



Joan Ollé Bertrán
President del Col·legi d'Apis de
Barcelona i Província

La marca API, el millor tresor dels Agents col·legiats

El sentit institucional dels Col·legis professionals està íntimament lligat a la tutela dels interessos públics enfront de l'exercici de les professions. Es tracta de garantir la protecció de tercers. L'alternativa és l'opció d'un model de gestió burocràtica, encomanada a òrgans de l'Administració, o la creació de Col·legis en els quals s'integrin els professionals afectats, subjectes al control i disciplina del seu Col·legi.

Continguts essencials de la fórmula col·legial són: la personificació pública de la institució, es tracta de corporacions de dret públic; l'obligatòria col·legiació i l'exclusivitat territorial de cada Col·legi.

Malgrat això, la forta corrent liberalitzadora ha desvirtuat i privat d'alguna d'aquestes notes essencials a la institució col·legial i, en conseqüència, ara li pertoca a l'Administració regular l'activitat.

Seguirem apostant en la consecució de determinats fins essencials del nostre apreciat Col·legi com són: ordenar l'activitat dels seus col·legiats amb potestat disciplinària, atinent a l'ètica, dignitat i respecte vers els drets dels particulars: representar els nostres titulars davant l'Administració, Institucions, Tribunals, Entitats i Particulars; defensar els nostres col·legiats enfront de la competència deslleial i altres desencerts, aportant-los, a més a més, i en la mesura de les nostres possibilitats tots els serveis i economies d'escala que estiguin al nostre abast.

Tenim un gran tresor: un títol oficial, que el nostre esforç ens ha costat, avui plenament identificat per la societat mitjançant la nostra marca institucional, ///API, i en aquest sentit vull citar literalment les paraules del Ministre de Foment, Sr. Álvarez Cascos, en el Congrés dels Diputats quan va donar explicació a l'article 3 del Decret-Llei 4/2000: *"Este servicio se prestará así en un entorno más competitivo, en el que los APIs seguirán disponiendo de un valor añadido derivado de la posesión de un título profesional otorgado por el Ministerio de Fomento, que no ha de excluir a otros agentes"*.

Hem protegit aquest fet diferencial, aquest valor afegit, mitjançant la modificació de les nostres normes estatutàries que ara prohibeixen l'ús de la denominació 'Agent de la Propietat Immobiliària' i, com és lògic, de la marca API per aquells que no siguin col·legiats en exercici.

La nostra marca és un instrument de comunicació, un vincle entre client i servei. És per tots admès que moltes marques tenen en si mateixes un valor que supera la facturació d'aquells que la posseeixen; per a moltes empreses és el seu principal actiu. Una firma modesta que no es projecti mínimament en el mercat s'enfronta a la seva desaparició. Cal, doncs, crear valor d'imatge i mantenir-la. Un nom fàcil de recordar, que s'identifiqui amb l'activitat i amb uns valors afegits. Es tracta de convèncer als clients que els nostres serveis donaran el resultat cercat perquè estan recolzats per una organització substancial i d'èxit, identificada per una marca comuna.

Hem fet un gran esforç per a donar a conèixer la marca ///API. Avui és notòria. Ja som una referència quant a qualitat de servei. Se'ns reconeix uns valors: formació, titulació, qualitat, solvència i seguretat. La societat identifica aquests valors amb els seus propis. I finalment aconseguirem que la nostra marca ///API sigui un símbol. Però no és suficient amb transmetre tota aquesta imatge, cultura i valors a la societat, és necessari també transmetre-ho internament entre els nostres companys, col·laboradors i empleats. I en això demano l'esforç de tots i cadascú de nosaltres.

Tenim un gran Tresor. Hem d'apreciar-lo, cuidar-lo i incrementar-lo.

La marca API, el mejor tesoro de los Agentes colegiados

El sentido institucional de los Colegios profesionales está íntimamente ligado a la tutela de los intereses públicos frente al ejercicio de las profesiones. Se trata de garantizar la protección de terceros. La alternativa es la opción por un modelo de gestión burocrática, encomendada a órganos de la Administración, o la creación de Colegios en los que se integren los profesionales afectados, sujetos al control y disciplina de su Colegio.

Contenidos esenciales de la fórmula colegial son: la personificación pública de la institución, se trata de corporaciones de derecho público; la obligatoria colegiación y la exclusividad territorial de cada Colegio.

No obstante lo anterior, la fuerte corriente liberalizadora ha desvirtuado y privado de alguna de esas notas esenciales a la institución colegial i, en consecuencia, ahora le toca a la Administración regular la actividad.

Seguiremos apostando por la consecución de determinados fines esenciales de nuestro apreciado Colegio como son: ordenar la actividad de sus colegiados con potestad disciplinaria, atendiendo a la ética, dignidad y respeto debido a los derechos de los particulares; representar a nuestros titulados ante la Administración, Instituciones, Tribunales, Entidades y Particulares; defender a nuestros colegiados frente a la competencia desleal y otros desaguisados, aportándoles además ,en la medida de nuestras posibilidades, todos los servicios y economías de escala que estén a nuestro alcance.

Tenemos un gran tesoro: un título oficial, que nuestros esfuerzos nos ha costado, hoy plenamente identificado por la sociedad a través de nuestra marca institucional, ///API, y en ese sentido quiero citar literalmente las palabras del Ministro de Fomento, Sr. Alvarez Cascos, en el Congreso de los Diputados cuando dio explicación al artículo 3 del Decreto-Ley 4/2000: *“Este servicio se prestará así en un entorno más competitivo, en el que los APIs seguirán disponiendo de un valor añadido derivado de la posesión de un título profesional otorgado por el Ministerio de Fomento, que no ha de excluir a otros agentes”*.

Hemos protegido ese hecho diferencial, ese valor añadido, a través de la modificación de nuestras normas estatutarias que ahora prohíben la utilización de la denominación ‘Agente de la Propiedad Inmobiliaria’ y, como es lógico, de la marca API por quienes no sean colegiados en ejercicio.

Nuestra marca es un instrumento de comunicación, un vínculo entre cliente y servicio. Por todos es admitido que muchas marcas poseen en sí mismas un valor que supera la facturación de quienes las poseen; para muchas empresas es su activo principal. Una firma modesta que no se proyecte en el mercado se enfrenta a su desaparición. Es necesario, pues, crear valor de imagen y mantenerla. Un nombre fácil de recordar, que se identifique con la actividad y con unos valores añadidos. Se trata de convencer a los clientes de que nuestros servicios darán el resultado buscado porque están apoyados en una organización sustancial y de éxito, identificada por una marca común.

Hemos hecho un gran esfuerzo para dar a conocer la marca ///API. Hoy es notoria. Ya somos una referencia en cuanto a calidad de servicio. Se nos reconocen unos valores: formación, titulación, calidad, solvencia y seguridad. La sociedad identifica esos valores con los suyos. Y por fin conseguiremos que nuestra marca ///API sea un símbolo. Pero no es suficiente con transmitir toda esa imagen, cultura y valores a la sociedad, es necesario también transmitirlo internamente entre nuestros compañeros, colaboradores y empleados. Y en ello solicito el esfuerzo de todos y cada uno de nosotros.

Tenemos un gran Tesoro. Debemos apreciarlo, cuidarlo y potenciarlo.