña Básica On-line <i>Incluye banners y otras piezas que aparecen tras un clic</i>	Desde 1.500
E-mail marketing <i>Piezas desarrolladas para distribución a través de correo electrónico</i>	Desde 1000
Microsites	Desde 2.500

Tipografía

Tipo Display <i>Fuente con una sola variante estilística. Paleta completa de caracteres (Latin western basic encoding) para un solo peso. Incluye producción y testeo, diseño de espaciados, incluido kerning, y entrega en formato.</i>	Desde 5.000
VARIANTE OPENTYPE <i>Ampliación a Latin Extended (lenguas europeas basadas en latín) No incluye alfabeto cirílico.</i>	Desde 7.000
VARIANTES CURSIVA	Desde 3.000
VARIANTES NEGRA/FINA NEGRA CURSIVA/FINA CURSIVA COND./ANCHA	Desde 2.000

Tipografía

(cont.)

Tipo de Texto Desde 7.000

Fuente con una sola variante estilística.
Paleta completa de caracteres (Latin western basic encoding) para un solo peso. Incluye producción y testeo, diseño de espaciados, incluido kerning, y entrega en formato.

VARIANTE OPENTYPE Desde 9.000

Ampliación a Latin Extended (lenguas europeas basadas en latín) No incluye alfabeto cirílico.

VARIANTES CURSIVA Desde 5.000

VARIANTES NEGRA/FINA NEGRA CURSIVA/FINA CURSIVA COND./ANCH Desde 3.000

Artes finales

Comprende trabajos de pre y postproducción ajenos al diseño y la creatividad de un proyecto.

Arte Final Tarjetas visita Desde 50
(50 modelos)

Arte Final Catálogo Imagen Desde 150

Arte Final Envase Desde 150
(con desarrollo de caja)

Conversión Archivos Desde 50 (uni)

Grabación soporte digital Desde 30 (uni)

Escaneado Desde 50

OCR / Transcripción de texto Desde 300

Gestión de Producción Desde 150/h.

Infográficos

Gráficas / Tablas / Diagramas	Desde 200
Mapas	Desde 300
Escenas	Desde 300
Gráfico Técnico	Desde 300

Actividades complementarias

Bocetos % precio final	Desde 30%
Royalties % precio venta o tirada	Desde 2%
Incremento por rapidez % precio tarifa	Desde 30%
Cambios y modificaciones ajenos al diseñador	Desde 10 unidad
Royalties por reimpresión (sobre precio tarifa vigente en el momento de la reimpresión)	Desde 10%
Hora/estudio	60

Anexo II Tarifas de diseño industrial

Cómo utilizar esta tarifa

Los honorarios a percibir por un proyecto de diseño industrial constan de dos partes. La primera comprende el desarrollo técnico del proyecto. La segunda, el cobro de *royalties*. El *royalty* es el pago realizado de forma periódica por una empresa o institución al creador de un producto original en concepto de cesión de derechos de propiedad industrial. Se suele fijar entre un 3 y un 5%. El *royalty* nunca constituirá un pago único del trabajo de diseño.

El listado que sigue refleja las tipologías de proyectos más comunes y que mejor se adaptan a la mayoría de estudios de diseño. Seguramente no se incluyen todos los tipos de proyectos en los que el diseñador puede intervenir, pero sí los más frecuentes en cada área descrita.

Al lado del listado de proyectos se recogen dos columnas. La primera es el cálculo de horas necesarias para el desarrollo técnico del proyecto. La segunda refleja la valoración en euros de ese desarrollo técnico, resultado de multiplicar el número de horas de la primera columna por el precio mínimo estimado por hora que se ha fijado en 40 euros.

Para establecer las tarifas de cada proyecto se ha tenido en cuenta el tiempo dedicado a éste que, por lo general, consta de varias fases:

- Recepción del encargo.
- Recogida de información y análisis del mercado.
- Conceptualización.
- Anteproyecto (dibujos de presentación y/o maquetas).
- Proyecto definitivo (descripción y planos constructivos).
- Supervisión de prototipos.
- Asistencia a la optimización del producto.

Hay que señalar que estos precios no incluyen tareas necesarias para el lanzamiento y la comercialización de productos, en las cuales el diseñador suele desempeñar un papel fundamental en calidad de artífice directo, asesor o director del proyecto. Por ejemplo, en la obtención de información sobre usuarios, mercados o productos de la competencia en la localización de proveedores, en la elaboración de instrucciones de montaje, manejo o mantenimiento, en la dirección artística de reportajes fotográficos y en el diseño de marcas, catálogos, *web-sites*, elementos promocionales, *stands* o exposiciones del producto.

Naturalmente, los precios finales pueden variar de unos diseñadores a otros. Se debe al plus que conlleva la experiencia profesional, la reputación o a la trayectoria en diseños exitosos, aparte de la estructura del estudio.

Los precios que aquí aparecen son precios orientativos, como tarifa mínima, y están expresados en euros.

Sillería

	Horas	Valor
Silla hogar	250	10.000
Silla instalaciones	400	16.000
Silla intalaciones inyección (programa)	800	32.000
Sillón con brazos	500	20.000
Taburete	200	8.000

Mueble auxiliar

	Horas	Valor
Mesita de centro colección	250	10.000
Galán de noche	200	8.000
Perchero colección	200	8.000
Biombo / Separador	200	8.000
Mueble recibidor	250	10.000
Mueble Hi-Fi o TV	200	8.000
Mesas nido	200	8.000
Revistero	200	8.000

Mueble tapizado

	Horas	Valor
Butaca	350	14.000
Sofá	500	20.000
Sofá componible o modular (colección)	700	28.000
Sofá cama	550	22.000
Chaise-longe	450	18.000
Sillón articulado	600	24.000

Comedor

	Horas	Valor
Buffet	500	20.000
Mesa fija	350	10.000
Mesa extensible	550	22.000
Vitrina	400	10.000
Programa modular	850	34.000

Dormitorio

	Horas	Valor
Programa dormitorio (cama, mesita noche, cómoda, chifonier, espejo vestidor...)	650	26.000
Armario	250	10.000
Programa de armarios (con herrajes)	1.000	40.000
Programa juvenil	1.000	40.000

Mueble oficina

	Horas	Valor
Librería modular	650	26.000
Silla ejecutiva	2.900	116.000
Silla direccional	1.000	40.000
Programa de sillería operativa	1800	10.000
Despacho alta dirección	800	10.000
Sistema de paneles divisorios	650	26.000
Sistema de mamparas (con herrajes y perfilería)	1.600	10.000
Programa media dirección	1.100	44.000

Iluminación doméstica

	Horas	Valor
Lámpara de techo	150	6.000
Aplicque	100	4.000
Plafón	100	4.000
Sobremesa	100	4.000
Lámpara de pie	150	6.000
Colección lámparas hogar	350	14.000
Sobremesa escritorio (flexo)	300	12.000

Iluminación técnica

	Horas	Valor
Focos técnicos (con matricería)	650	26.000
Focos semi-técnicos (con matricería)	600	24.000
Carriles y conectores (con matricería)	300	12.000
Flexo multidireccional	700	10.000
Luminaria de emergencia	150	6.000
Luminaria de señalización (sin señalética)	200	8.000
Downlight	150	6.000

Iluminación exterior

	Horas	Valor
Balizas (con matricería)	300	12.000
Empotrables suelo (con matricería)	250	10.000
Farolas medias de parques y jardines (con matricería)	600	24.000
Farolas de alumbrado vial (con matricería)	800	32.000

Mobiliario urbano

	Horas	Valor
Alcorque	100	4.000
Aparca-bicicletas	100	4.000
Banco	450	18.000
Bolardo	100	4.000
Buzón (de pie)	300	12.000
Cabina de teléfono	1.000	40.000
Cabina W.C.	1.000	40.000
Contenedor recolección residuos	1.400	56.000
Fuente	350	10.000
Jardinera	200	8.000
Juego de parque (dependiendo de las piezas)	1.500	60.000

MOBILIARIO URBANO (CONT.)

	Horas	Valor
Marquesina de publicidad (sin ingeniería)	1.000	10.000
Papelera	450	18.000
Parada de autobús (con matricería)	1.400	56.000
Póster de señalización urbana (con matricería)	700	28.000
Quiosco de prensa (con matricería)	1.900	76.000

Sector juguete

	Horas	Valor
Accesorios de cocina (línea de juguetes)	150	6.000
Bicicletas	500	20.000
Casa de muñecas	500	20.000
Casa habitable	600	24.000
Cocina	400	16.000
Cohecito de muñeca	400	16.000
Cohecitos (línea de juguetes)	150	6.000
Correpasillos	500	20.000
Electrodomésticos	150	6.000
Flotador hinchable (línea de juguetes)	150	6.000

SECTOR JUGUETE (CONT.)

	Horas	Valor
Garaje	400	16.000
Instrumentos musicales	150	6.000
Juego construcción	600	24.000
Juegos de sociedad	600	24.000
Juguetes de playa (línea de juguetes)	400	16.000
Juguetes eléctricos	600	24.000
Juguetes para bebé (línea de juguetes)	500	20.000
Mecano	400	16.000
Muñeca	400	16.000
Ordenador educativo	600	24.000
Pupitre	400	16.000
Puzzle (línea de juguetes)	500	20.000
Sonajeros (línea de juguetes)	150	6.000
Supermercado	450	18.000
Tabla de planchar	150	6.000
Teléfono sonoro y luminoso	150	6.000
Tobogán	400	16.000
Triciclo	500	20.000
Vehículos espaciales	400	16.000

Mobiliario jardín

	Horas	Valor
Balancín	500	20.000
Cenador	450	18.000
Parasol	400	16.000
Tumbona fija (con matricería)	300	10.000
Tumbona plegable (con matricería)	900	10.000
Mesa centro	1.500	60.000
Colección jardín; mesa, silla, butaca, tumbona (con matricería)	2.200	88.000

Mobiliario camping / playa

	Horas	Valor
Banqueta plegable	450	18.000
Mesa plegable	550	22.000
Nevera portátil	600	24.000
Silla plegable	800	32.000
Sillón plegable	800	32.000
Sombrilla plegable	450	18.000

Menaje de hogar

	Horas	Valor
Batería	450	18.000
Cafetera	500	20.000
Convoy aliño	300	12.000
Cristalería	500	20.000
Cuartería básica	600	24.000
Cuartería completa	700	10.000
Juego sartenes	400	10.000
Olla exprés	450	18.000
Vajilla	700	10.000

Cerámica / vidrio / porcelana

	Horas	Valor
Jarra	100	4.000
Jarrón	100	4.000
Bandeja	100	4.000
Bombonera	100	4.000
Pie lámpara	100	4.000
Pie de lectura	100	4.000
Juego de café	250	10.000
Cenicero	50	2.000
Bandeja	50	2.000
Ensaladera	50	2.000
Plato	50	2.000
Vaso	50	2.000
Portavelas	50	2.000

Cocinas

	Horas	Valor
Programa mobiliario cocina	1.300	52.000
Elemento auxiliar de cocina	200	8.000

Electrodomésticos

	Horas	Valor
Encimera	550	22.000
Campana extracción	650	26.000
Pila	350	10.000
Horno	450	18.000
Microondas	400	16.000
Lavadora	500	20.000
Lavavajillas	500	20.000
Frigorífico	400	16.000
Pequeño electrodom. (cafetera, exprimidor, batidora, tostadora...)	500	20.000

Herrajes

	Horas	Valor
Manilla puerta	250	10.000
Pomo, asa o tirador	100	4.000
Apoyalibros	150	6.000
Portarretratos	150	6.000
Candelabro	100	4.000
Rueda mobiliario hogar	350	14.000
Bisagra	350	14.000
Puerta de hogar	600	24.000

Papelería

	Horas	Valor
Plumier	550	22.000
Bolígrafo	900	36.000
Cartera	400	16.000
Carpeta	250	10.000
Cubilete portalápices	100	4.000

Baño

	Horas	Valor
Conjunto de accesorios	150	6.000
Papelera	100	4.000
Juego de sanitarios (bidé y váter)	1.000	40.000
Lavabo	400	16.000
Mampara de baño	750	30.000
Juego grifería	1.000	40.000
Bañera hidromasaje	850	34.000

Plásticos

	Horas	Valor
Botella	150	10.000
Cubo o contenedor	150	6.000
Servilletero	100	10.000
Cubitero	150	6.000
Vaso	150	6.000
Portamenús	150	6.000
Expositores de plástico	650	26.000

Mobiliario infantil

	Horas	Valor
Cuna	400	16.000
Carrito bebé	600	24.000
Cuco	400	16.000
Bañera	400	16.000
Mueble auxiliar	400	16.000
Silla coche	600	24.000
Parque	450	18.000

Mobiliario geriátrico

	Horas	Valor
Cama articulada	1.200	48.000
Sillón con mecanismo	1.300	10.000
Silla de ruedas	1.000	40.000
Andador	800	32.000
Muleta	600	24.000

Diseño de stands y exposiciones

	Horas	Valor
Stand hasta 32 m ²	200	10.000
Stand hasta 64 m ²	250	10.000
Stand hasta 100 m ²	300	12.000

INNOVATION DESIGN

/CENTRO TECNOLÓGICO ANDALUZ DE DISEÑO



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA



Unión Europea

FEDER
