



MEDIACIÓN / NEWS

Acrisure/Summa celebra su convención creciendo orgánicamente por encima del 20%

Redacción

16 de octubre de 2024

X Post

SHARE



Acrisure/Summa celebra su **convención comercial** en Madrid. **Reale** ha sido esta vez el anfitrión que ha acogido a los directivos y gerentes delegados de la correduría. La reunión ha servido para **presentar los resultados de ventas y evolución del negocio**. «Unos resultados extraordinarios debidos en gran medida al método único de trabajo que tiene implantada la correduría en sus más de cien oficinas, soportado por su plataforma digital», han destacado.

Igualmente el acto sirvió para presentar las **novedades en inteligencia artificial** ya disponibles para la organización y que, en palabras de Acrisure/Summa, son «la punta del iceberg de lo que se está trabajando en el Grupo y que en breve se implantarán en las oficinas».

Para la correduría, el enfoque de Acrisure es «realmente diferente, combinando lo mejor de la inteligencia humana y la inteligencia artificial para entender y reaccionar a las necesidades cambiantes de cada cliente en cada momento. Éste, es el diseño centrado en el cliente que permite empoderar las capacidades de las personas apoyadas en la tecnología de análisis de datos, mejorando significativamente el servicio que se les da como brokers de seguros. Y así crecer exponencialmente», declaran.

“Seguimos siendo fieles a nuestro propósito. Crecer de forma sostenible y saludable, innovando tanto en los procedimientos, como en la tecnología y los productos. Compartiendo todos estos recursos con mediadores que se quieran sumar a este proyecto sin parangón, siendo la correduría de más rápido crecimiento de la historia del seguro”, indicó **Begoña Larrea**, directora general de la correduría. “Cuando uno sabe dónde va, no encuentra viento desfavorable ni límites para conseguirlo. Sabemos dónde vamos”, añade.

Por su parte, **Óscar Rincón**, director comercial de Acrisure/Summa, afirmó “**crecer orgánicamente 4 veces por encima del mercado** significa que el método Summa de ventas funciona. No es fácil crecer en nuevos clientes y nuevas pólizas muy por encima del mercado, mucho menos incrementar la **nueva producción en más de un 30%**” indicó.