

GUIA DE LA IL·LUSTRACIÓ PROFESSIONAL

*Defensa la teva professió prenent
decisions informades en el dia a dia.*

Una guia que dona resposta a totes les qüestions que tenen a veure amb la nostra feina i la relació amb el client, des que ens fan un encàrrec, es publica, es percep la remuneració pactada i fem el seguiment de l'obra.

SUMARI

INTRODUCCIÓ

CONEGUEM EL TERRENY

Què està passant amb la il·lustració?
Qui soc com a il·lustrador/a?
Sé el que venc... i el que no

ARRIBA L'ENCÀRREC

1. Valora el projecte i recopila dades
2. Quines són les formes de remuneració més habituals?
3. Demana assessorament professional
4. Calcula el temps que trigaràs a fer la feina
5. Sigues conscient del que et costa dedicar-te a la il·lustració
6. Pensa que la teva feina té un valor afegit

LA NEGOCIACIÓ

7. Negocia el preu
8. Altres qüestions que hauràs de negociar
9. Aprèn a fer pressupostos i contractes

DESENVOLUPAMENT DE L'ENCÀRREC

10. Quins són els teus deures com a il·lustrador?
11. Correccions, anul·lacions i rebutjos
12. Facturació i cobrament
13. Què has de fer si no et paguen?

L'ENCÀRREC PUBLICAT

14. Segueix la vida de la teva obra
15. Recupera els teus drets

CONCLUSIÓ

INTRODUCCIÓ

Imagina per un moment com seria un món sense il·lustracions. Llibres sense dibuixos, pàgines web sense gràfics ni logos creatius, xarxes socials sense mems o emoticones, estands en fires sense pòsters de promoció. No hi hauria còmics ni dibuixos animats, ni tan sols postals nadalenques. I pensa en tot allò que ens envolta: samarretes llises, objectes de decoració sense estampats... T'ho pots arribar a imaginar?

Pensar-ho així ens fa veure com d'important és la il·lustració perquè tant empreses com organitzacions es presentin davant el món i obtinguin beneficis. Aleshores, si la nostra feina és tan important, com és possible que la professió visqui una situació tan precària?

Creiem que és fonamental que tots prenguem consciència de la importància de la nostra professió, però per fer-ho és necessari reflexionar sobre algunes qüestions clau: com podem fer-nos valdre en el dia a dia? Amb quines eines comptem per a enfortir la nostra capacitat de negociació? Quins són els nostres punts febles i les creences assentades que ens limiten? Ens plantejem un futur laboral a mitjà termini o improvisem els nostres passos? Som conscients de com està el nostre sector laboral?

En aquesta guia us convidem a acompanyar-nos en el procés que es posa en marxa des que es rep un encàrrec fins que s'entrega la feina i es percep el cobrament estipulat. Durant aquest període, anirem incloent situacions reals i donarem eines per a afrontar les males pràctiques, tant per part nostra com per la del client. També reflexionarem sobre la nostra identitat com a treballadors *freelance* i com a professionals de la il·lustració, a cada pas d'aquest intercanvi amb el client.

Molts dels temes que abordarem t'ajudaran en aspectes que no coneixies, però també et faran replantejar algunes qüestions que donaves per fet i que potser mereixen una revisió. I això val tant si ets un il·lustrador que està començant com si portes anys obrint-te camí en la professió.

La nostra intenció és oferir-te una visió connectada amb la realitat del sector, amb un llenguatge senzill i amb exemples reals, perquè puguis trobar respostes a tots els teus dubtes i preocupacions.

CONEGUEM EL TERRENY

Què està passant amb la il·lustració?

L'any 2015, l'APIC va fer un informe en profunditat sobre la situació de la professió⁽¹⁾, i el panorama que reflecteix és realment preocupant. Val la pena recuperar algunes de les dades més rellevants de l'estudi per a entendre a quina situació ens enfrontem:

- A Catalunya, només un 4% dels il·lustradors perceben un sou superior als 21.600 €, encara per sota del que cobraria un treballador d'altres disciplines de categoria equivalent, com seria un tècnic de suport⁽²⁾. És a dir, només una petita part dels il·lustradors s'acosta al sou que per tipus de feina hauria de cobrar, mentre que la gran majoria restant està molt per sota d'aquesta xifra.
- D'acord amb aquest mateix informe, un 68,2% dels il·lustradors guanyen 600 € mensuals, xifra inferior al salari mínim⁽³⁾.
- Un 60% dels il·lustradors no estan donats d'alta a la Seguretat Social. El 50% no es dona d'alta perquè no té ingressos suficients.
- Les condicions que ens ofereixen alguns clients van disminuint progressivament (tarifes prefixades o que no han variat en els últims 20 anys, eliminació de *royalties*, cessions de drets universals sense augment de prestació econòmica, contractes amb clàusules abusives, endarreriment en els pagaments, dates de lliurament molt ajustades...).
- Contràriament al que s'espera, comptar amb molts anys d'experiència no equival a tenir una situació econòmica més bona, ni a aconseguir que la il·lustració pugui convertir-se en l'únic mitjà de vida del professional.

➤ Més del 50% dels il·lustradors no arriben al sou mínim interprofessional.

Hem de canviar aquesta situació!

No hi ha dubte que aquestes dades són molt preocupants. En aquesta guia anirem desgranant a què obeeix aquesta situació i buscarem vies per a intentar revertir-la.

Volem que la nostra professió, a més d'agradar-nos, ens permeti guanyar-nos la vida. Volem pensar en el nostre futur amb optimisme.

1. Informe sobre la situació de l'il·lustrador a Catalunya, 2015. https://apic.es/informe_sobre_la_il-lustracio_a_catalunya/. 2. IDESCAT: Sou brut anual i guany per hora, 2018. <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=398&lang=es>. 3. El sou mínim interprofessional l'any en què es fa l'informe de l'APIC (2015) és de 648,60 euros; l'any 2019 és de 900 euros (14 pagues) y 1.108,33 euros (12 pagues).

Volem col·laborar amb el client de tu a tu i sentir que es valoren justament tant les nostres habilitats com la importància fonamental de la il·lustració per a qui ens contracta.

Ja n'hi ha prou, de precarietat!

2. Qui soc com a il·lustrador/a?

La gran majoria dels il·lustradors som autònoms, és a dir, treballem per compte propi. A vegades sembla que el mercat laboral sigui una jungla plena de perills i amenaces en la qual competim els uns amb els altres sense regles, sense suport, sense un horitzó clar.

No obstant això, creiem que és important que cadascú faci aquesta reflexió: qui soc com a professional i on són els meus límits ètics i professionals.

Quan ens arriba un encàrrec, és important que tinguem clares aquestes qüestions bàsiques, ja que les nostres idees defineixen la manera com actuem. Hi ha certes línies vermelles que hem de tenir clares des del principi, doncs marcaran el dia a dia de la nostra professió:

VULL VIURE DIGNAMENT DE LA PROFESSIONIÓ. Som professionals que oferim la nostra feina a canvi d'una retribució econòmica justa, i aspirem a viure dignament d'ella.

EL CLIENT EM NECESSITA. És habitual infravalorar la nostra feina sense ser conscients que el client ens necessita.

Sense nosaltres, el seu projecte no pot avançar. Així que, davant de comentaris per part del client com ara "si tu no ho fas, ho farà algú altre", nosaltres també podem pensar que "si aquest client no l'accepta, algú altre sí que ho farà".

Pot haver-hi molts més clients que estan esperant col·laborar amb nosaltres.

TINC PRINCIPIS: NO TOT S'HI VAL. Som responsables de la nostra obra i, si es publica, ens comprometem com a artistes i com a persones. Per tant, no podem acceptar feines que vagin en contra dels nostres principis o en contra d'altres autors.

3. Sé el que venc... i el que no

Els il·lustradors ens regim per la Llei de Propietat Intel·lectual (LPI)⁽⁴⁾. Entre altres coses, aquesta llei estableix que només pel fet de ser autors de la nostra obra, tenim plena disposició i dret exclusiu sobre l'explotació que se'n faci. Així que hem de tenir clars alguns conceptes:

NO VENC TOT EL MEU TREBALL SI NO VULL. Els il·lustradors cedim el dret per tal que el client reproduïxi l'obra, la distribueixi i la promoció. És a dir, venem els drets de reproducció del nostre treball, no el treball en si.

MANTINC L'AUTORIA. A canvi d'una retribució econòmica, pots cedir alguns d'aquests drets, però no has de renunciar mai a l'autoria de la teva obra, per tant, segons la LPI, pots exigir el reconeixement de la teva condició d'autor/a, i el teu nom (o pseudònim) ha d'aparèixer juntament amb el símbol del copyright (©) en tots els exemplars de la teva obra.

En l'àmbit de la publicitat, les agències són les que posen el seu nom i el ©, perquè treballen directament amb el seu client i no aquest amb l'il·lustrador. En canvi, si el nostre client directe és una empresa, un ajuntament, etc., sí que ha de constar-hi el nostre nom.

TINC EL DRET MORAL SOBRE LA MEVA OBRA. Ningú que compri la meva obra, pot autoanomenar-se'n "autor", ni modificar-la o explotar-la de qualsevol manera que no estigui prevista en el contracte que hàgim signat.

Per això és bàsic que sempre hi hagi un contracte, per molt senzill que sigui. En cas contrari, et pots trobar en situacions (per desgràcia comunes) en les quals la teva obra es reproduïxi sense el teu permís, es transformi d'alguna manera o se te'n negui l'autoria.

Així i tot, hi ha certs àmbits, com la publicitat, per exemple, en els quals en la gran majoria dels encàrrecs no se signen contractes. Per això, és necessari conservar tots els correus electrònics i altres documents que s'intercanviïn amb el client, perquè són tan vàlids en l'àmbit jurídic com pot ser-ho un contracte.

☛ Ningú pot explotar una obra sense el consentiment explícit de l'autor, ni la pot alterar, modificar o deformar.

☛ Per evitar vulneracions en els drets d'autor és necessari conèixer a fons la Llei de Propietat Intel·lectual.

4. Llei de Propietat Intel·lectual 21/2014, de 4 de novembre (LPI). Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el text refós de la Llei, regularitzant, aclarint i harmonitzant les disposicions legals vigents sobre la matèria.

En el cas que se'ns plantegi la cessió de drets com a part d'una "obra col·lectiva"⁽⁵⁾, regulada a l'article 8 de la Llei⁽⁶⁾, és important saber que, malgrat que els drets econòmics d'exploració se cedeixen de manera automàtica i per sempre, els drets morals de l'autor, és a dir, l'autoria i la integritat de l'obra, no es perden, ja que són drets irrenunciables, imprescriptibles i inalienables.



Per a seguir informant-nos:

A més de la Llei de Propietat Intel·lectual, hi ha molta informació interessant referent a la nostra professió que ens pot ajudar a resoldre dubtes:

- *Llei de Propietat Intel·lectual 21/2014, de 4 de novembre. BOE i pdf.*
- *Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España (FADIP).*
- *Nueve normas de oro para el ilustrador profesional (FADIP).*
- *ABC del ilustrador (FADIP).*
- *El ilustrador y la ley (APIC).*
- *A guía ninja do ilustrador (AGPI).*
- *Ser ilustrador. 100 maneras de dibujar un pájaro o cómo desarrollar tu profesión, Felix Scheinberger, Ed. Gustavo Gili, 2018.*

5. Excepte en cas de pacte en contra, els drets sobre l'obra col·lectiva correspondran a la persona que l'editi i la divulgui sota el seu nom. 6. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930&tn=1&p=20180414> Art. 8 LPI: es considera obra col·lectiva la creada per la iniciativa i sota la coordinació d'una persona natural o jurídica que l'edita i divulga sota el seu nom i està constituïda per la reunió d'aportacions de diferents autors, la contribució personal dels quals es fon en una creació única i autònoma, per a la qual hagi estat concebuda sense que sigui possible atribuir separatament a qualsevol d'ells un dret sobre el conjunt de l'obra realitzada.

LÍNEA DE TEMPS

ARRIBA L'ENCÀRREC

- 1.** Valora el projecte i recopila dades.
- 2.** Quines són les formes de remuneració més habituals?
- 3.** Demana assessorament professional.
- 4.** Calcula el temps que trigaràs a fer la feina.
- 5.** Sigues conscient del que et costa dedicar-te a la il·lustració.
- 6.** Pensa que la teva feina té un valor afegit.

LA NEGOCIACIÓ

- 7.** Negocia el preu.
- 8.** Altres qüestions que hauràs de negociar.
- 9.** Aprèn a fer pressupostos i contractes.

DESENVOLUPAMENT DE L'ENCÀRREC

- 10.** Quins són els teus deures com a il·lustrador?
- 11.** Correccions, anul·lacions i rebutjos.
- 12.** Facturació i cobrament.
- 13.** Què has de fer si no et paguen?

L'ENCÀRREC PUBLICAT

- 14.** Segueix la vida de la teva obra.
- 15.** Recupera els teus drets.

Arriba l'encàrrec

1. Valora el projecte i recopila dades

DEMANA REFERÈNCIES DEL CLIENT. Si qui contacta amb nosaltres és una empresa, un estudi gràfic o una agència publicitària de la qual no n'hem sentit a parlar, abans de començar la feina hem d'investigar (per internet, preguntant a companys, etc.) per tal de conèixer-ne la solvència i la serietat en el pagament. És molt important tenir bones referències del client.

Si es tracta d'un particular, abans d'iniciar la feina és convenient demanar una bestreta; així almenys ens assegurem una quantitat en el cas que ens emportem una sorpresa desagradable. Una xifra raonable podria ser el 50%, però hem de valorar tots els factors i decidir la quantitat que ens sembli correcta.

NO DEIXIS CAPS PER LLIGAR. En les reunions prèvies amb el client, abordarem temes fonamentals com ara els terminis d'entrega, la remuneració o el nombre de correccions que estan incloses en el pressupost.

Tot el que pot comportar discrepàncies ha d'abordar-se des del principi de manera clara i sense donar-li gaires voltes. Tot el que ens deixem al pap ens pot implicar problemes futurs que es poden evitar amb una comunicació clara des de l'inici del projecte.

Per a poder valorar correctament el projecte hem de tenir clars tots els aspectes referents als punts següents:

- **Client.** No és el mateix fer-li un pressupost a una gran marca internacional que a una petita empresa.
- **Públic.** El segment de població a qui va dirigit.
- **Difusió.** Nombre d'exemplars (siguin llibres, etiquetes, tanques, banderoles, cartells, fullets, segells de correus, etc.)
- **Àmbit geogràfic.** Hem de tenir en compte si es distribuirà en un país o en diversos països. Si es tracta d'un àmbit internacional, hem de saber a quins països es distribuirà, si es comercialitzarà per tot el món i en quantes llengües es farà. En el cas d'il·lustrar per a una web, esbrinarem el nombre de visites que rep.
- **Temps d'exploració.** Durant quant de temps està previst explorar els drets de la il·lustració o il·lustracions.

☛ La clau de la negociació és establir una bona comunicació amb el client i abordar tots els temes de manera directa per a evitar futurs malentesos.

- **Complexitat.** Quantes il·lustracions se'ns demanen i una descripció al més detallada possible d'aquestes: és una escena o un detall? En color o en blanc i negre? Quants personatges o elements ha de contenir? Quina grandària?
- **Proves.** Hem d'esbrinar si ens faran fer algun tipus de prova abans d'encarregar-nos el projecte.
- **Dades específiques.** Format, tècnica, tintes, resolució, mesures...
- **Suport o suports en els quals es reproduirà.** Pot ser llibre en paper i/o digital, marxandatge, panells d'exposició, envasos i embalatges, marquesines, autobusos i mobiliari urbà, multimèdia, rètols lluminosos, etiquetes, lones de façana d'edificis... S'hauria de saber si s'utilitzaran les mateixes il·lustracions en diferents suports o formats.
- **Dates de lliurament.** Les urgències (feines que ens donen d'un dia per l'altre o que impliquen treballar en caps de setmana) també s'han de reflectir en el preu.
- **Drets d'explotació.** Hem de saber si haurém de cedir els drets d'explotació en exclusiva o no.
- **Si cal aportar també la idea.** En el cas de la publicitat, pot donar-se el cas que l'agència o estudi gràfic ens doni el concepte publicitari (que serà el més probable) o pot ser que ens demanin que el generem nosaltres, a més del treball d'il·lustració.
Evidentment, el preu s'incrementarà si s'ha de proporcionar la idea de la creació, sigui d'un personatge, del logo, d'una animació o del concepte publicitari en general.

DEIXA-HO TOT PER ESCRIT. Totes aquestes dades haurien de quedar per escrit mitjançant correus o bé inclosos en el pressupost o la factura final.

Conserva els correus que es generin amb l'encàrrec per a poder consultar-los en un futur i evitar malentesos. Si la petició de l'encàrrec es fa per telèfon, també demanarem que se'ns envii un correu on es detallin totes les dades rellevants.

PRENT-TE EL TEU TEMPS PER RESPONDRE. Com veus, hi ha molts factors que cal tenir en compte a l'hora de valorar l'encàrrec, per tant, convé que et prenguis el teu temps. No hi ha cap necessitat que responguis al moment: informa el teu client que et posaràs en contacte amb ell al més aviat possible per a donar-li una resposta.

2. Quines són les formes de remuneració més habituals?

En el sector del llibre, la llei distingeix dos tipus de remuneració:

A TANT ALÇAT. Un preu únic i fix que cobreix, en teoria, la cessió dels drets de reproduir les il·lustracions. Aquest tipus de remuneració s'ofereix a vegades en el llibre infantil quan la tirada és petita. No obstant això, has de tenir en compte que el tant alçat no et permetrà cobrar de manera proporcional als beneficis que generi l'obra en possibles edicions successives.

L'AVANÇAMENT O BESTRETA. L'avançament és el pagament anticipat dels *royalties* que hauríem de percebre per la primera tirada.

En general, els *royalties* que perceben els autors (escriptor i il·lustrador) són un 10% del preu de venda al públic (PVP) sense IVA, a repartir. Els *royalties* per a l'il·lustrador solen oscil·lar entre un 2% en llibre i un 5-7% en el cas dels àlbums, i la resta és per a l'escriptor. Aquest percentatge s'acordarà en funció del pes que tinguin les il·lustracions respecte al text.

Com es calcula la bestreta?

Per a calcular la bestreta és necessari saber quants exemplars es publicaran en la primera tirada i el PVP. Es multiplica el 50% de la tirada pel PVP del llibre i d'aquí s'aplica el percentatge acordat de *royalties*. La xifra que aparegui serà la bestreta.

Vegem amb un exemple com es poden calcular els *royalties* d'un llibre en el qual a l'il·lustrador li correspon un 7% de *royalties*:

Nombre d'exemplars de la meitat de la primera tirada:	3.000
PVP sense IVA del llibre:	10 €
Quantitat sobre la qual aplicar el <i>royalty</i> (10×3.000):	30.000
<i>Royalty</i> 7% de 30.000:	2.100 €
Avançament a percebre:	2.100 €

☛ Una vegada s'hagi venut la meitat de la primera tirada, serà quan comencem a cobrar els drets, de manera semestral o anual.

Altres maneres de calcular la bestreta

- **Tirades petites:** encara que aquesta és la manera tradicional, hem de tenir en compte que si les variables de preu i tirada són baixes, la nostra bestreta també serà molt minsa. Per això és important valorar que aquesta fórmula no sempre serà la més adequada per a calcular el preu a cobrar, encara que sí que ens serveix com a punt de referència inicial. Si l'avançament és una xifra que no cobreix les nostres necessitats econòmiques en el temps que dediquem a l'encàrrec perquè, per exemple, es tracta d'un llibre complex amb molts personatges o moltes il·lustracions, hem de tenir-ho en compte a l'hora de negociar la bestreta. Més endavant parlarem de tots aquests factors que cal tenir en compte per a posar preu a la nostra feina.
- **Llibre de text escolar:** en aquest cas gairebé mai es paguen *royalties*, ja que es considera obra col·lectiva, encara que a poc a poc algunes editorials van accedint a tenir en compte els drets en el contracte. En la pràctica hi ha molts casos en els quals el percentatge sol ser tan baix (0,1-0,3%) que l'avançament rebut absorbeix la totalitat dels *royalties* i aquests acaben sent inexistents.
- **Altres sectors:** en premsa, publicitat o moda no hi ha tanta regulació com en el sector del llibre, però la majoria dels aspectes fonamentals de la llei, són igualment aplicables.

En premsa, el contracte és la factura que es fa quan es lliura la il·lustració. En aquesta factura, hi ha d'aparèixer sempre el nom de la publicació, l'article i la data en la qual serà publicada. També estaria bé afegir-hi si es reproduirà en paper, digitalment, etc. Així doncs, després d'aquesta data, la il·lustració podria tornar a ser utilitzada en un altre suport i/o per un altre client.

La publicitat acostuma a ser l'àrea de la il·lustració més ben retribuïda i no hi ha *royalties* en pràcticament cap cas. Per a calcular la remuneració, s'han de tenir en compte diversos factors en el moment de fer el pressupost (ho veurem a l'apartat *Arriba l'encàrrec*, punt 1: *Valora el projecte i recopila dades*. I també a l'apartat *La negociació*, punt 9: *Aprèn a fer pressupostos i contractes*).

3. Demana assessorament professional

NO TE N'ESTIGUIS I PREGUNTA! Per millorar les condicions de la professió és fonamental que tots sortim de les nostres illes i connectem amb la resta de companys. Així que no te n'estiguis i pregunta quins preus hi ha en el sector concret del nou encàrrec (il·lustració infantil, premsa, publicitat...).

Pots esbrinar-ho posant-te en contacte amb una associació d'il·lustradors, però també es bo parlar-ho amb els companys de professió i, si no tens gent propera, escriu o pregunta als professionals amb més experiència. Amb una cerca per internet pots trobar els noms de professionals que hagin fet treballs similars al que et plantegen a l'encàrrec.

Pensa que no té importància si tens una carrera més o menys consolidada: tots fem aquest tipus de consultes! No té a veure amb la ignorància o la poca professionalitat; tots tenim dubtes a l'hora d'emetre un pressupost o valorar una quantitat.

Tota aquesta recopilació de dades t'ajudarà a acostar-te a una xifra que sigui coherent amb el que es cobra al sector i que et permeti viure amb dignitat. A vegades tindràs la xifra molt clara i altres no tant, sobretot si és el primer cop que treballes per a una empresa. És normal! Amb el temps aniràs ajustant els teus càlculs.

4. Calcula el temps que trigaràs a fer la feina

Pensa en el temps que trigaràs a fer l'encàrrec, aquest és un "art complicat" però que, amb l'experiència, es va fent més i més fàcil. Fins que no tinguis aquesta experiència, pots cronometrar quant de temps triges a fer un tipus d'il·lustració, per exemple. A més, és bo controlar quan estem perdent el temps o dedicant-ne massa a un encàrrec.

Pensa en la complexitat de la feina per a calcular el temps que li hauràs de dedicar: no és el mateix un personatge que una escena amb molts personatges, o una imatge en color o en blanc i negre, per exemple. També s'hauria de tenir en compte si s'ha de viatjar per a visitar el client o les instal·lacions de la seva empresa. Aquest temps de desplaçament també és temps dedicat a l'encàrrec.

☛ No importa l'experiència que es tingui. A l'hora de valorar la quantitat a demanar per un treball sempre ens sorgeixen dubtes. Per això és essencial informar-nos.

☛ Controla el temps que et porta completar una il·lustració per a no dedicar hores de més a un encàrrec.

5. Sigues conscient del que et costa dedicar-te a la il·lustració

Afrontar quines són les nostres despeses reals és fonamental per a saber si hem d'acceptar un encàrrec o rebutjar-lo. Agafa la calculadora i ves sumant:

- **Seguretat Social.** Pagar la quota completa de la Seguretat Social pot tenir un impacte important en els nostres guanys, i molts il·lustradors opten per donar-se d'alta només esporàdicament. No obstant això, si bé aquest fet pot tenir un cert sentit a l'inici de la nostra professió, hem de tenir en compte que, a llarg termini, això ens situa en una situació molt vulnerable de cara al futur, ja que haurem cotitzat molt poc al llarg de la nostra vida. Torna a preguntar-te: com et veus en un futur?, quin tipus de professional vols ser? La solució a la precarietat no és eliminar aquesta despesa fixa, ja que el resultat a llarg termini serà una precarietat més gran.
- **Lloc de treball** (si és diferent al domicili). Lloguer, calefacció, aigua, llum, contribució, neteja...
- **Equipament.** Mobles d'oficina, taula de dibuix, ordinador, tauleta digital, impressora, càmera fotogràfica, programari, consumibles...
- **Comunicació.** Telèfon fix i mòbil, internet, despeses d'enviament.
- **Papereria.** Targetes de visita, paquets de folis...
- **Material artístic.** Paper, pintura, pinzells, llapis i altres.
- **Promoció.** Cost de la teva pàgina web, targetes promocionals, espais publicitaris contractats...
- **Documentació i formació.** Llibres, revistes, cursos, tallers... Viatges. Cotxe (percentatge dedicat a l'activitat professional), avió, tren, metre, bus, taxi, pàrquing...
- **Consultoria professional.** Gestoria, comptabilitat, consultoria legal.

✦ Considera la importància de cotitzar a la Seguretat Social per a planificar un futur digne.

- **Despeses financeres.** Despeses bancàries, assegurança de l'equipament i del lloc de treball.
- **Quotes professionals.** Associació, gestor.
- **Impostos.** Retenció de l'IRPF i altres impostos.
- **Altres despeses.** Plans de pensions, cangur per als fills, etc.

Per a saber si la nostra activitat és econòmicament viable, serà molt útil portar un control, preferentment semestral, sobre els ingressos i despeses que es generen exercint la professió.

D'aquesta manera, es pot saber el rendiment econòmic real dels treballs que fem i podem prendre decisions estratègiques, com per exemple si és necessari buscar més clients, diversificar els camps de la professió o especialitzar-se, reduir despeses, corregir errors, etc.

Vegem un exemple en el següent gràfic:

1r. SEMESTRE 202X	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	TOTAL
INGRESSOS TOTALS	1700	1700	1800	1700	1900	1700	10500
Ingressos	2000	2000	2000	2000	2000	2000	12000
(-) Retenció IRPF	-300	-300	-300	-300	-300	-300	-1800
Altres ingressos			100		200		300
DESPESES FIXES MENSUALS	440	440	440	440	440	440	2640
Lloguer	150	150	150	150	150	150	900
Seguretat Social	265	265	265	265	265	265	1590
Neteja	25	25	25	25	25	25	150
DESPESES VARIABLES MENSUALS	125	150	125	190	125	190	905
Telèfon fix	40	40	40	40	40	40	240
Mòbil	30	30	30	30	30	30	180
Llum		50		50		50	150
Calefacció				40		40	80
Aigua	25		25		25		75
Desplaçaments	30	30	30	30	30	30	180
DESPESES FIXES NO MENSUALS	95	0	0	70	0	0	165
Assegurances	25						25
Associació professional	45			45			90
Gestoria	25			25			50
ALTRES DESPESES	170	35	150	0	0	165	520
Material	20		30			15	65
Formació		35				150	185
Promoció	150						150
Informàtic			120				120
TOTAL DESPESES	830	625	715	700	565	795	4230
RESULTAT	870	1075	1085	1000	1335	905	6270

L'important és entendre el tipus de despeses a les quals ens enfrontem en l'exercici de la nostra professió. Són les següents:

- **Fixes mensuals.** Són les que arriben cada mes amb el mateix import (lloguer de l'estudi, Seguretat Social, etc.).
- **Variables mensuals.** Són les que tenim cada mes, però amb diferents imports (telèfon, llum, calefacció, etc.).
- **Fixes no mensuals.** Són les que cauen en diferents mesos, però sempre tenen el mateix import (primes d'assegurances, quota associació professional, gestoria, etc.).
- **Altres despeses.** Són les que no són ni fixes ni mensuals, és a dir, les partides en les que som nosaltres els que decidim quan i quant volem invertir: formació, material, promoció...

També s'ha de tenir en compte que dels ingressos facturats se'n resta una retenció de l'Impost sobre la Renda de les Persones Físiques (IRPF) i, si has decidit liquidar l'IVA, se suma a la factura l'import d'aquest impost (aquesta quantitat s'ha d'abonar a Hisenda trimestralment).

Com a ajuda per portar un control més acurat dels rendiments semestralment, resulta molt interessant utilitzar una graella d'Excel. Pots descarregar-te un model des d'aquest enllaç.



[Excel per a controlar l'activitat professional.](#)

També és molt important tenir en compte que, a vegades, depenent del moment vital en el qual ens trobem, pot ser que les nostres despeses siguin baixes –per exemple, si vivim a casa dels nostres pares–, però el que realment ens interessa és que la nostra professió ens permeti tenir una vida adulta independent. Tingues en compte a què aspirem professionalment i vitalment quan posis un preu a la teva feina.

6. Pensa que la teva feina té un valor afegit

Encara que és important saber el temps que dediquem a fer una il·lustració i les despeses que ens comporta, aquests factors no són, ni molt menys, els únics que cal tenir en compte a l'hora de posar un preu, per diverses raons:

• Tingues en compte a què aspirem professionalment i vitalment quan posis un preu a la teva feina, no pensis només en la teva situació actual.

1^a. Ser capaços de fer una il·lustració ràpidament ens ha suposat anys d'estudi i pràctica. Això s'ha de tenir en compte i no sols el temps real d'execució.

2^a. Som professionals que treballem per encàrrec, venem un producte que al client li aporta un valor. Com més guanyi el client més hauríem de guanyar nosaltres.

3^a. Som creadors i el temps de realització no és l'únic factor per a demanar un preu determinat, sinó el valor afegit de la creació i de fer un treball exclusiu, per a un encàrrec concret que, generalment, només servirà per al client que ens l'encarrega.

☛ Les teves il·lustracions no són més valuoses perquè et costi més o menys temps fer-les. Un treball de qualitat ràpid pot requerir molts anys d'experiència.

La negociació

7. Negocia el preu

Ja has previst el que trigaràs a fer l'encàrrec, has contrastat amb companys els preus del sector, has valorat qui és el client i l'exposició que tindrà el treball, tens una xifra clara de les teves despeses i dels impostos que caldrà pagar i tens en compte les possibles urgències en el lliurament. Per tant, ja tens un preu pensat.

☛ Gairebé un 50% de les vegades que es negocia un preu s'obté una millora. No perdís aquesta oportunitat!

No obstant això, el client t'ha ofert una xifra inferior o rebutja el teu pressupost: és hora de negociar.

NEGOCIA! LLUITA PER LES TEVES CONDICIONS I FES VALDRE LA TEVA FEINA.

Gairebé un 50% de les vegades que es negocia un preu s'obté una millora. No obstant això, hi ha també gairebé un 50% d'il·lustradors que mai negocien⁽⁷⁾ i que, per tant, estan perdent una oportunitat molt valuosa.

EL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ NO T'HA DE FER POR. Un encàrrec no es perdrà per demanar un augment en la retribució. A vegades no aconseguirem que se'ns millorin les condicions, però com a mínim haurem informat el client del valor que considerem que té la nostra feina.

7. Informe sobre la situació dels il·lustradors a Catalunya.

Aquests són alguns aspectes importants que cal tenir en compte:

1. Explica les teves raons: si el client no està obert a augmentar la seva oferta, és interessant explicar-li per què creus que el seu pressupost és baix.

Procura ser molt específic en la teva argumentació. Per exemple: se't demana una il·lustració amb molts personatges, però el client només ha valorat la grandària de la il·lustració i no la complexitat que té.

2. Reconeix quan un encàrrec no és viable econòmicament: moltes vegades és millor perdre un encàrrec que treballar en unes condicions que sabem que no són acceptables i que ens perjudiquen a tots. Com més siguem els que compartim aquesta mentalitat, més pressió podrem fer a l'hora d'aconseguir condicions dignes per a la nostra feina.

☛ Hem de tenir clara una xifra per sota de la qual la nostra feina deixa de ser viable, independentment de les circumstàncies.

Per exemple, és cert que algunes editorials van baixar els preus durant la crisi i han intentat mantenir-los baixos. No obstant, les reiterades queixes dels il·lustradors els han fet tornar a pujar-los. Pensa que junts podem canviar les coses. Recorda-ho!

També es pot donar la circumstància que un client ens ofereixi un preu adequat al nivell de vida de la seva zona geogràfica, però que estigui clarament per sota del que es paga a la nostra.

Hem de tenir clara una xifra per sota de la qual la nostra feina deixa de ser viable, independentment de les circumstàncies.

3. Les teves decisions individuals afecten el col·lectiu. Has de tenir en compte que si acceptes unes condicions dolentes per a un projecte en un moment determinat, la teva decisió afectarà el col·lectiu, perquè farà que el client en el pròxim encàrrec que faci, a tu o a un altre il·lustrador, us torni a oferir les mateixes condicions.

D'altra banda, si creus que has de demanar un preu baix perquè penses "acabo de sortir de l'escola d'art", "no tinc suficient experiència", "ja demanaré un preu més alt més endavant"... T'equivoques! Si acceptes un preu avui, el client no entendrà que demanis més en un futur encàrrec. Així que el millor és que t'informis bé dels preus que se solen pagar i pensis de nou en les teves despeses sense que el fet que estiguis començant sigui un motiu per a demanar menys.

☛ Si acceptes un preu avui, el client no entendrà que demanis més en un futur encàrrec.

8. Altres qüestions que hauràs de negociar

A part del preu, hi ha més aspectes que sol ser important negociar:

- **Les proves:** si se't demana una prova, cal que la paguin sempre. Negocia un preu que pots deduir després del preu final si el projecte tira endavant. Si aquest no tira endavant, com a mínim hauràs cobert les hores dedicades a fer la prova.
- **Correccions:** comunica al teu client el nombre de correccions que estàs disposat a fer dins del preu pactat i comunica-li que aquestes correccions es faran sempre durant la fase dels esbossos. En cas contrari, corres el risc que el projecte es converteixi en un malson sense fi; que se't demanin interminables correccions i acabis dedicant a l'encàrrec molt més temps del planificat. Tres o quatre correccions haurien de ser suficients.

• Acorda amb el client el nombre de correccions que estàs disposat a fer per a no acabar dedicant-li al projecte molt més temps del necessari.

El client també té obligacions i una de molt important és tenir una idea clara del que vol i saber-la transmetre a l'il·lustrador. Si el client va prenent decisions "sobre la marxa" serà l'il·lustrador qui carregui amb les conseqüències de la falta de planificació: treball extra, retards i correccions no justificades.

En cas que se't demanin correccions una vegada lliurades les arts finals amb nous requisits que no estaven en el briefing inicial, llavors has de cobrar-ho a part. Si la correcció t'implica refer completament la il·lustració, hauries de cobrar el preu complet de nou. Si són correccions menors, hauràs de pensar en un preu extra en funció del temps que hakis d'invertir-hi.

- **Extra per urgència:** si el client no et dona temps suficient per a fer l'encàrrec i per aquest motiu has de dedicar-hi caps de setmana o vacances, hauries de cobrar un extra per la urgència. Els anglosaxons li diuen *rush fee* o "quota per urgència".
- **Clàusules del contracte:** aquest tema el veurem amb més profunditat una mica més endavant; ara com ara assenyala-rem que hi ha clàusules que es poden negociar, com el nombre d'anys que vols cedir els drets del teu treball o el percentatge de *royalties*, entre d'altres.

En el procés de negociació es donen situacions que es repeteixen i que la majoria hem sofert. Hem denominat "males pràctiques" a aquestes situacions que de manera crònica perjudiquen la nostra professió. Anem a veure-les.

MALES PRÀCTIQUES DELS CLIENTS

- **Treball especulatiu.** Algunes editorials tracten d'aconseguir les il·lustracions de forma gratuïta, argumentant que l'autor guanya a canvi l'exposició mediàtica de la seva obra.

En aquests casos, has de tenir clar que el teu treball té un valor econòmic i que tens el mateix dret que la resta de col·laboradors de la revista (impressor, editor, maquetador, etc.) de cobrar per la teva feina. Per a aconseguir exposició, ja tens altres mitjans com la teva web, les xarxes socials, etc. Una opció molt interessant i efectiva a l'hora de guanyar exposició és generar projectes propis per a presentar-los als clients i/o portar-los a concursos. Aquesta ha estat la via de molts il·lustradors establerts per a avançar en les seves carreres.

- **Usos no contractats.** Reutilitzar les il·lustracions per a qualsevol altre suport diferent del que s'havia acordat i que no consta en el contracte o la factura. Per exemple: utilitzar-les a internet, creient el client (per ignorància o per mala fe) que ja entra en el pagament que ens ha fet.

- **Petició de proves gratuïtes.** Aquesta és una mala pràctica bastant estesa i que hem d'evitar. Hem de pensar que el nostre temps val diners i també ens costa diners mantenir la nostra activitat econòmica, els materials i l'equip de treball, etc. Per tant, fer una prova gratis és, de fet, pagar diners per a realitzar-la. De nou recomanem, enfront d'aquesta pràctica, enfocar les nostres energies en projectes personals que millorin o ampliïn el nostre portafoli.

- **Avançaments baixos.** En el sector del llibre, especialment en el de l'àlbum, s'estan oferint avançaments molt baixos, que amb prou feines cobreixen una fracció del temps que ens suposarà completar la feina. Recordem que el mercat editorial és molt canviant i no podem saber la rendibilitat que tindrà un llibre, ja que depèn de molts factors externs com ara la tasca de promoció de l'editorial. Per tant, és possible que l'avançament sigui tot el que percebem per la feina feta.

- **Modificar les il·lustracions.** Com ja sabem, no està permès modificar les il·lustracions sense el permís de l'autor/a. Si això succeeix, haurem de parlar amb el client perquè les retiri. També és possible negociar que ens encarregui fer les modificacions que vol, o que ens recompensi econòmicament. En cas que no entri en raons, podem notificar-ho al servei jurídic de l'associació.

MALES PRÀCTIQUES DELS IL·LUSTRADORS

• **Treballar només a canvi de difusió.** Pot ser que sigui així, o no. El que sí que és cert és que en acceptar una feina mal pagada estem confirmant a l'empresa que el preu que ens està oferint és acceptable, per tant la pròxima vegada ens oferirà el mateix. Per què hauria de pagar més per la mateixa feina?

• **No planificar de debò que la il·lustració sigui el nostre mitjà de vida.** En molts casos l'il·lustrador té una altra feina o bé no s'ha emancipat, de manera que la font d'ingressos que li proporciona la il·lustració no és la principal, ni li resulta vital. Aquesta situació, a mig camí entre el hobby i la professionalització, ens pot portar a acceptar encàrrecs que mai agafaríem si volguéssim fer de la il·lustració el nostre mitjà de vida.

• **Acceptar un encàrrec mal pagat per la il·lusió que ens genera.** T'entendem al 100%! Però abans d'actuar amb el cor, si us plau, valora també racionalment les conseqüències de malvendre el teu temps i la teva capacitat. La nostra recomanació és que et plantejis la decisió pensant a mig i llarg termini: la visió a curt termini ens pot fer perdre la perspectiva i el control sobre la nostra vida professional.

• **Acceptar encàrrecs mal pagats perquè pensem que si no ho fem nosaltres, un altre ho farà.** Recorda el que dèiem al principi: pot ser que tu siguis reemplaçable, però nosaltres, com a col·lectiu, no ho som; som imprescindibles per a les empreses que ens contracten. Com més de nosaltres pensem així, més força tindrem per a plantar cara quan sigui necessari.

• **Treballar gratis.** Pot donar-se el cas que una ONG o el club esportiu infantil del barri, per posar un exemple, ens demani col·laborar gratuïtament amb les nostres il·lustracions. Queda a criteri de cadascú si vol contribuir o no amb temes solidaris, però si et ve de gust fer-ho, una bona idea, per tal que valorin la teva feina, és demanar quelcom a canvi.

A tall d'exemple: si l'ONG fa un concert per a recaptar fons, podem demanar un parell d'entrades, o si el club del barri fa un menjar popular, pots demanar que t'hi convidin. En el cas de col·laborar amb una revista, seria interessant sol·licitar que et fessin una entrevista.

9. Aprèn a fer pressupostos i contractes

Elaboració d'un pressupost

En el pressupost que lliuris al client haurien de constar-hi les següents dades:

- Nom del client.
- Data del pressupost.
- Títol de l'obra o de la campanya publicitària, etc. i descripció.
- Nombre d'il·lustracions, color o blanc i negre, grandària, etc.
- Ús de les il·lustracions, en quins suports, etc.
- Les despeses extraordinàries s'haurien de desglossar per separat en el pressupost i, més endavant, en la factura.
- La caducitat del pressupost, sobretot quan se sospiti que l'encàrrec pot trigar a ser efectiu. Normalment, es fixa una caducitat de tres mesos, però podem decidir el que més convingui.
- Qualsevol altra particularitat de la qual s'hagi parlat.
- Al final del document és aconsellable afegir un punt en el qual es faci constar que "qualsevol utilització que no estigui prevista en aquest pressupost es negociarà a part".

En cas que el client dubti d'acceptar el nostre pressupost i com que la negociació sempre és possible, una breu explicació nostra sobre com s'ha calculat el preu pot ajudar el client a entendre-ho millor.



Model de pressupost

En els següents enllaços trobaràs més informació sobre com s'han de fer els pressupostos.

- [Model de pressupost.](#)
- [Com fer un pressupost.](#)

El contracte

Sempre ha d'haver-hi un contracte! Sense contracte o document equivalent (com sol passar en el cas del sector de la publicitat, el marxandatge o la premsa) no hi ha reclamacions possibles i perdem totalment el control de l'ús que es farà de la nostra il·lustració en un futur.

☛ **Sense contracte o equivalent perdem el control de l'ús que es farà de la nostra il·lustració en un futur.**

En cas que no n'hi hagi, podem demanar al client que ens accepti un pressupost on s'inclouran unes clàusules bàsiques, o bé fer la nostra factura afegint-hi, de manera detallada, les condicions de la cessió de drets d'exploració. Com a mínim, un contracte o document equivalent ha d'incloure:

- **Títol, descripció de l'obra i l'import** de la remuneració a percebre per l'il·lustrador en concepte d'avançament o tant alçat.
- **Les condicions de la cessió de drets** (suports, durada, territori, idiomes i modalitats d'exploració). Recordem el mantra "com més exposició i difusió, més retribució".
- **El percentatge de *royalties* a percebre i pagament d'avançament** (en el sector editorial) si és el cas.

En premsa, el contracte és la factura que es fa en lliurar la il·lustració. En aquesta factura hi haurà d'aparèixer sempre el nom de la publicació, l'article i la data en què serà publicada. També estaria bé afegir-hi si es reproduirà en paper, digitalment, etc. Així doncs, després d'aquesta data, la il·lustració podria tornar a utilitzar-se en un altre suport i per a un altre client.

• Abans de signar un contracte, hem de llegir totes les clàusules sense presses. Una vegada signat, no hi ha retorn.



Models de contractes

Hi ha diferents models de contractes:

- Contracte d'edició.
- Contracte d'edició simplificat.
- Contracte de cessió de drets per explotació digital.
- Contracte d'animació.
- Contracte de dipòsit d'il·lustracions.
- Encàrrec de creacions visuals.
- Contracte d'agència.
- Contracte de venda d'obra.
- Contracte multidisciplinari.
- Contracte de creació de personatge o mascota.
- Contracte de premsa.
- Contracte de creació publicitària.
- Contracte de difusió per internet.
- Contracte de marxandatge.
- Contracte de coberta de llibre.
- Contracte d'edició de creacions visuals en forma de llibre.
- Contracte per encàrrec de creacions visuals.

Clica en el següent enllaç per veure els models de diferents tipus de contractes: [Models de contractes](#).

MALES PRÀCTIQUES DELS CLIENTS RESPECTE ALS CONTRACTES

- **No oferir un contracte.** Recorda que la falta de contracte o altres documents similars ens deixa en una situació molt vulnerable si no es respecta la nostra autoria. Si no ens ofereixen contracte perquè en alguns sectors no és habitual, has de fer un pressupost ben detallat.

- **El contracte d'obra col·lectiva en llibre de text.** Com s'ha explicat, en l'obra col·lectiva, d'acord amb la LPI, no es diferencia el que ha fet un autor del que ha fet un altre. En el llibre de text això no passa, tanmateix, algunes editorials han establert que es considerin obra col·lectiva. Per a acabar amb aquesta mala pràctica fa falta una negociació col·lectiva entre el gremi d'editors i el dels il·lustradors.

- **Absència de *royalties* i adquisició de tots els drets de reproducció durant 15 anys o de manera permanent.** Atenció, perquè hi ha clients (sobretot d'empreses o institucions) que estan convençuts que paguen per a quedar-se els drets de reproducció per sempre i és necessari informar-los de com funciona el nostre sector.

Una cessió de drets coherent serien 5 anys (o màxim 7 anys), amb la possibilitat que siguin renovats per a 5 anys més, si cap de les parts notifica a l'altra part la seva voluntat de no renovació amb dos mesos de preavís.

En el món de l'edició s'acostumen a sol·licitar 10 o 15 anys de cessió de drets, però seria molt convenient tractar de reduir aquests terminis. Una altra possibilitat és pactar uns *royalties* amb un escalat, és a dir, no fixar uns *royalties* fixos, sinó incrementar-los en funció de cada "X" més d'exemplars venuts.

- **Editorials que no avisen de noves edicions o de vendes dels drets a altres països.** Són clàusules que han de figurar en el contracte i hem d'estar atents a la vida del llibre.

- **Empreses que usen una il·lustració en suports o campanyes que no estan descrites en el contracte inicial.** Recorda que en el contracte han d'especificar-se detalladament les condicions de la cessió de drets (suports, durada, territori, idiomes i modalitats d'explotació). En aquest aspecte dels contractes és on se solen donar més males pràctiques per part del client, que intentarà apropiarse de la major quantitat de drets de reproducció, sense que això es reflecteixi en una millora econòmica per a l'autor de l'obra.

- **Enviar el contracte en finalitzar l'encàrrec.** Aquesta pràctica està molt estesa. L'ideal seria no començar a treballar sense contracte, però si es tracta d'un client habitual i l'encàrrec és urgent, pots demanar que te n'envii una còpia per correu electrònic, perquè puguis revisar-lo abans de començar a treballar, encara que el definitiu t'arribi més tard per correu postal.

Desenvolupament de l'encàrrec

10. Quins són els teus deures com a il·lustrador?

De la mateixa manera que exigim compromís als nostres clients, nosaltres també hem de ser rigorosos amb els acords als quals hem arribat quan acceptem un encàrrec. És el nostre deure:

- Lliurar l'encàrrec en el temps estipulat i de la forma acordada. Si preveiem algun retard, hem d'informar el client al més aviat possible.
- És recomanable que quan tinguem clar l'encàrrec, escriguem un correu al nostre client on, de manera detallada, resumim tota la informació rellevant de l'encàrrec i de la mena de cessió que hem acordat. Hauríem de fer-ho abans de rebre el contracte perquè quedi constància dels aspectes importants de l'encàrrec, sobretot tenint en compte que és pràctica comuna de les empreses enviar el contracte gairebé quan s'està finalitzant el projecte.
- Tota la informació tractada amb el client ha de ser confidencial, i fins i tot ens poden exigir clàusules de confidencialitat que acceptarem sempre que aquestes siguin raonables. Aquestes clàusules poden donar-se més en el cas de la publicitat.
- Quan el client accepta un esbós, no podem fer canvis significatius sense la seva autorització. Podem cobrar un increment si ens sol·liciten alteracions que suposin un augment de feina, però no podem augmentar el preu si aquests canvis són produïts per culpa nostra o es tracta de canvis trivials.
- I el més important, entre professionals ens hem de respectar. No podem acceptar encàrrecs que ens indiquin copiar el treball o imitar l'estil d'un altre il·lustrador. Hem de poder defensar l'originalitat de la nostra obra.

11. Correccions, anul·lacions i rebutjos

En el cas que s'anul·li un treball després de lliurar-lo, hauríem de cobrar el total de la quantitat estipulada.

Si l'anul·lació o rebuig es produeix abans del lliurament final, hauríem de valorar el percentatge de feina feta i aplicar-lo al preu final.

☛ Els professionals ens hem de comprometre a complir les condicions de l'encàrrec: lliurar la feina en les dates previstes, mantenir la confidencialitat del projecte i no fer canvis importants respecte a l'esbós aprovat pel client.

☛ Haver previst incloure una clàusula al contracte respecte a com es procedirà en cas de correccions, anul·lacions o rebutjos, ens evitarà molts disgustos.

No és el mateix si s'anul·la l'encàrrec abans de lliurar els esbossos o si s'anul·la o rebutja prop del temps de lliurament acordat. Haver previst incloure una clàusula al contracte respecte a com es procedirà en cas de correccions, anul·lacions o rebutjos, ens evitarà molts disgustos.

12. Facturació i cobrament

En primer lloc, hem de saber que per a fer una factura s'ha d'estar registrat en el cens d'Empresaris Individuals i Professionals de l'Agència Tributària. És un tràmit que es pot fer en línia des de la mateixa web de l'Agència Tributària (www.agenciatributaria.es) emplenant el model 036 o 037, o directament a les oficines de l'AEAT.

Si la teva activitat es limitarà a un servei dins d'Espanya i no estàs dins de cap règim ni impost especial, pots omplir i enviar el 037. Si pel contrari, vols fer operacions amb altres països o vendre a distància, hauràs d'omplir el 036. Pots trobar tota la informació necessària a la mateixa web de l'Agència Tributària.

Si vols presentar l'alta en línia, serà necessari que disposis d'un certificat o DNI electrònic, o sol·licitar una clau pin provisional que s'obté a l'instant a la mateixa web.

Informació que ha de contenir una factura:

- **Les nostres dades:**
Nom complet
Adreça professional
Codi postal
NIF
- **Data i lloc.**
- **Numeració de la factura.**
- **Les dades del client:**
Nom complet o nom de l'empresa
Adreça
Codi postal
NIF o CIF

Termini de pagament de la factura

La Llei de 2013 estableix:

1. "(...) el termini de pagament serà de 30 dies després de la data en què té lloc l'acceptació o verificació dels béns o serveis".

2. Els terminis de pagament indicats en els apartats anteriors podran ser ampliat mitjançant pacte de les parts sense que, en cap cas, es pugui acordar un termini superior a 60 dies.

- **Número d'ordre.** A vegades, el client demana que consti a la factura un número d'ordre que ens facilitarà en l'encàrrec o en el contracte.
- **El títol de l'obra.** Si és per a publicitat, per exemple, de què es tracta i qui és el client final.
- **Concepte.** Molt important, ja que en el cas que no hi hagi contracte, el concepte serà l'únic lloc on s'expressarà la cessió de drets. En cas que en algun moment el teu client faci un ús inadequat de les il·lustracions, si no hi ha contracte es veuria quin concepte hi ha a la factura. Per tant, és necessari descriure amb detall l'encàrrec i especificar per a quin ús hem acordat amb el client que es farà la cessió.
- **Import del treball.** A l'import acordat cal restar-li una retenció del 15% de l'IRPF (o del 7% que pot ser aplicable l'any d'inici de l'activitat i en els dos anys naturals següents) i sumar-hi un 21% de l'IVA, tret que l'encàrrec pugui estar-ne exempt (percentatges corresponents a l'any 2020).

Si no tributem l'IVA, s'ha d'especificar amb una anotació en la factura que indiqui: "Operació exempta d'IVA per l'article 20.26 de la Llei 37/1992."

- **Número de compte bancari.** No és imprescindible, encara que sí que es recomana posar-ho al final de la factura.
- **Data de venciment de la factura.** És recomanable incloure-la com a recordatori.



Models de factures

En els següents enllaços trobaràs dos models de factura.

- [Model de factura sense IVA.](#)
- [Model de factura amb IVA.](#)

13. Què has de fer si no et paguen?

Si el client es retarda en el pagament, en retarda l'execució i no paga la factura, es té dret a reclamar la quantitat deguda, primer via burofax o carta certificada amb justificant de recepció, i si no es liquida el deute, judicialment a través d'un procediment monitori, que és bastant ràpid i gratuït.

Si després de parlar amb el responsable de comptabilitat o directament amb el client no s'arriba a cap solució, es recomana posar-se en contacte amb l'associació d'il·lustradors perquè ens assessori sobre les possibles accions a emprendre.

☛ Si tens problemes d'impagaments, compta amb el suport i l'assessorament de les associacions.

L'encàrrec publicat

14. Segueix la vida de la teva obra

En el cas del sector editorial, una vegada es publiqui l'obra, et recomanem que en facis un seguiment i verifiquis que s'està explotant d'acord amb el que s'estableix en el contracte i que reps en la data establerta la informació de les vendes i el cobrament dels *royalties*.

També pot ser que el client desitgi fer un ús més intensiu o extensiu de l'obra, per la qual cosa haurem d'estar atents a aquesta possibilitat. Es poden donar els següents escenaris:

- **Reutilització de l'obra amb consentiment**

- El nostre client desitja tornar a reproduir l'obra en les mateixes condicions. Decidirem quant hem de cobrar-li per a aquest nou ús i li ho plantejarem.
- El nostre client desitja tornar a reproduir l'obra en altres suports.

- **Drets subsidiaris**

Pot ser que algú que no sigui el nostre client desitgi reproduir la nostra obra. Per a això haurem de saber si tenim els drets d'explotació i podem cedir-los, o bé haurem de posar-nos en contacte amb el nostre client i negociar aquesta cessió.

- **Venda a tercers**

Aquesta situació es produeix quan la nostra obra, bé a través dels nostres clients, bé a través nostre, es ven a un altre client que podrà fer-ne ús havent fet prèviament una cessió de drets d'exploració. Aquesta venda lògicament ha de tenir una remuneració econòmica per a l'autor/a.

15. Recupera els teus drets

Si l'obra ja està descatalogada, perquè ja no es ven o perquè ha vençut la durada del contracte, podem recuperar-ne els drets d'exploració. Per a això és necessari demanar al client que ens doni el seu consentiment per escrit.

MALES PRÀCTIQUES DESPRÉS DE LA PUBLICACIÓ

- **Que no aparegui el nostre nom.** El nostre nom o pseudònim ha d'aparèixer en un lloc destacat de la publicació, excepte en treballs de publicitat, on el que consta és el nom de l'agència o estudi gràfic, o bé en molts dels objectes de marxandatge.
- **Reutilització sense consentiment.** Es poden donar aquests dos casos:
 - **El nostre client ha reproduït la nostra obra sense demanar-nos consentiment.** Es pot donar el cas que un editor vengui el nostre llibre a altres països sense comunicar-nos-ho i sense liquidar-nos els nostres drets per la venda. També pot ser que utilitzi les nostres il·lustracions per a campanyes publicitàries i com a material visual a internet, sense haver-ho especificat abans. En tots els casos, li demanarem explicacions i una compensació econòmica.
 - **Un tercer ha reproduït la nostra obra sense avís previ i sense el nostre consentiment.** Ens posarem en contacte amb el tercer i o bé li demanarem que la retiri del mercat, o que ens ofereixi una quantitat com a indemnització o com un ús pactat de l'obra.

Conclusió

Hem començat aquest document posant el focus sobre la precarietat de la nostra professió amb el desig d'entendre i canviar les coses. Per això pensem que és necessari tenir una visió de 360°, és a dir, entendre i assumir la nostra part de responsabilitat, conèixer les males pràctiques del client, i també ser molt conscients de la importància de la nostra professió dins d'un mercat que **ens necessita**, així com de la nostra capacitat per a negociar i aconseguir créixer com a professionals.

Cada decisió que prenem des que rebem un encàrrec fins que el lliurem, i fins i tot després, té conseqüències per a nosaltres i la nostra carrera professional, així com per a la resta dels professionals de la il·lustració. Per això hem de prendre les decisions correctes per a aconseguir que es reconegui econòmicament el valor que aportem al client i poder viure amb dignitat de la nostra feina.

Conèixer les nostres despeses fixes i variables, entendre els conceptes bàsics del nostre marc legal i fiscal, saber com funciona un encàrrec de principi a fi són alguns dels elements essencials per a poder considerar-nos professionals de la il·lustració. Però més enllà d'aquestes qüestions tan importants, també hem de tenir clar qui som com a professionals i on són els nostres límits.

Esperem haver-te donat eines perquè et puguis desenvolupar amb seguretat en totes aquestes qüestions. Ens agradaria que aquest document fos un "work in progress" i que els qui el llegiu us sentiu amb la llibertat d'aportar el vostre punt de vista, suggeriments o correccions. Per a això hem habilitat una enquesta en línia que esperem que pugueu contestar ([enquesta](#)). Ens agradaria, en un futur, publicar versions actualitzades d'aquest mateix document sobre la base de les vostres aportacions.

☛ **Siguem conscients de la importància de la nostra professió dins d'un mercat que ens necessita, així com la nostra capacitat per a negociar i aconseguir créixer com a professionals.**





**© Associació Professional
d'Il·lustradors de Catalunya**

**Comissió juridicolaboral
Mariona Sardà. Advocada.
Jordi Montañés. Economista.**

**Balmes, 711, 1r 2a
08006 Barcelona
93 4161474**

**www.apic.es
info@apic.es**