

## Estudio de caso



## Allianz Benelux

## Para la gran aseguradora Allianz Benelux, los grafos son el núcleo de su estrategia de datos, posicionándola para el futuro y permitiéndole estar verdaderamente centrada en el cliente

**INDUSTRIA**

Seguros

**CASO DE USO**

Centralidad del cliente

**OBJETIVO**

Analizar los entornos de riesgo actuales y futuros para mejorar el servicio al cliente

**RETO**

Las soluciones analíticas de datos relacionales eran demasiado limitadas y requerían demasiados recursos informáticos

**SOLUCIÓN**

La base de datos de grafos de Neo4j para proporcionar una vista de datos vinculados del cliente

**RESULTADO**

- Identificación de unos 2 millones de euros de valor de negocio desde que Neo4j entró en funcionamiento a principios de 2018
- Fortalecimiento de la calidad de la cartera de clientes en general como resultado de la prevención de actividades perjudiciales o fraudulentas

Los clientes de Allianz Benelux, filial del gigante de los seguros Allianz valorado en 130 000 millones de euros, saben que están en primer lugar gracias a un cambio estratégico de la empresa hacia los grafos. Con Neo4j, Allianz Benelux obtiene una visión completa de 360 grados de sus clientes. Así todo está preparado para añadir un valor increíble para sus clientes y, al mismo tiempo, ahorrar dinero para la empresa al evitar costosas ineficiencias mediante la detección inteligente de fraudes.

**La empresa**

Con más de 2000 empleados, Allianz Benelux es una verdadera organización transfronteriza que sirve a los tres países: Bélgica, Holanda y Luxemburgo. Allianz Benelux ofrece soluciones de seguros en todos los ámbitos, desde la propiedad y los accidentes hasta la vida y la salud, en un mercado predominantemente mediado por corredores.

**El reto**

Una de las operaciones de datos más exitosas del Grupo Allianz es la oficina de datos de Allianz Benelux. Allianz Benelux tiene una facturación anual estimada de 4000 millones de euros. Sin embargo, tras haber pasado por una larga serie de fusiones y adquisiciones, sus datos sobre los clientes se han vuelto dispersos e incompletos, situación que puede dar lugar a ineficiencias operacionales y a un servicio de atención al cliente ineficaz.

Como dice el director de datos y análisis de la empresa, Sudaman Thoppan Mohanchandralal, "Necesitamos asegurar a los clientes contra el riesgo, no sólo hoy sino en el futuro. Solo podemos hacerlo teniendo una visión completa del entorno de riesgo y con la capacidad de predecirlo para nuestros clientes".

El Dr. Jan Doumen, director de la Escuela de Experiencia de la oficina de datos, y líder del tema estratégico de Información y Perspectivas de Clientes y Corredores, añade: "La mejor manera de entender a sus clientes y los riesgos a los que se exponen diariamente es almacenándolos, analizándolos y visualizándolos a través de datos conectados. La tecnología de grafos lo hace a escala, lo que significa que ya no tenemos que depender solo de tecnologías relacionales tradicionales altamente exigentes".

Por ejemplo, como aseguradora verdaderamente centrada en el cliente, Allianz adopta una postura de tolerancia cero frente al fraude. Históricamente, crear visualizaciones internas de comportamientos sospechosos con tecnología relacional había sido demasiado exigente. Las medidas contra el fraude, como el rastreo de redes, eran simplemente demasiado difíciles de crear en una base de datos relacional. Sudaman llama a este ineficiente proceso un enfoque "2 por 2", en el que las tablas del estilo de la base de datos SQL con filas y columnas no ofrecen intrínsecamente las profundas conexiones de datos contextuales que requiere la detección y prevención del fraude. No les permite extraer información contextual y relacional.

Las tecnologías de grafos permiten detectar actividades potencialmente fraudulentas en el ecosistema de Allianz ya que revelan visualmente las conexiones ilícitas ocultas del defraudador. La incorporación de todos los datos de los clientes en una base de datos de grafos también permite a Allianz Benelux desvelar las verdaderas exposiciones al riesgo y detectar los riesgos no cubiertos o las coberturas superpuestas, en particular en el contexto del automóvil o del hogar.

**La estrategia**

Una de las principales razones por las que a Allianz Benelux le gustan los grafos es que reflejan la forma en que los humanos abordan los problemas, ya que inconscientemente pensamos y dibujamos estructuras similares a los grafos para resolver los problemas. Tanto Sudaman como Jan están convencidos de que los grafos son la condición sine qua non para el análisis de datos en organizaciones basadas en datos y que, sumados a los almacenes de datos tradicionales,

## Estudio de caso



"En el transcurso de dos años, se identificaron 2 millones de euros de valor de beneficio operacional. Este valor está incluso subestimado estructuralmente".

– *Sudaman Thoppan*  
*Mohanchandralal,*  
*Chief Data and Analytics Officer,*  
*Allianz Benelux*



– *Dr. Jan Doumen,*  
*Head of the School of Expertise*  
*of the Data Office /*  
*Theme Lead for Customer &*  
*Broker Information and Insights,*  
*Allianz Benelux*

cambiarán fundamentalmente la forma en que manejamos y aprendemos de los datos. Las técnicas tradicionales de almacenamiento y procesamiento de datos no les proporcionan la información contextual y relacional en la que reside su ventaja competitiva.

"Estábamos convencidos de que la tecnología de bases de datos de grafos nos permitiría crear estructuras de datos complejas y ricas", afirma Sudaman. "No solo una base de datos de grafos facilitaría el trabajo de nuestros científicos y analistas de datos, sino que también ayudaría a los compañeros de negocios y operaciones a acceder y comprender fácilmente los conocimientos basados en grafos".

"Es la combinación de la información de clientes en los múltiples nodos y conexiones y las posibilidades de búsqueda mucho más eficientes que provienen de la tecnología de grafos lo que creímos que revolucionaría la forma en que nuestro negocio interno maneja los riesgos de los clientes", añade Jan. "También es la extracción de información contextual y relacional, que no es posible de otra manera, lo que interesará a nuestro negocio", dice Sudaman.

### La solución

Después de una extensa evaluación del mercado, Allianz Benelux decidió hacer de Neo4j su principal plataforma de grafos, debido a su escalabilidad, elasticidad, disponibilidad empresarial y dominio del mercado.

"Quedamos impresionados con la sólida teoría de grafos que sustenta el producto", confirma Sudaman. "También vimos pronto que era el único software de grafos de calidad empresarial que podíamos encontrar en el mercado".

"Cuando mostramos a nuestros compañeros esta forma de Neo4j para discutir los problemas basada en grafos, ellos apreciaron de inmediato el valor y casi instantáneamente la aprobaron", añade Jan.

Jan describe la ayuda que ofrece Neo4j. "Cuando tratas de pensar en tu cliente, si empiezas con su ubicación y su casa, la dirección en la que vive y las otras personas que parecen vivir también en esa dirección, empiezas a crear rápidamente una imagen del tipo de relaciones que esta persona en particular tiene con otras personas".

"Cuando pudimos llegar a un nivel con Neo4j para mostrar a los compañeros esta vista de 360 grados de un cliente, fue mucho más fácil para ellos entenderlo que a través de una tabla con filas y columnas. Esto, obviamente, les permitirá personalizar sus servicios hacia nuestros clientes".

### Los resultados

Tras una exitosa prueba de concepto inicial, Allianz Benelux ha adoptado rápidamente esta nueva y poderosa forma de asegurar el futuro de sus clientes.

Ese éxito ha dado lugar a beneficios comerciales inmediatos: "En el transcurso de dos años, se identificaron 2 millones de euros de valor de beneficio operacional. Este valor está incluso subestimado estructuralmente", confirman Sudaman y Jan. Este impacto rápido y positivo se atribuye a la forma en que los grafos hacen que los sistemas existentes de Allianz Benelux sean más eficientes, así como a la ayuda en el escrutinio interno de las complejas y divergentes conexiones de datos.

"Podemos prever muchos más usos para los grafos aquí", señala Sudaman. "Eso incluye la búsqueda de datos y la contextualización para la relevancia empresarial, así como un motor analítico para ayudar a resolver los problemas de los clientes en Allianz".

Resumiendo el impacto de trabajar con Neo4j, para Jan, "Hemos ampliado la visión de nuestros clientes más allá de las pólizas normales, incluidos corredores, sujetos de seguros y reclamaciones. Podemos detectar fácilmente a los clientes que tienen pólizas con diferentes corredores y saber por qué es así, podemos ver a los clientes trasladando gradualmente sus pólizas de un corredor a otro, y podemos detectar a los sujetos que aparecen en múltiples pólizas. Podemos ver individuos que aparecen en múltiples reclamaciones (a primera vista no relacionadas), y finalmente estamos pasando del análisis descriptivo al análisis genuinamente predictivo".

Los próximos pasos con Neo4j en el centro de Allianz Benelux, predice Sudaman, serán una mayor "industrialización" de más procesos centrales con bases de datos de grafos combinadas con el aprendizaje automático.

Neo4j es el líder en tecnología de base de datos de grafos. Siendo la base de datos de grafos más utilizada en el mundo, ayudamos a marcas globales - que incluyen [Comcast](#), [NASA](#), [JBS](#) y [Volvo Cars](#) - a revelar y predecir como las personas, procesos y sistemas se interrelacionan. Usando el enfoque en las relaciones, aplicaciones desarrolladas usando Neo4j afrontan problemas de conexión de datos tales como [análisis e inteligencia de datos](#), [detección de fraude](#), [recomendaciones en tiempo real](#) y [grafos de conocimiento](#). Más información en [neo4j.com](#).

¿Tiene preguntas sobre Neo4j?

Contacte con nosotros  
 en todo el mundo:  
[info@neo4j.com](mailto:info@neo4j.com)  
[neo4j.com/contact-us](https://neo4j.com/contact-us)