

el butlletí

DEL COL·LEGI DE MEDIADORS
D'ASSEGURANCES DE GIRONA





Plana dos

Un bon dia algú es desperta i decideix interposar una demanda al Tribunal de Justícia de la Unió Europea en base a aquella premissa que ningú pot ser discriminat per raó de sexe, i demana que les senyores i els senyors paguin el mateix en les diferents assegurances, obviant totalment els càlculs que els nostres soferts actuaris han hagut de dibuixar i recomanar-ne la seva aplicació.

Ja sabem fa temps que això dels càlculs actuariais sembla un miratge, en tant que les asseguradores els han deixat de banda per poder captar primes a preus "competitius" i no pas tècnics, però la decisió d'aquest tribunal, en sentència del primer de març d'enguany, ens ve a demostrar que no tan sols obvia els càlculs actuariais, sinó que ignora que existeixi una figura que es diu actuari i que aquesta figura vetlla per l'equilibri tècnic de les primes d'assegurança en funció de diferents paràmetres que cal tenir presents, deixant de banda la teòrica discriminació de sexes.

És obvi que els jutges no han pas de ser doctes en totes les matèries motiu de conflicte, però tota vegada que sí que han d'acabar emetent judici sobre totes les matèries, caldria que fossin coneixedors de a qui poden recórrer en cada cas per tal que els assessori. En cas de conflicte mèdic, sabran que poden demanar auxili a un equip mèdic; en un conflicte de construcció, sabran que poden demanar auxili a un equip d'arquitectes, però tot un Tribunal de Justícia Europea sembla ser que mai ha sabut que en matèria d'assegurances podia demanar auxili a un equip d'actuaris.

I per reblar el clau, els polítics de casa nostra sembla ser que estan en la mateixa línia. El passat mes de maig varen

enviar a les Cortes el projecte de "Ley Integral para la Igualdad de Trato y la no Discriminación" acordada pel Govern espanyol, en la qual queda palès que tampoc s'han informat degudament d'això mateix.

Estic totalment d'acord en una discriminació positiva a favor de la dona per tal que aquesta pugui anar recuperant definitivament tots els llocs que ments estretes li havien pres durant molts segles, però les coses cal fer-les com cal perquè no tinguin efectes totalment contraris als desitjats, com passarà – de ben segur- en el cas que ens ocupa.

La dona estava afavorida, no pas per simpatia sinó pels càlculs actuariais, en assegurances com les de vehicles a motor o les de vida risc, mentre que patia sobreprima en les assegurances de salut, sobre tot en edat fèrtil.

Si els instigadors d'aquest cas -anomenat Test-Achats- pensaven que la no discriminació que propugnaven seria per a portar tothom a la banda baixa de les primes, òbviament anaven ben equivocats.

Si ningú no hi posa remei –que no ho sembla pas-, a partir del proper 21 de desembre ja no hi podrà haver diferències per raó de sexe i tothom se n'anirà a la banda alta, deixant a criteri de les entitats afavorir o bé gravar els riscos segons les seves conveniències en cada moment.

A més, la comissària europea de Justícia, Viviane Reding, ha confirmat als representants dels principals grups asseguradors europeus en una recent trobada a Brussel·les, que l'aplicació dels canvis per la directiva de gènere en les pòlisses d'assegurança no té marxa enrere i que és final i vinculant.

Va afirmar, a més, que el paper de la Comissió Europea és garantir que s'aplica correctament, garantint la seguretat jurídica.

Brussel·les es preocupa ara que els canvis en la directiva no perjudiquin l'assegurança, però del que s'hauria de preocupar realment –i el que li hauria de saber greu- és que no perjudiquin els assegurats, que són els que hauran de pagar les primes encarides per aquesta obligació d'equilibri anti-assegurador.

I el que també haurà de fer la Comissió Europea –ja que ha permès que això arribi on ha arribat- és controlar que siguin totes les entitats asseguradores que apliquin aquests criteris, i que no hi pugui haver l'espavilada de torn que, en no aplicar-ho, se n'emporti una major part de les primes.

Així les coses, les entitats asseguradores ja cal que es posin a treballar en refer les primes de tots aquests contractes i comencin a comunicar als seus assegurats els increments als quals es veuran sotmesos. Ja em veig venir que Nadal i el tió em portaran la notícia d'un significatiu augment a la prima de l'assegurança del cotxe de la senyora o de la filla. I de l'assegurança de salut potser me'n salvaré, perquè això de l'edat fèrtil ja ens ha passat.

Potser, ara que em faig gran, presentaré una demanda per tal que l'edat no pugui ser motiu de discriminació a les pòlisses de vida.

Antoni Godoy Tomàs

President

Prou problemes que ens porta la crisi i només ens faltava que ens diguessin que enguany no hi haurà bolets. Però per a nosaltres, per al nostre butlletí, tant ens fa perquè la nostra cita trimestral amb el lector no s'atura.

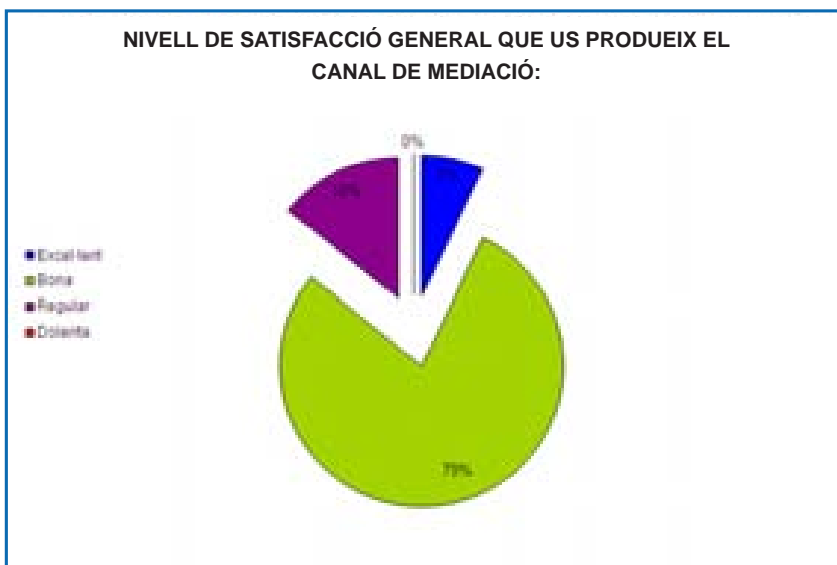
Tenim moltes coses importants per comunicar-vos i des de la plana dos fins a l'assegurem-nos-en us oferim un ric ventall de temes d'allò més interessants.

Sembla que s'està convertint en un clàssic que el butlletí del tercer trimestre reculli un interessant estudi de mercat. Altre cop, els joves mediadors ens ajuden a conèixer la realitat del nostre sector, aquesta vegada per saber com ens veuen les entitats asseguradores als mediadors d'assegurances gironines.

Potser molts de vosaltres descobrireu que al cor de l'Empordà s'hi fabrica excel·lència en estat pur que s'exporta arreu del món, apta, això sí, per a economies ben proveïdes. La firma convidada que us presentem en aquest número us en desvetllarà el secret.

Us aconsellem, també, una lectura acurada de la col·laboració d'en Ricard Llapart i de la secció biblioteca. Ara que la Unió Europea vol anul·lar una part del càlcul actuarial en funció del sexe –com ens explica el nostre president a la plana dos- el nostre assessor tècnic ens fa memòria d'aquest altre aspecte de càlcul assegurador i en Xavier Olcina ens recomana un llibre sobre el tema.

Que gaudiu amb aquesta edició i fins d'aquí a tres mesos.



- 2 Plana dos
- 3 Editorial
- 4 Informació col·legial
- 8 Firma convidada
- 10 Activitats de formació
- 10 Noves Tecnologies
- 11 Pep i Maria
- 12 Biblioteca
- 13 D'interès
- 15 Diversos
- 15 Assegurem-nos-en

Edició:

Col·legi de Mediadors
d'Assegurances de Girona
c/ Bonastruc de Porta, 35, entl. C
17001 GIRONA
Telèfon 972 20 86 64 - Fax 972 22 25 29
mediadors@mediadorsdassegurances.cat
www.mediadorsdassegurances.cat

Consell de redacció:

Antoni Godoy i Tomàs
Ricard Llapart i Martín
Xavier Olcina i Servole
Josep M. Torras i Carrillo

Coordinació

Josep M. Torras i Carrillo

Administració i publicitat:

Col·legi de Mediadors
d'Assegurances de Girona

Realització:

Nexe Impressions

Tiratge:

1.000 exemplars

Dipòsit legal:

GI-101-1980

Portada:

Jornada sobre xarxes socials
(Foto: Claudi Valentí)

Contraportada:

Entitats col·laboradores 2011

Només els autors són responsables dels articles i il·lustracions que firmen. La seva publicació no pressuposa que el butlletí comparteixi les idees que s'hi exposen.

Imprès en paper ecològic elaborat
amb pastes ECF
i fàbrica certificada ISO 9001 i ISO 14001

> Estudi de mercat

L'any passat el nostre Col·legi, per iniciativa de la Comissió de Joves Mediadors, elaborà un estudi de mercat per conèixer el grau d'incidència de la mediació professional en els diferents segments empresarials de les nostres comarques. Enguany s'ha repetit aquesta iniciativa i l'estudi de mercat 2011 està enfocat a conèixer l'opinió de les entitats asseguradores sobre la mediació d'asseguradores gironina. Així, entre d'altres qüestions, hem pogut conèixer els canals de distribució més utilitzats i comprovar el grau de satisfacció i professionalitat del nostre sector empresarial des del punt de vista de les entitats.

Val a dir que, el lector, a l'hora de treure les seves conclusions, ha de tenir en compte que l'enquesta inclou tot el conjunt de mediadors (agents i corredors) col·legiats i no col·legiats. En aquest sentit, cal conèixer, respecte a aquest punt, que els agents col·legiats signifiquen un 10,4% del total dels agents que figuren al registre de mediadors, i que els corredors col·legiats són el 95,3% del total de registrats. **El resultat d'aquest estudi conclou que segons les polítiques oficials de les entitats asseguradores el canal de distribució més potentat, en un 79%, són els agents i corredors d'asseguradores.**

Anàlisi de l'estudi:

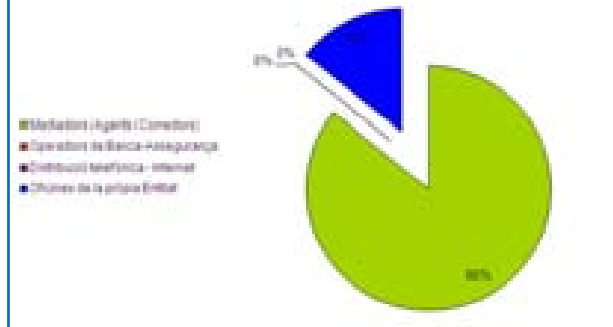
1. CANAL DE DISTRIBUCIÓ:

De les dades obtingudes a l'enquesta destacaríem que el canal de distribució més potentat per les entitats asseguradores majoritàriament resulta ser el de la mediació (79%), entenent com a mediació tot el conjunt d'agents i corredors. Tot i això, enfront del resultat del 79%, resulta significatiu que les entitats que han donat resposta a l'enquesta potenciïn en un 14% el canal d'operadors de banca-assegurança; això palesa que aquest canal cada vegada pren més protagonisme i la mediació "tradicional" s'haurà d'anar reinventant. Tam-

bé cal fer esment que encara un 7% de les entitats continua apostant per potenciar les oficines pròpies de l'entitat. Són diferents realitats que s'han de tenir en compte i cada entitat intenta potenciar el canal de distribució que més li interessa i del qual teòricament pot treure més rèdit.

Tot i tenir unes polítiques oficials enfocades als agents i corredors, cal tenir en compte que la confiança vers les nostres capacitats d'adaptació tecnològiques i de comunicació no els crea prou confiança, ja que la distribució respecte a aquest punt dona més avantatges competitius als operadors de banca-assegurança en un 36% respecte a un 22% agents i un 21% corredors. Respecte a l'àmbit tecnològic, es troba més ben posicionada la banca-assegurança; aquest percentatge ve donat per la inversió que hi fan. Fins a cert punt lògic, ja que aquest operador té el suport de les mateixes entitats financeres, amb grans infraestructures. Per contra, els mediadors disposem d'infraestructures molt més reduïdes i amb menys recursos disponibles, pensem que en la majoria de casos parlem de pimes i/o autònoms. Tot i les diferències financeres i de mida, és important fer la reflexió que de cares a la continuïtat de la mediació professional haurem de fer esforços i ser curosos a nivell tecnològic per no perdre el fil i intentar no fer passes enrere. No podem perdre de vista la necessitat d'innovació tecnològica per millorar la competitivitat dels nostres despatxos professionals. Si a nivell tecnològic plantejem que sempre hem de pensar en el futur cal remarcar notòriament el fet que les entitats responen de manera majoritària a favor de la mediació (agents i corredors) en un 86%,

QUIN CANAL DE DISTRIBUCIÓ CONSIDEREU QUE DÓNA MILLOR SERVEI D'ASSESSORAMENT PROFESSIONAL?



enfront del 14% d'oficines de la pròpia entitat asseguradora i un 0% dels operadors de banca-assegurança quan ens referim a assessorament, per tant, aquestes dades no deixen dubte sobre la figura del mediador professional, a la qual sempre fa esment el Col·legi de Mediadors d'Assegurances de Girona per distingir les diferents figures que intervenen en el mercat.

De diverses preguntes plantejades a les entitats i relacionades amb els diferents canals de distribució d'asseguradores obtenim que les entitats asseguradores que han respost a l'enquesta es nodreixen majoritàriament a través dels corredors d'asseguradores. És curiós constatar que aquesta realitat gironina és diferent de les dades globals referides a l'àmbit de l'Estat espanyol que facilita la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, on es palesa que aproximadament el 36% del negoci no vida prové de la xarxa agencial i el 27% dels corredors. Respecte les distribucions internes de les entitats és molt rellevant que en el 64% de les asseguradores els corredors tenen un pes de cartera superior al 50%, mentre que els agents tenen aquest pes en el 21% d'aquestes.

Una altra dada interessant és que un 28% reconeixen que el canal bancari té un volum de cartera superior al 25% de les seves carteres. Cal fer

una reflexió profunda per part de la mediació doncs comença a ser una dada a tenir en compte.

Sobre la resta de canals de distribució tractats a l'enquesta, internet i línia directa (telèfon), hem de fer constar que els percentatges són força residuals, de totes maneres pot ser preocupant el fet que en un 7% de les entitats enquestades el pes de la línia directa sigui >75% (dades per anar reflexionant). Potser, la situació de crisi aguditza cada vegada més el factor preu vers el de servei o assessorament. És estrany, però, que no tingui més pes el canal internet; si l'enquesta fos a nivell estatal possiblement haguessin respost entitats dedicades exclusivament al canal internet i aquesta estadística podria comportar certs canvis.

2. PROFESSIONALITAT - SERVEI:

La primera qüestió que es plantejava en aquest sentit era la influència de la crisi econòmica actual en la forma professional de distribuir les assegurances. El resultat rotund ha sigut que hi té un efecte directe. La conclusió principal que se n'extreu és que les entitats han donat a entendre que majoritàriament es persegueix la prima competitiva enfront l'assessorament. Seria una qüestió a analitzar més profundament i que invita a reflexionar.

Analitzant la professionalitat dels diferents canals de distribució d'assegurances obtenim que el 64% de les entitats consideren bona o molt bona la professionalitat dels agents, essent aquest percentatge del 86% en el cas dels corredors. De totes maneres convidem a la reflexió: qui té l'obligació de formar els agents segons la Llei 26/2006, de 17 de juliol, de mediació d'assegurances i reassegurances privades? Aquesta dada també podia ser prou previsible ja que el corredor per a l'exercici professional ha de superar el curs de formació en matèries financeres i d'assegurances privades i assolir el Certificat Grup A -l'antic diploma de mediador d'assegurances titulat-,

així com té l'obligació de la formació contínua per als seus treballadors i auxiliars. També vindria avalada per la dada col·legial que assenyala que majoritàriament els corredors i les seves estructures de personal participen en els actes de formació i reciclatge que el nostre Col·legi du a terme anualment. Per tant, a aquestes xifres s'ha d'afegir l'aposta del Col·legi de Mediadors d'Assegurances de Girona per la col·legiació i la necessitat d'un reciclatge professional per garantir una òptima qualitat dels professionals en els serveis d'assessorament i gestió de la mediació d'assegurances. Lligant amb les dades donades al preàmbul sobre la col·legiació es bo saber que un 40% dels agents col·legiats està en possessió del Certificat del Grup A.

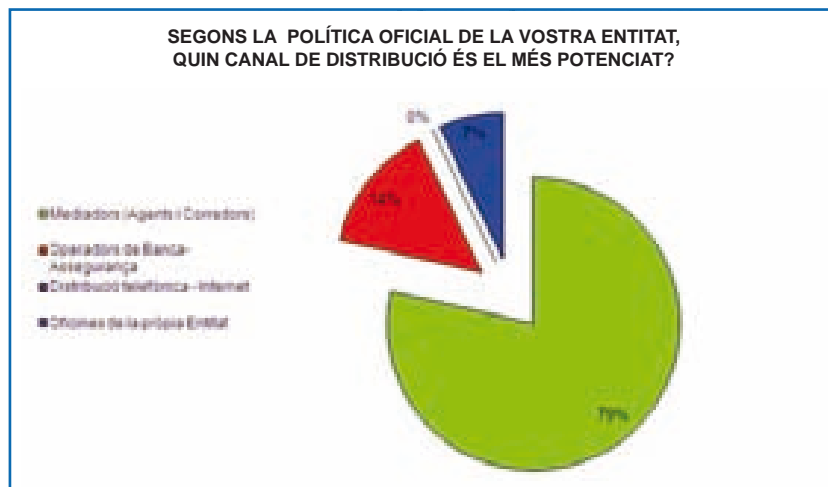
Respecte les dades dels operadors de banca-assegurança, són molt significatives i l'Administració n'hauria de prendre nota..., un 36% de les entitats consideren que la professionalitat d'aquests operadors ha de millorar molt i un 57% que és regular, només un 7% de les entitats que operen a les nostres comarques consideren que la professionalitat dels operadors de banca-assegurança és bona, i destaca el 0% que opina que és molt bona.

Cal preveure que en algun moment els operadors de banca-assegurança detectin que perden una part

important del seu negoci per manca de professionalitat i que apostin per canviar aquesta tendència.

De tot això en podem treure les següents preguntes: Com és possible que el 14% de les entitats aposten per la banca-assegurança i en canvi no consideren molt bona la seva professionalitat? Com és que el 50% de les entitats que aposten per la banca-assegurança no consideren bona la professionalitat d'aquest canal?

Un altre aspecte important a destacar seria que les entitats valoren molt positivament la professionalitat i el rigor per tractar amb els canals de distribució. Encara que tenim un preocupant 14% que o bé aposten per l'agressivitat o bé no saben/no contesten, dubtar d'un aspecte com el de professionalitat no us fa reflexionar? Sobre el canal de mediació en general hi ha un aspecte important a destacar: quan es demana valorar la nostra feina i professionalitat els resultats són molt positius, en canvi quan es tracta de demanar l'opinió professional d'aquest canal, ens trobem amb 1/4 part de les entitats que s'hi mostren contràries, no sobta aquest diferent criteri? Aquesta mateixa qüestió plantejada per al canal de banca-assegurança dóna uns resultats que parlen per si mateixos; 1/3 part de les entitats enquestades considera dolenta la professionalitat de la banca i sor-



prèn que només el 7% la consideri bona, per a la resta és regular. No és curiós el fet que la meitat de les entitats que aposten per la banca no trobin bona la professionalitat d'aquest canal?

Per finalitzar, en l'apartat de la professionalitat-servei podríem fer esment al refús de sinistres per mal assessorament, principalment centrat en els rams no vida. D'aquí obtindríem que malgrat que la mediació encara té la cartera majoritària en no vida, el percentatge de refús de sinistres és molt inferior. Una dada per retenir, un 80% de les entitats reconeixen que <5% dels sinistres refusats, per mal assessorament, provenen de la mediació; mentre que un 80% d'aquestes entitats, també reconeixen que >5% dels sinistres refusats provenen de la intervenció de la banca. Concretament a la branca més dolenta, on comparem percentatges de refús superiors al 7,5%, ens trobem que en el cas de la mediació representaria el 14% enfront del 57% de la banca. No queda clara i palesa la professionalitat d'uns i altres? Així doncs, sense cap mena de dubte podem afirmar que els operadors de banca-assegurança s'enduen el percentatge més elevat, amb diferència, de queixes als departaments d'atenció al client de les entitats o bé als defensors de l'assegurat. Com a última dada, cal remarcar el servei que ofereixen els mediadors (agents i corredors) ja que en un 100% de les entitats asseguradores, un cop s'ha produït un sinistre, consideren que és aquest canal de distribució –agents i corredors– qui millor percep les inquietuds dels clients, el que és més proper i que participa com a representant en la defensa dels interessos del client.

3. SATISFACCIÓ:

A nivell introductorri ressaltaríem una comparativa amb la banca, les dades parlen, són ben clares. Mentre que el 86% de les entitats consideren com a bona o excel·lent la satisfacció general que produeix el canal de mediació (agents i corredors), curiosament un 14% la troba regular.

Sobta, però, que un 36% de les entitats consideri satisfactòria o molt satisfactòria la banca-assegurança, encara que un 64% la considera dolenta o regular. De moment els números continuen essent molt favorables a la mediació, però queda palès que per a una part important de les entitats enquestades (1/3 aprox.) el canal banca-assegurança li produeix un bon nivell de satisfacció general.

Sobre els mediadors en general, tindríem que les entitats consideren en un percentatge proper a les 3/4 parts que no treballem habitualment vida risc, estalvi i pensions. Segurament la intervenció dels operadors de banca-assegurança en els productes financers (préstecs, hipoteques...) i la consegüent "obligació" de la contractació de l'assegurança, tancar camins a la intervenció dels mediadors professionals. De fet, el resultat és força similar a les enquestes estatals. De totes maneres no ha de servir d'excusa per ser un toc d'atenció d'aquestes entitats cap a nosaltres.

Centrats en la distribució del producte, les entitats ens transmeten que el grau de satisfacció que tenim els mediadors amb els seus productes en un 78% dels casos és bo. Realment els mediadors ho valorem així? Ens coneixen prou, les entitats asseguradores? També destacaríem que consideren que en un 80% els mediadors coneixem força els seus productes i que en un 20% dels casos els coneixem poc. Aquest 20% és preocupant, a quin perfil s'ajustaria? A entitats que aposten per la distribució mitjançant operadors de banca-assegurança i entitats que treballen amb oficines pròpies? Sobre el 80% que opinen que els coneixem força, seria correcte, ja que tampoc es pot afirmar que coneixem totalment els seus productes, cada mediador pot escollir quins rams treballa o quins potencia més. Tot i això, pel que fa a la comunicació mediació-entitats asseguradores, és veritat que a la zona geogràfica en què ens movem, i tenint en compte que la província tot i ser extensa i di-

versa, és de tarannà més aviat proper, és lògic i de sentit comú que hi hagi bona comunicació o com es diu ara, un bon *feedback*.

El grau de satisfacció que tenen les entitats amb nosaltres en el sentit estrictament comercial i de producció no és tan bo com en altres apartats ja que la major part de les entitats voldrien que aportéssim més producció enfront d'altres indicadors que tenen un pes ínfim com la consolidació de la cartera constituïda. Que no implica més producció consolidar la cartera constituïda? La conclusió que se n'extreu seria que majoritàriament busquen creixement enfront de professionalitat, dada realment sorprenent. Això s'acaba arrodonint amb el fet que consideren que els mediadors no participem en les campanyes comercials que inicia l'entitat en 2/3 parts de les enquestades. S'han plantejat si les campanyes són dels nostre gust? Normalment les organitza el departament de màrqueting i són orientades a resultats i preferències que ells volen, sense tenir en compte la nostra opinió i gastant recursos inútilment.

Abans d'acabar l'estudi, deixant de banda la producció i distribució, hem consultat a les entitats quina valoració feien del fet que els mediadors poguéssim tenir accés a l'informe pericial d'un sinistre; cal tenir en compte que aquest fet és beneficiós per a la mateixa entitat perquè és el mateix mediador qui pot comentar i raonar amb el client, per tant és una tasca que conforma el mateix dia a dia del mediador i que ajuda a minorar consultes i tasques semiadministratives; doncs bé, sorprenentment el 93% ho trobarien bé. D'aquí se'n desprèn una pregunta, vist el resultat, com és que encara hi ha força entitats que no permeten aquest accés?

Finalment, per acabar aquest interressant estudi, diríem que les entitats que operen a les nostres comarques consideren que la comunicació mediador-entitat asseguradora és

bona en el 86% dels casos i un 93% consideren correcte el tracte. Si no fos així, no podria funcionar aquesta simbiosi, sempre hi ha diferències, però s'han de poder solucionar, si no aquesta relació no tindria raó de ser.

Tot i que en molts aspectes les conclusions són positives pel que fa a la mediació, bona professionalitat,

bona comunicació, bon tracte, bons coneixedors dels productes, bon assessorament, som propers..., no hem d'oblidar que tenim un competidor dins el sector que cada vegada aposta més per la professionalitat i aprèn més dels seus propis errors gràcies a les queixes i reclamacions. Per tant, companys, no defallim

i extremem les precaucions amb el màxim rigor respecte a la formació, el servei, la innovació, l'atenció al client, l'assessorament i sobretot la professionalitat, que és el que actualment ens distingeix respecte als nostres competidors.

> Guia Professional 2011

Un any més el nostre Col·legi ha editat la *Guia professional* dels mediadors d'assegurances col·legiats a les comarques gironines.

Aquesta *Guia* 2011, com en l'edició anterior, es presenta en format web, i s'incorpora un bàner específic a la pàgina principal del nostre web corporatiu col·legial des d'on es podrà accedir a una interfície actualitzada i redissenyada, on destacaran tots els apartats de la *Guia professional* i les entitats col·laboradores del nostre Col·legi.

Les dades que s'hi recullen són: nom i cognoms del col·legiat, adre-

ça professional, telèfon, fax, adreça electrònica, web, categoria i classe de mediador, número de col·legiat i entitat per a la qual treballa (en el cas dels agents).

La doble finalitat bàsica que té l'edició d'aquesta *Guia professional* és, per una banda, dotar els col·legiats d'una eina vàlida per poder-se posar en contacte amb col·legues de professió quan els calgui, i per una altra, donar als consumidors la informació necessària per sol·licitar, si els calen, els serveis d'un professional de l'assegurança.



> Jornada [setembre]

Facebook, Twitter, LinkedIn... L'engegada de la web 2.0 parteix de la possibilitat dels internautes d'interactuar d'una forma més fàcil, més integrada i com una comunitat d'usuaris. En aquest punt les xarxes socials han estat la tecnologia clau. Alguns som usuaris d'aquestes xarxes, altres n'han sentit a parlar als amics, i uns quants ens expliquen experiències de negoci basades en les mateixes. Així doncs, el grau de novetat és important: coneixem què són i perquè es fan servir? Convé ser-hi present? I de quina manera? Han de formar part de la nostra estratègia empresarial? Molts dubtes.

L'objectiu de la jornada Aplicació empresarial de les xarxes socials duta a terme el passat 22 de setembre pel nostre Col·legi, era donar a conèixer l'actualitat de les xarxes socials, res-



pondre als dubtes que existeixen i posar-nos al dia de l'avantguarda del 2.0, entenent que la mediació ha de ser part d'aquesta nova forma de relacionar-se i que afecta directament els nostres negocis.

Anna Codina, consultora d'estratègia, va intervenir-hi com a ponent. El programa de la jornada comptà amb

una introducció a les xarxes socials: l'oportunitat que no podem deixar escapar, l'oportunitat per al sector assegurador. Va seguir-hi una detallada anàlisi de les principals oportunitats: Facebook, Twitter, LinkedIn, Bloggig, per acabar amb diferents exemples de casos d'èxit d'empreses i emprenedors 2.0.

> A.D. TRAMONTANA, ARTESANIA I TECNOLOGIA



Geni pur, art pur. Tramontana es defineix com a força, presència, passió, esperit, caprici, a la vegada que creativitat, geni, personalitat, bogeria, temperament, art i emoció. Tramontana és una empresa catalana creada l'any 2005 amb l'objectiu de dissenyar i construir cotxes de luxe a mida amb un nivell de qualitat superior. El concepte d'aquesta empresa establerta a l'Alt Empordà és "alta tecnologia i exclusivitat fabricada a mà", una fusió entre conceptes tan dispars com artesanian i tecnologia.

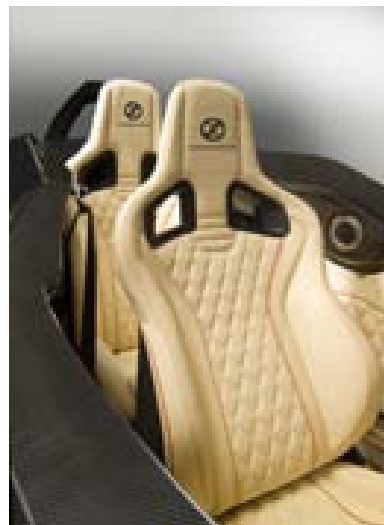
Durant els darrers cinc anys, aquesta companyia, pilotada pel català Albert Foncillas, ha dissenyat, desenvolupat, homologat i produït, en el seu afany d'innovació contínua, un nou cotxe anomenat Tramontana. La combinació de components de Fórmula 1 i un disseny més semblant a un avió de combat dóna a aquest

cotxe el caràcter que el distingeix de noms més establerts.

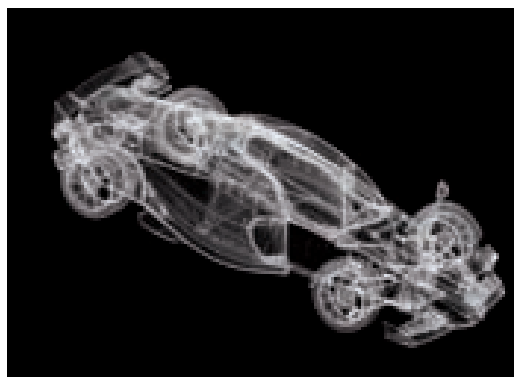
El Tramontana ha completat les proves tècniques més exigents per aconseguir la qualificació de "supercar", i abans del seu llançament al mercat, s'han superat tots els requisits de certificació europea per poder circular per la via pública. La comercialització del vehicle i les primeres vendes van arribar l'any 2010.

En l'essència del Tramontana està la idea de fer un automòbil que fos digne hereu del passat més brillant de la indústria catalana, simbolitzat pels Hispano-Suiza, Elizalde i Nacional-Pescara de la preguerra i el Pegaso Z-102 dels anys cinquanta: vehicles únics, en molts casos elaborats artesanalment per mans expertes, en els quals la tècnica més avançada del moment anava associada a una qualitat de construcció i execució excel·lents. Tot això combinat amb la creativitat mediterrània dóna com a resultat una de les creacions automobilístiques més avançades i exclusives del món.

El Tramontana és un cotxe singular i de producció limitada. Més enllà d'un vehicle, cada Tramontana és únic i diferent, com si es tractés d'una joia d'autor o d'una obra d'art numerada. Al taller de muntatge ubicat en una finca a Palau de Santa Eulàlia, a prop de Figueres, l'ambient del qual



s'assembla més a una sala d'operacions que a un taller de producció, es poden muntar fins a cinc cotxes alhora. La mitjana anual de producció és de dotze cotxes cada un dels quals és un producte únic muntat segons les preferències del client. Per exemple, en el cas de clients àrabs, es tracta d'afegir en el decorat interior elements d'or i pedres precioses. A vegades el preu d'aquests cotxes sobrepassa el milió d'euros, i el preu mitjà d'un bòlid Tramontana és de 600.000 euros. A la Xina,



**“Amb Tramontana
es fa palès que
la creativitat
i la mentalitat
innovadora del
nostre país és
altíssima”**

on s'han comercialitzat algunes unitats d'aquesta peça única, es creu en la bona sort que dóna el número 8, per aquest motiu s'ha elaborat el motor de 888 cavalls de potència per al client xinès.

Tot just l'any passat Tramontana va començar a comercialitzar els seus vehicles. Les primeres vendes s'han fet per a clients a l'Orient Mitjà i la Xina. Per tal d'entrar en aquests i altres mercats, com Rússia o els Estats Units, actualment l'empresa està definint els seus socis en diferents regions a nivell mundial per poder-ne treballar conjuntament la comercialització. Atès que es considera que fabriquen “supercars”, l'aproximació al client final per a aquest tipus de vehicles és molt sensible. Per això, és important escollir el soci adequat, que conegui el client de la seva regió, sàpiga com tractar-lo i li doni un servei excel·lent en tots els aspectes. Aquesta tasca porta el seu temps, però és cabdal i condiciona moltíssim com la marca Tramontana és percebuda pel client final. A més d'obrir delegacions oficials en determinats punts del món, com ara Pequín, s'ha participat ja en diversos salons de l'automòbil a nivell

mundial i en fires de productes de luxe, com ara recentment l'Excellence Fair organitzada a l'Hostal de la Gavina a s'Agaró.

En paraules del propietari de la marca, Albert Foncillas, el projecte Tramontana és únic ja que no hi ha un altre cotxe en el mercat igual que el seu. Es pot apreciar en el concepte, en el disseny, en el seu marcat caràcter i en la seva altíssima qualitat. Per això, s'han desenvolupat diferents versions per poder satisfer clients que, buscant la mateixa sensació de purisme, vulguin gaudir del producte de diferent manera. Segons Foncillas, a darrere hi ha un equip de molt alta creativitat però amb el concepte de producte molt robust en tots els sentits. És la barreja de la creativitat amb el seny, i alhora amb una altíssima capacitat d'enginyeria que pot donar com a fruit nous conceptes com el Tramontana. Per altra banda, no poden amagar el seu esperit mediterrani quan por-



ten a terme les seves obres, per això es poden percebre detalls de disseny i elegància de caràcter italià. A la vegada, però, equipen la seva obra amb components provinents de països europeus, com el motor, que ve d'Alemanya, i que dóna aquest plus d'altíssima qualitat i que ha de ser distintiu d'un producte com aquest.

Amb Tramontana es fa palès que la creativitat i la mentalitat innovadora del nostre país és altíssima i, especialment en el món del motor, en què el nivell d'exigència i qualitat són primordials, els seus creadors han sabut portar l'exclusivitat al límit.



Activitats

FORMACIÓ I RECICLATGE PROFESSIONAL

OCTUBRE 2011

Dimarts 18. Acte lectiu 37a Setmana Mundial (Entrevista a Ricardo Lozano, director general de Seguros y Fondos de Pensiones). Girona.

NOVEMBRE 2011

Dilluns 14. Seminari sobre "Responsabilitat Civil" (títol pendent de confirmació). Caldes de Malavella.

CURSOS

OCTUBRE 2011

Dilluns 3. Inici Curs Superior d'Assegurances 2011-2012 (Curs de formació en matèries financeres i d'assegurances privades – Certificat Grup A). Girona.

NOVEMBRE 2011

Dijous 3. Inici Màster en Assegurances i Gestió d'empreses, curs 2011-2012 (mòdul Màrqueting i gestió i direcció d'empreses). Girona.

En preparació

Girona

- Curs d'especialització sobre "La gerència de riscos a la pime"

CURSOS MONOGRÀFICS DE RECICLATGE PROFESSIONAL 2011-2012

Girona

OCTUBRE

Teoria general de l'assegurança (24 hores)
Bases tècniques de l'assegurança. Provisions tècniques. Coassegurança (4 hores)
Consorci de Compensació d'Assegurances (4 hores)
Càlcul mercantil (10 hores)

NOVEMBRE

Càlcul financer (4 hores)
Assegurança contra danys. Assegurances contra incendis (18 hores)
Dret mercantil (6 hores)

DESEMBRE

Reassegurança (6 hores)

Noves tecnologies

Utilitzar l'Ipad a la nostra tasca diària, és possible?

En aquesta endimoniada crisi, una pluja de ginyns informàtics cau damunt els nostres caps. Portàtils, càmeres digitals, PDA, GPS, telèfons mòbils, mòdems USB, Wi-Fi, i vés a saber què. Una verdadera bogeria tecnològica, on el màrqueting de les grans empreses del sector intenten ajudar-nos o procuren superar la crisi a costa de les nostres marcides butxaques? És possible allò de què fan publicitat? És només una estratègia de venda? Només hi ha una forma de saber-ho.

Després d'unes setmanes amb l'Ipad, encara no tenim ben clar que la tauleta d'Apple sigui el substitut del portàtil. Senzillesa, rapidesa i lleugeresa són seves i de moment hem de reconèixer que es treballa de forma bastant agradable, sense trobar a faltar el portàtil. Fulls de càlcul, correu electrònic, edició de documents de text i navegació són el 90% de les tasques que fem i que podem efectivament fer amb l'Ipad, però amb quin grau d'efectivitat i satisfacció? En fulls de càlcul, si no és que treballem amb Excel de centenars de cel·les i fórmules complexes, Numbers serveix, senzill i intuïtiu, ara, no esperem un Excel portable, ni un Numbers idèntic a la versió d'escriptori, errors i problemes, al nostre entendre, no exporta a .xls, ni importa tot el

que volem d'un Excel; algunes funcions es perden com: capçaleres i cel·les animades. A més a més, no filtra ni ordena continguts i per acabar, no guarda l'arxiu: cal enviar-te'l per correu electrònic i llavors moure'l on calgui.

El correu electrònic Mail funciona bé i, senzillament, podem gestionar quantitats elevades de correu de forma relativament àgil. Podem enviar tot tipus de documents, gràcies a aplicacions extra com GoodReader. Ens permet obrir multitud d'arxius adjunts. Problemes? Fins que no arribi l'IOS 5.0 a l'octubre, no es poden agrupar els c/e en converses i tampoc existeix la safata única.

Pel que fa a edició de documents de text, amb una aplicació com Pages pots crear i editar la majoria dels documents de text que utilitzem a diari. El podem guardar en PDF com .doc o com .pages. El teclat virtual és suficient per redactar documents lleugers, però si cal escriure tres hores seguides, és aconsellable comprar el teclat. Quant a la visualització de documents, com hem comentat, la majoria els podem veure amb Mail, però es amb Goodreader quan realment podem convertir l'Ipad en un dispositiu hàbil per emmagatzemar, visualitzar i compartir els arxius que calgui. L'inconvenient, com la majoria d'aplicacions: cal pagar-les a part. Moltes sense saber

bé quina eficàcia tenen, entre 5 i 15 € o més.

Aquest document està escrit des d'un Ipad, per la qual cosa queda demostrat que es pot treballar amb documents o millor encara bloguejar, i en un futur breu milloraran les funcionalitats.

Navegació, per navegar, buscar informació, xarxes socials, l'Ipad compleix aquestes funcions satisfactòriament, mentre no calgui carregar webs amb Flash o alguna altra que el Safari no té encara ben implementades, com Scroll o similars. En aquest aspecte la limitació és greu ja que molts webs de companyies no són accessibles.

A mesura que passi el temps, mesos en tecnologia, aniran adaptant els programes i trobarem menys incompatibilitats.

Finalment, donada la seva lleugeresa l'aplicació com a agenda és molt satisfactòria, així com per a anotacions Evernote, Penultimate i calculadora.

En conclusió, l'Ipad servirà a molts treballadors en mobilitat i no serà suficient per a molts altres, però queda clar que serveix per treballar i que això és només el començament, ja que les millores properes apunten a multitasques i aplicacions més sorprenents que ens facilitaran el dia a dia.

Comissió de Noves Tecnologies

Pep, el pòlissa / maria medidora



> El principio de igualdad sexual en el Seguro de Salud: análisis actuarial de su impacto y alcance

Sonia de Paz Cobo, Raquel Caro Carretero, Juan Manuel López Zafra

Un tema que socialment sempre és d'actualitat, és la igualtat entre sexes. Mil discussions, comentaris, tertúlies, debats, etc. i mai ningú no es posa d'acord, tothom esgrimeix arguments molt estudiats i pensats, fins i tot tesis doctorals han defensat postures ben contradictòries demostrant raons ben evidents.

En el món assegurador no podíem ser menys i d'aquí neixen unes anàlisis actuaries que van molt més enllà de la retòrica habitual.

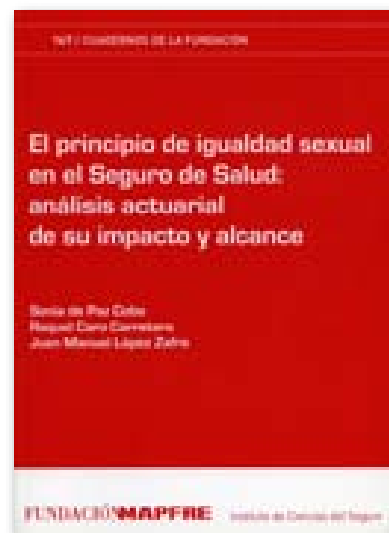
El llibre que presentem avui fa un extens estudi sobre aquest tema, amb rigorosa objectivitat, utilitzant en tot moment la més profunda anàlisi financera i l'estadística actuarial. Està dividit en tres parts ben diferenciades:

En la primera part es parla de les dificultats que suposa l'aplicació de la Directiva 2004/113/CE, que és la que descriu la igualtat de tracte entre homes i dones i la seva aplicació en l'àmbit assegurador i concretament en l'assegurança de salut. Es fa una breu anàlisi de la Directiva relacionant-la

amb els aspectes actuaries i els sistemes de classificació de riscos que utilitzen normalment les asseguradores per tal d'identificar els diferents factors de riscos de les assegurances de vida, incloent-hi els diferents estils de vida com a variable determinant.

La segona part fa referència a aspectes tan variables com els biològics i els socials, i exposa posicions contradictòries sobre la base de fets reals aportats per les asseguradores. El que pretén aquest capítol és oferir una àmplia perspectiva que estimuli l'esforç intel·lectual de l'eterna discussió de tots els aspectes relatius a les diferències entre els dos sexes i la seva relació amb el risc considerat. Per exemple: l'evolució de la mortalitat, l'esperança de vida de les poblacions occidentals i els "estils de vida" i la seva incidència sobre l'assegurança.

La darrera part fa un extens estudi estadístic d'un conjunt molt ampli de fets reals fins a arribar a determinar l'existència o no de les diferències en el comportament



actuarial d'homes i dones amb la seva relació amb l'assegurança de salut. Al final, els autors han arribat a aplicar algunes de les tècniques de predicció més avançades que existeixen avui, com són les relatives a les anomenades "llistes de decisions", "arbres de decisions" o les "xarxes neuronals". En resum, podem dir que es tracta d'un llibre de molta actualitat que ben segur que pot interessar a tothom i principalment als estudiants de la tècnica actuarial.

2010, Fundación Mapfre
ISBN: 978-84-9844-191-8
Dipòsit Legal: SE-1586-2010
125 pàgines

Xavier Olcina Servole

Índex

Introducción	9	Anexos resultados de los modelos	79
Parte 1 aspectos legales de la directiva. Implicaciones en el negocio asegurador	13	Referencias bibliográficas	113
Parte 2 aspectos demográficos y sociales relativos a la discriminación sexual	41	Colección Cuadernos de la Fundación Instituto de Ciencias del Seguro	119
Parte 3 Análisis estadístico	69		

> L'edat actuarial

Els que ja fa uns quants anys que ens dediquem a intentar sobreviure en el món de l'assegurança encara recordem quan anàvem, armats amb uns fulls on apareixien unes taules d'edats i primes per a cada tipus d'assegurança: temporal, vida sencera, mixta, etc., a oferir assegurances de vida als possibles clients.

En aquests fulls sempre hi apareixia el recordatori que l'edat a calcular no era l'edat real del candidat sinó la seva edat actuarial.

Per a qui, avui en dia, únicament coneix la connexió a Internet per calcular les primes de les assegurances, probablement això li semblarà prehistòric, però per a molts de nosaltres forma part de la nostra vida professional.

I què és l'edat actuarial? Doncs és la resultant de fer que tothom hagi nascut sis mesos abans del dia en què realment ho ha fet.

És a dir, si una persona ha nascut el 28 de maig de 1960, actuarialment ha nascut el 28 de novembre de 1959. O si va néixer el 12 de novembre de 1970, actuarialment ho va fer el 12 de maig de 1970.

Aquesta forma de calcular l'edat es deu a l'interès de les asseguradores de fer que tothom sigui més vell i així poder cobrar més primes o té una raó lògica?

Per explicar-ho, d'entrada cal recordar que les primes de les assegurances de vida es calculen en funció de les taules de mortalitat i, per tant, ens cal entendre què és una taula de mortalitat.

Com el seu nom assenyalava, es tracta d'una taula amb un seguit de valors, una vista de la qual, limitada a les desenes d'edat, quan en realitat la variació és d'any en any i arriba fins a més

de cent anys, es reproduïx a continuació:

X	l_x	dx	p_x	q_x	e_x
0	100.000,00	574,20	0,9942580	0,0057420	78,29
10	99.196,26	16,27	0,9998360	0,0001640	68,91
20	98.782,17	96,41	0,9990240	0,0009760	59,18
30	97.645,28	123,52	0,9987350	0,0012650	49,81
40	96.431,36	142,33	0,9985240	0,0014760	40,38
50	94.558,94	310,25	0,9967190	0,0032810	31,08
60	89.707,16	737,39	0,9917800	0,0082200	22,48
70	78.922,47	1.576,71	0,9800220	0,0199780	14,85
80	56.564,16	3.028,33	0,9464620	0,0535380	8,73
90	23.805,32	3.108,90	0,8694030	0,1305970	4,48
100	2.659,06	778,87	0,7070890	0,2929110	1,95

El significat dels símbols és el següent:

x = anys complerts per cada cap

l_x = nombre de caps vius que han arribat a l'edat x , procedents d'una població d' l_{x-1} caps d'edat $x-1$

dx = nombre de caps d'edat x que moren sense arribar a l'edat $x+1$

p_x = probabilitat de supervivència d'un cap d'edat x

q_x = probabilitat de mort d'un cap d'edat x

e_x = esperança de vida futura d'un cap d'edat x

Per confeccionar-la, en teoria, s'haurien de prendre 100.000 caps nascuts un any en concret i anar seguint la seva evolució. Així es veuria quants moren abans de complir un any.

A l'any següent es controlaria quants han mort de més d'un any abans de complir dos anys. I així successivament.

El problema que presenta aquest mètode de confeccionar una taula rau en el fet que es trigaria més d'un segle a acabar-la, la qual cosa fa que no sigui factible.

En la pràctica, el que es fa és agafar un període curt d'anys, normalment cinc, per evitar possibles desviacions de mortalitat degudes a epidèmies o catàstrofes, es pren l'estadística de població d'un any, i es comprova

quantes persones hi havia vives i quantes han mort durant el seu primer any de vida, quantes el segon, quantes el tercer i així successivament.

D'aquesta manera obtenim la possibilitat de mort d'una persona d'una determinada edat, ja que coneixem el nombre total de persones a l'inici del període i el de morts durant aquest mateix període.

En tot cas, per a la confecció de la taula s'han de seguir els principis següents:

1. Conèixer el nombre de persones mortes durant un any, dividides per edats, i el nombre de persones vives a l'inici del període estudiat, també dividides per edats.

2. L'edat és el factor determinant de la mortalitat de les persones. Anomenarem població homogènia la que verifiqui aquesta propietat, és a dir, que l'edat sigui el factor determinant de la mortalitat.

Així, quan una persona de 50 anys mor no ho fa de malaltia, accident o suïcidi. Ho fa perquè tenia 50 anys, o sigui, a la pregunta "de què s'ha mort?", s'ha de respondre: "va morir de 50 anys".

3. L'any és una unitat indivisible, és a dir, el nombre de caps vius no varia al llarg del període.
4. Tots els caps han nascut el dia 1 de gener i moriran un 31 de desembre.

Aquest principi és conseqüència de l'anterior, ja que si al llarg de l'any el nombre de persones vives no varia, què passa amb les persones d'edat zero?

Segons la taula, al llarg de l'any hi ha sempre 100.000 persones amb 0 anys d'edat, com que aquestes persones no poden procedir d'una edat anterior, això significa que totes han hagut de néixer a les zero hores del dia 1 de gener de l'any.

X	l_x	dx	px	qx
0	100.000,00	574,20	0,9942580	0,0057420
1	99.425,80	56,18	0,9994350	0,0005650

Si durant tot l'any següent hi ha 99.426 persones, això vol dir que les 574 persones que manquen han d'haver mort a les 24 hores del dia 31 de desembre anterior.

5. La mortalitat d'un grup segueix una llei fixa al llarg dels diferents períodes.

Tres són les lleis més utilitzades:

- a) La llei de De Moivre
b) La llei de Gompertz
c) La llei de Makeham

Habitualment s'aplica la llei de Makeham, que dona uns bons ajustaments per a certes edats.

Aquests ajustaments es fan per trams d'edat i, com a mínim, per tres: edats infantils, edats adultes i edats senils, aquests últims són els menys fiables.

Tindríem d'aquesta manera els diferents valors de q , o sigui, la probabilitat de mort durant un any, calculant a partir d'ells els valors de l , de d i de p .

Obtinguda la taula, ja pot ser utilitzada per les entitats asseguradores per confeccionar les primes de vida per a cas de vida o de vida per a cas de mort.



Ara bé, es presenta un problema. Hem dit que, segons la taula, totes les persones neixen l'1 de gener a les zero hores i moren el 31 de desembre a les 24 hores. Però tots sabem que això no és veritat, les persones neixen i moren qual-

sevol dia de l'any i a qualsevol hora. Així que, en realitat, tothom mor abans del 31 de desembre a les 24 hores, cosa que fa que les asseguradores paguin les indemnitzacions abans del que teòricament els correspondria fer-ho.

Això els comporta pèrdues ja que, d'acord amb els càlculs efectuats sobre les dades de la taula de

mortalitat, avancen el pagament del capital assegurat.

Per evitar aquesta pèrdua, es va pensar que una solució seria que tothom morís el 30 de juny. Així els que morien després d'aquesta data compensaven els que morien abans.

El que passa és que es va solucionar un problema i se'n va crear un altre, ja que es dividí per dos una cosa que, per definició, és indivisible: **la unitat any**.



La solució a aquest entrebanc és fàcil si considerem que, en realitat, no hem dividit per dos l'any, sinó que hem fet córrer sis mesos cap a l'esquerra la data de la mort.

D'aquesta manera, si per conservar la unitat de l'any, hem considerat que tothom mor sis mesos abans, també hauré de considerar que neix sis mesos abans: **aquesta és l'edat actuarial**.

Tot i que no ens n'adonem quan calculem les primes per via electrònica, en realitat el programa informàtic continua considerant l'edat actuarial com a data de naixement de l'assegurat.

Ricard Llapart Martín

Actuari d'assegurances
Assessor tècnic del Col·legi de Mediadors d'Assegurances de Girona

Comissió d'afiliació

RESUM D'ALTES I BAIXES DE L'1 DE JULIOL AL 30 DE SETEMBRE DE 2011

CENS A 30 DE JUNY DE 2011358

ALTES

Reincorporació representant d'Agència d'assegurances exclusiva

M. Teresa Corominas Sanjaume, de Torroella de Montgrí (Hostench, SC)

Representant d'Agència d'assegurances vinculada

M. Mercè Paillissé Segura, de Sant Andreu de Llavaneres (Mercè Paillissé, SL)

TOTAL ALTES 2

BAIXES

Voluntària

Marc Molas Reyes, de Girona (A. Gerunda, SL)

Jubilació

Enric Falgueras Cruañas, de Verges

Defunció

Lluís Iglesias Sanmartín (ACS), de Girona (Central de Gestions Canigó Corredoria d'Assegurances, SL)

TOTAL BAIXES 3

CENS A 30 DE SETEMBRE DE 2011 357

NECROLÒGICA

Aquest tercer trimestre hem rebut la trista notícia de la pèrdua del nostre benvolgut company de professió i amic, Lluís Iglesias Sanmartín, de Girona.

Des d'aquí manifestem als familiars i amics del nostre company, el nostre més sentit i sincer condol.

assegurem-nos-en

QÜESTIONS DE LLENGUA

Encarem aquest últim trimestre del 2011 amb un nou recull de dubtes freqüents. (Marcarem amb asterisc les formes que no són correctes.)

*EEUU / EUA

La sigla que abreuja el nom dels Estats Units d'Amèrica és **EUA**, que va acompanyada de l'article en masculí i en plural. La sigla ***EEUU** no està ben construïda, i **USA** és la forma en anglès, per tant, no la farem servir en els nostres textos.

Eren les companyies d'assegurances dels **EUA** les que compraven bons escombraries.

emplenar

És sinònim del verb **omplir**, i podeu fer servir l'un i l'altre indistintament. Ara bé, quan vulgueu dir que cal omplir un formulari, una fitxa, un imprès... és preferible que utilitzeu el verb **emplenar**. I recordeu que en aquest sentit no és correcte **complimentar* (ho podeu consultar en *El Butlletí* del segon trimestre del 2010).

Per col·legiar-vos haureu d'**emplenar** el full de sol·licitud corresponent.

*emprenedurisme / emprenedoria

La paraula ***emprenedurisme** no és correcta, cal dir **emprenedoria**: qualitat de la persona que crea, desenvolupa i implanta projectes empresarials.

El Col·legi de Mediadors de Girona fomenta els projectes d'*emprenedoria* dels seus col·legiats.

*en ares de / en nom de

En comptes d'aquesta expressió hem d'utilitzar locucions com ara **en nom de, en honor de, fent honor a**. De vegades també ens pot anar bé la preposició **per**.

Fent honor a / en nom de / per la seva voluntat de prestigiar la professionalitat dels col·legiats, el Col·legi ha engegat una nova campanya de publicitat.

*en motiu de / amb motiu de

Aquesta expressió ens serveix per indicar la circumstància que provoca un fet o una acció, o que hi dóna lloc; però sovint la utilitzem amb la preposició equivocada.

El 20 d'octubre els mediadors i mediadores de Girona estan convocats a l'acte *amb motiu* del lliurament del Premi Sol.

RECURSOS

Si mai teniu dubtes a l'hora d'escriure la forma oficial dels topònims (noms propis que designen llocs geogràfics) de Catalunya, podeu consultar el *Nomenclàtor oficial de toponímia major de Catalunya*, que teniu a mà en tres volums impresos i també a Internet, a <http://www.gencat.cat/toponimia> (apartat "Documentació").

Aquesta obra, promoguda, a instàncies del Parlament de Catalunya, per la Generalitat de Catalunya i l'Institut d'Estudis Catalans en el marc de la Comissió de Toponímia de Catalunya, té un gran abast i la seva elaboració ha suposat un repte important. Recull més de 52.000 noms i vol ser una obra de referència per a l'edició de cartografia, retolació, guies de viatge... i qualsevol altre producte informatiu. Els dos primers volums inclouen els mapes de tots els municipis de Catalunya, acompanyats d'informació complementària: al costat dels escuts municipals i de dades estadístiques bàsiques podem trobar l'etimologia del nom, la transcripció fonètica segons l'Alfabet Fonètic Internacional i un llistat amb tots els topònims del municipi amb indicació del concepte geogràfic de cadascun. El tercer volum conté tres índexs: un índex bàsic, amb la totalitat dels topònims del *Nomenclàtor*, un segon índex que recull les entitats de població endreçades per comarques i municipis i un tercer amb la relació dels 947 municipis de Catalunya ordenats alfabèticament.



**COL·LEGI
DE MEDIADORS
D'ASSEGURANCES DE
GIRONA**

ENTITATS COL·LABORADORES 2011

adeslas 


Asociación del Comercio R.C.
Consensores A.I.E.

aliança 

asefa
seguros


AVIVA


AXA
ASSEGURANCES
I INVERSIONS

DKV
ASSEGURANCES MÈDIQUES

FIATC
ASSEGURANCES

g

GECOSE SOFTWARE
Informàtica aplicada al sector assegurador


GENERALI
Seguros


GLOBALIS

pm
mallorquina


Liberty
Seguros


MAPFRE


**Mútua de
Propietaris**


MÚTUA
General de Catalunya


**previsora
general**


Reale
ASSEGURANCES


ZURICH