



MEDIACIÓN

## Javier Villar (Summa): “Aplicar la inteligencia artificial es imprescindible en la mediación”

Redacción | 1 de febrero de 2021



Javier Villar es el nuevo director de Operaciones Digitales de Summa. Desde la entidad se destaca que, “tras su paso por multinacionales como director de transformación y excelencia operacional y buen conocedor del seguro por su puesto de director de Operaciones en Groupama Plus Ultra durante un lustro, su incorporación en Summa es un paso más en la estrategia tecnológica de la correduría”. Y se resalta que “una vez desarrollada la plataforma tecnológica interna que ha impulsado la productividad y control del negocio, es el momento de invertir en todo aquello que mejora la experiencia del cliente en su relación con el corredor. Ahí la voluntad de la dirección de Summa es inquebrantable”.

“Hay gran excitación sobre las oportunidades tecnológicas que nos brindan la inteligencia artificial, el Big Data y la robótica aplicada a la mediación de seguros. Pero para que sea operativa, el enfoque a personas, especialmente a Clientes, junto con el modelo y procedimientos operativos son aspectos que deben haber sido trabajados anteriormente. El trabajo realizado en Summa en los últimos años nos permite dar este paso”, señala Javier Villar. Del mismo modo, añade: “Nuestro compromiso es ir un paso por delante. No podemos conformarnos con observar lo que están haciendo otros competidores ajenos al sector. Nosotros conocemos el seguro, conocemos la distribución, los productos y los clientes. Pero es necesario invertir fuertemente en todo aquello que cada día más valora el cliente. Nuestra forma de relacionarnos con ellos ha cambiado en los últimos años y prevemos que cambiara incluso más radicalmente en los próximos”.

Por su parte, Begoña Larrea, directora general de Summa, destaca que “nuestra inversión y claro mensaje es que vamos a invertir fuertemente en facilitar el desarrollo de las ventas y la inteligencia comercial para todos nuestros asociados, dentro de este modelo híbrido de ventas que denominamos digilógico: seguimos siendo asesores personales, pero utilizamos lo digital para reforzar nuestra posición con el cliente y ser más productivos y polivalentes”. Y subraya: “Sin tecnología ni hay futuro, ni hay negocio”.

“Toda una declaración de intenciones que refuerzan la posición de Summa como uno de los corredores que mejor integran lo insurtech con lo tradicional en Europa y lo ponen al servicio de la mediación para competir juntos dentro del modelo de coparticipación”, se concluye desde la entidad.