

Informe anual sobre el estado de la digitalización hipotecaria en la banca española

Noviembre 2024

Laura Martínez Álvarez

Departamento de Comunicación
comunicacion@iahorrotechnologies.com

T +34 686 688 757

C/ General Ramírez de Madrid, 8, Planta 1
28020, Madrid

Índice

1. ¿Qué es HaaS?	pág. 3
2. Estado general de la digitalización hipotecaria en los bancos españoles	pág. 4
• Introducción	pág. 4
• Captación y cualificación digital del usuario hipotecario	pág. 6
• Gestión de la documentación del usuario hipotecario	pág. 8
• Comunicaciones transaccionales y acompañamiento del usuario hipotecario	pág. 11
3. Metodología	pág. 13
4. Conclusiones	pág. 14

1. ¿Qué es HaaS?

Hipoteca as a Service (HaaS) es la solución integral de iAhorro Technologies para la digitalización completa del journey hipotecario de las entidades bancarias españolas.

Es una plataforma hipotecaria que cubre el proceso hipotecario del banco de principio a fin, combinada con servicios transversales de excelencia, para la gestión de los propios leads de la entidad.

La plataforma hipotecaria está dividida en módulos plug and play, llamados 'Tech Solutions', con el objetivo de facilitar su integración tecnológica en los sistemas de la entidad. Cada uno de estos módulos se centra en digitalizar una parte del proceso:

- **Cualificación** del usuario.
- Obtención, digitalización y validación de la **documentación** personal, laboral y económica del usuario.
- Automatización de la solicitud de la **nota simple** y petición, seguimiento y recepción de la **tasación**.
- **Pre-firma y firma** del préstamo hipotecario.
- **Post-firma** del préstamo hipotecario.

Así, los módulos solventan los principales puntos de dolor y necesidades de negocio que las entidades tienen identificados en cada etapa del funnel.

Además, Hipoteca as a Service ofrece a la entidad una serie de servicios transversales:

- **El tutor único:** se asigna un experto hipotecario multidisciplinar a cada uno de los clientes del banco que solicita una hipoteca, para acompañarlos de manera personalizada durante todo el proceso.

- **El área de usuario:** se pone a disposición de los clientes de la entidad un área de usuario, en la que podrán subir su documentación y realizar un seguimiento end-to-end de su operación hipotecaria.
- **El Client Data Center:** la entidad dispondrá de un dashboard de data, que le ofrecerá visibilidad al detalle y métricas de todas sus operativas, con el que sacar partido al valor del data que genera en sus operaciones.

Hipoteca as a Service está en constante evolución y cuenta con una amplia hoja de ruta tecnológica, con el objetivo de actualizarse a las continuas necesidades de los bancos españoles.

Sobre iAhorro Technologies

iAhorro Technologies nace como una división B2B de iAhorro Tan Fácil, que cuenta con una destacada trayectoria de casi dos décadas en asesoramiento hipotecario. Paralelamente, su empresa matriz, Grupo BC, líder en la formalización de hipotecas, y que cuenta con una trayectoria de más de 50 años, ha desarrollado avanzada tecnología propia para el mercado hipotecario. En 2021, Grupo BC fue adquirido por el fondo Silver Lake, líder mundial en inversión tecnológica.

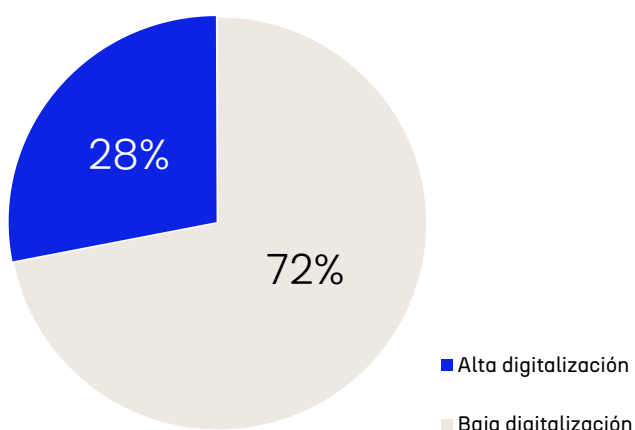
La unión de todas estas piezas ha impulsado la creación de iAhorro Technologies y de la Hipoteca as a Service: un engranaje único de soluciones tecnológicas hipotecarias, pioneras en el mercado español, con las que trasladar la digitalización hipotecaria de principio a fin a las entidades bancarias españolas.

2. Estado general de la digitalización hipotecaria en los bancos españoles

La digitalización hipotecaria es todavía una asignatura pendiente en la banca de nuestro país. En la actualidad, tan solo **el 28% de las entidades bancarias españolas** cuenta con un **alto grado de digitalización en sus procesos hipotecarios**. En concreto, únicamente 7 de los 25 principales bancos del país cuentan, en 2024, con herramientas y tecnologías aplicados a sus procesos hipotecarios que se adapten, en cierta medida, a la digitalización que los usuarios esperan hoy en día de su experiencia hipotecaria.

En el año anterior, **2023**, eran 6 las entidades que ya contaban con un grado alto de digitalización hipotecaria (un **24% de la banca española**). Es decir, en el último año, únicamente una entidad en nuestro país ha adoptado soluciones tecnológicas en sus procesos hipotecarios relevantes, como para poder haber alcanzado un alto grado de digitalización en este ámbito.

Nivel de digitalización hipotecaria en las entidades españolas (2024)

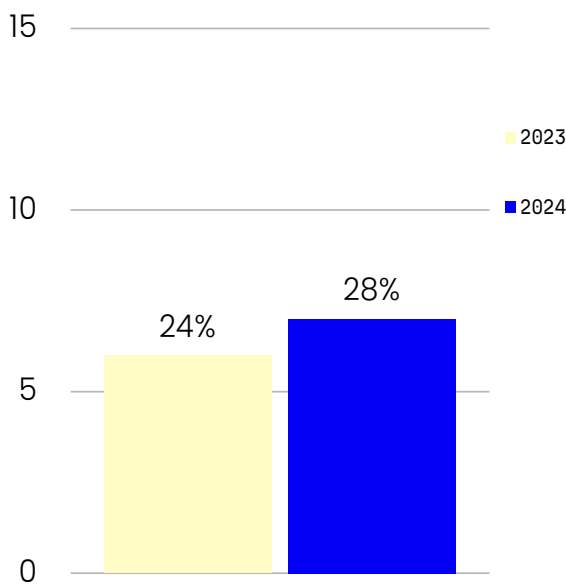


Según el informe 'Digital Banking Maturity' de Deloitte, adoptar una hipoteca digital end-to-end (es decir, que permita a los usuarios solicitar y gestionar su hipoteca de una manera 100% online) se encuentra como la principal acción que los bancos de nuestro país deben seguir desarrollando para reforzar su posicionamiento en los próximos años.

"A pesar de que observamos un leve incremento en el número de bancos que han adoptado tecnologías avanzadas en sus procesos hipotecarios, el progreso es todavía insuficiente", explica Marcel Beyer, CEO de iAhorro Technologies. "Este ritmo de adopción tecnológica es lento y no responde a las expectativas de los usuarios, quienes demandan experiencias hipotecarias más ágiles, eficientes y, sobre todo, adaptadas a la era digital", prosigue.

Además, cabe destacar que únicamente **el 20% de los bancos y entidades** en nuestro país han implementado alguna **tecnología y/o herramienta nueva en el último año**, con el objetivo de actualizar sus procesos hipotecarios. "Es decir, cuatro de cada cinco entidades (el 80% restante) no han actualizado ningún punto de sus procesos hipotecarios en favor de esta digitalización", se lamenta Beyer. "Esta falta de actualización digital hipotecaria de la mayoría de las entidades bancarias refleja una resistencia al cambio por su parte, que puede tener consecuencias significativas en términos de competitividad", prosigue.

Alta digitalización hipotecaria en las entidades españolas: 2024 vs. 2023



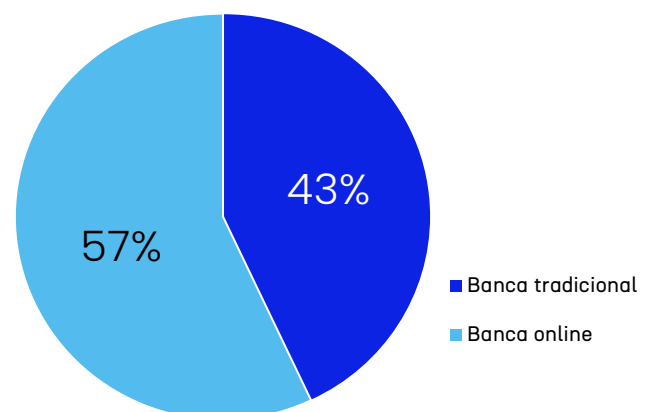
Si diferenciamos entre banca tradicional, cajas de ahorros, banca online y neobancos, nos encontramos con que la digitalización se concentra, principalmente, en la banca online y en la banca tradicional. En concreto, el **57% de las entidades** que en 2024 ya cuentan con un **alto grado de digitalización hipotecaria son bancos online**; y el 43% restante pertenece a la categoría de los bancos tradicionales. “Los bancos online están diseñados, desde sus inicios, para operar en un entorno plena o mayoritariamente digital. Por tanto, cuentan con una ventaja inherente en la implementación de tecnologías avanzadas, son ágiles y se adaptan más rápidamente que otros grupos a las expectativas digitales de los usuarios”, analiza el CEO de iAhorro Technologies.

Por su parte, la banca tradicional también ha comenzado a avanzar en esta dirección, aunque a un ritmo algo más lento. “En general, la mayoría de la banca ya cuenta con la digitalización hipotecaria en su hoja de ruta. En el caso de los bancos tradicionales, sus mayores retos son, en primer lugar, las tecnologías e infraestructuras heredadas; en segundo lugar, sus procesos más robustos y complejos”, continúa Beyer. “Ambas variables ralentizan, sin duda, su capacidad de innovación. Sin embargo,

ya están haciendo importantes esfuerzos por modernizar sus servicios (también los hipotecarios) y así mejorar su competitividad en el mercado: son conscientes de la necesidad de hacerlo para no quedarse atrás”, prosigue el CEO de iAhorro Technologies.

Por su parte, **las cajas de ahorros y los neobancos** muestran un **menor grado de digitalización en sus procesos hipotecarios**, dado que ninguna entidad en ninguno de estos dos grupos cuenta, en 2024, con un elevado grado de digitalización. “Son quienes todavía tienen un camino más largo por recorrer para alcanzar los niveles esperados. En primer lugar, las cajas de ahorros suelen contar con estructuras e infraestructuras más conservadoras, y dedican menos recursos a la innovación tecnológica, por lo que han tenido dificultades para avanzar al mismo ritmo que otros grupos”, explica Beyer. “Por su parte, los neobancos, aunque son entidades modernas y digitales, aún están en fases tempranas de desarrollo de sus productos hipotecarios. Por esta razón, aún no han alcanzado el mismo nivel de sofisticación en sus procesos como sus contrapartes más establecidas en el mercado”, concluye.

Distribución de la alta digitalización hipotecaria por tipo de entidad (2024)



Ningún neobanco ni ninguna caja de ahorros se encuentra entre las entidades altamente digitalizadas en materia hipotecaria en 2024.

2.1. Captación y cualificación digital del usuario hipotecario

En la actualidad, la mayor parte de las entidades en nuestro país ya están centrando sus esfuerzos en digitalizar, en mayor o menor medida, la parte más inicial de sus procesos hipotecarios. Es decir, todo lo referente a la captación digital y a la cualificación de los usuarios que buscan solicitar una hipoteca y que establecen ese primer contacto con el banco a través de su página web. De hecho, **la mayoría de los bancos en España únicamente han digitalizado esta primera parte** del viaje hipotecario del usuario, mientras que las siguientes etapas del proceso (la gestión documental, la tasación, la firma y la post-firma del préstamo hipotecario) han sido digitalizadas, hasta el momento, de una manera mucho más residual.

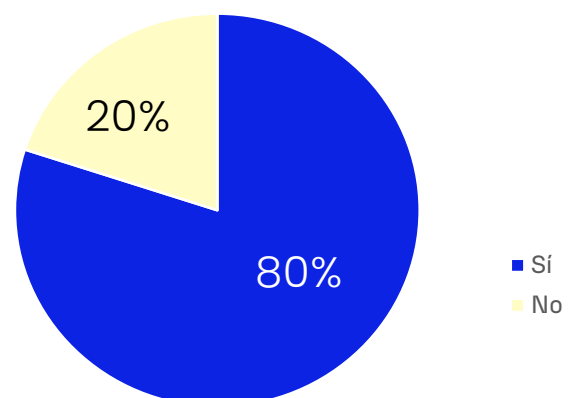
“La primera impresión, aunque no siempre sea la acertada, es extremadamente importante”, apunta Marcel Beyer. “Por ello, una experiencia hipotecaria positiva y bien gestionada desde el principio va a aumentar las probabilidades de que ese usuario elija quedarse con la entidad para contratar su préstamo hipotecario, de mantener la relación a largo plazo e incluso de contar con la entidad para otros productos financieros”, añade.

En este sentido, a día de hoy, la totalidad de los bancos españoles (**100%**) cuentan con un **formulario de contacto digital** que permite al usuario establecer esa primera toma de contacto con la entidad para solicitar información. “Nos encontramos en un mercado hipotecario altamente competitivo, en el que los bancos han entendido la necesidad de captar y retener a los usuarios desde el primer momento; sobre todo, si quieren maximizar su rentabilidad y mantener esta competitividad a largo plazo”, continúa el CEO de iAhorro Technologies.

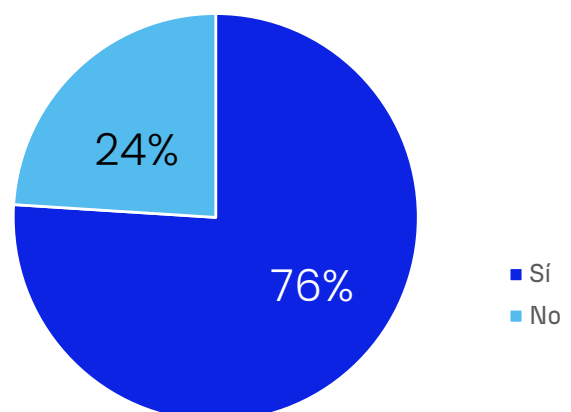
Sin embargo, la cifra se reduce hasta el **80%** en el caso de aquellas entidades que cuentan con un **simulador de cuota fija o un simulador**

de cuota variable, y hasta el **76%** en el caso de las que ofrecen a los usuarios un **simulador de cuota mixta** a través de su página web. “Los simuladores son herramientas fundamentales para que los usuarios puedan tener una idea inicial de las condiciones y de las cuotas de su futura hipoteca”, explica Beyer. “Sin embargo, la falta de disponibilidad de simuladores, en mayor medida de cuota mixta, en una parte destacada de los bancos nos enseña que aún queda camino por recorrer para ofrecer a los usuarios una experiencia hipotecaria digital plenamente satisfactoria”. Un simulador de cuota mixta permite al usuario evaluar una combinación de tipos de interés fijos y variables en su hipoteca, lo que proporciona una mayor flexibilidad y adaptación a las necesidades específicas de cada cliente.

Porcentaje de entidades que cuentan con un simulador de cuota fija o de cuota variable



Porcentaje de entidades que cuentan con un simulador de cuota mixta



La cifra continúa reduciéndose en el caso de las entidades que ofrecen a los usuarios digitales la posibilidad de **personalizar estas primeras ofertas hipotecarias con vinculaciones** (es decir, contratando productos adicionales, como pueden ser los seguros, a cambio de una rebaja en la cuota). Tan solo la mitad de los bancos del país, **el 52%**, ofrece esta opción de manera digital a los usuarios. “De esta manera, en casi uno de cada dos bancos, no podemos conocer, desde un primer momento, cuál o cuáles son las opciones de hipoteca a las que realmente podemos acceder: en este entorno online, estaremos recibiendo únicamente una oferta genérica por su parte”, prosigue el CEO de iAhorro Technologies.

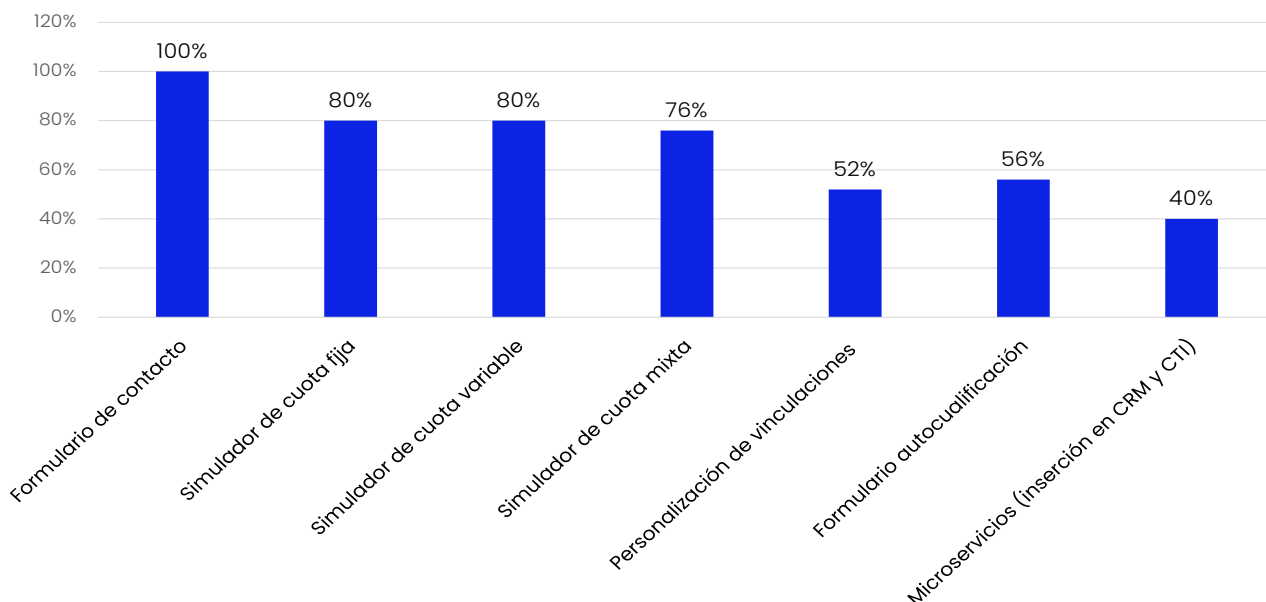
Sin embargo, los usuarios cada vez valoran más, junto a la digitalización y la agilidad, la personalización. Por ejemplo, según el informe ‘Pulse Check’ de la consultora Accenture, el 83% de los consumidores están dispuestos a compartir sus datos para permitir una experiencia personalizada por parte del proveedor de un servicio. “En hasta la mitad de los bancos españoles, la experiencia hipotecaria digital podría mejorarse de una manera muy sencilla, añadiendo esta opción de personalización con vinculaciones en su

página web. La personalización es una manera de enriquecer la experiencia general del usuario, lo que puede ayudar al banco a aumentar las tasas de retención de sus clientes”, prosigue Beyer.

Además, en seis de cada diez entidades, **el contacto digital con el usuario se rompe tras el cálculo o simulación de la cuota** u opciones de cuota hipotecaria, con o sin vinculaciones. En la actualidad, únicamente **el 56%** de la banca española dispone de un **formulario de autocualificación**; es decir, de un cuestionario algo más extenso y detallado que permita al usuario seguir avanzando digitalmente en su proceso hipotecario. “En casi la mitad de los bancos, tras enviar el formulario de contacto, el usuario ha de acudir a una oficina o cualificarse manteniendo una conversación telefónica con un experto, sin posibilidad de hacerlo a través de opciones digitales. Es una situación preocupante”, lamenta Beyer.

La captación del usuario es un punto crítico para el banco por varios motivos. “Primero, porque le permite recopilar información valiosa de cada usuario que, después, puede utilizarse para personalizar las ofertas, algo imprescindible para los usuarios a día de hoy, como comentábamos anteriormente”, añade

Porcentaje de adopción de las tecnologías de captación y cualificación digital del usuario entre la banca española



Beyer. “Pero el cliente hipotecario ya no solo busca una hipoteca personalizada, sino también una experiencia rápida, un proceso ágil y sin complicaciones. El formulario online de autocualificación puede ayudar al banco a cumplir con todas estas expectativas del usuario, a través de una rápida evaluación inicial”, continúa el CEO de iAhorro Technologies.

Además, el banco puede hacer uso de esta información para analizar, desde el primer momento y de manera automática, la capacidad económico-financiera de dicho usuario para obtener un préstamo hipotecario. “En este sentido, en iAhorro Technologies ofrecemos un **formulario de autocualificación** a las entidades, que pueden integrar en su página web y que los usuarios han de completar para que el banco pueda ofrecerles una primera simulación de sus ofertas hipotecarias. Aunque el formulario puede contar con hasta **40 campos personalizables**, está creado para que el usuario no tarde más de un par de minutos en autocualificarse”, explica Beyer.

El formulario de autocualificación ofrece al banco, además, la posibilidad de insertar los datos obtenidos en un CRM, con el objetivo de que el seguimiento posterior sea más efectivo. No obstante, en la actualidad, únicamente **el 40% de las entidades bancarias** del país **inserta automática y digitalmente los datos de estos usuarios no-clientes** que solicitan una hipoteca **en un CRM interno y centralizado** de la entidad. De esta manera, la gestión depende de cada sucursal o de cada gestor hipotecario en concreto. “Esto conlleva, principalmente, dos peligros: primero, que la información pueda

perderse; segundo, que pueda duplicarse. Si, por ejemplo, el usuario solicita información de manera online y después decide acudir a una sucursal bancaria, probablemente deba volver a facilitar sus datos personales. De esta manera, existe aún un gran margen de mejora en la gestión de leads por parte de la entidad”, concluye Beyer.

2.2. Gestión de la documentación del usuario hipotecario

De manera general, al menos la mitad de los bancos españoles han implementado ya diferentes herramientas y tecnologías, con más o menos desarrollo, con el objetivo de digitalizar la parte más alta de su funnel hipotecario, como pueden ser calculadoras, simuladores de cuota o formularios de contacto o autocualificación. En algunos casos, como el formulario de contacto, la totalidad de la banca española cuenta ya con esta opción en su página web.

Sin embargo, el número de entidades que han hecho lo propio en la siguiente fase del proceso hipotecario **se reduce sustancialmente**. Esta segunda fase es la referente a la obtención y a la gestión de la documentación hipotecaria del usuario. Es decir, en este punto del proceso, el usuario ha de recabar y entregar al banco todos los documentos necesarios para continuar con su operación hipotecaria, que le permitan identificarse y demostrar su solvencia financiera ante la entidad. “La tecnología necesaria para digitalizar esta parte del proceso, por lo general, requiere de un **mayor esfuerzo en el desarrollo, o en la implementación o integración** en los



La fase de obtención y gestión de la documentación requiere de un mayor nivel de esfuerzo tecnológico. Esto explica que el porcentaje de adopción entre la banca sea menor

sistemas de la entidad: hablamos de herramientas de descarga automática de documentación, de la validación automatizada de documentos, la firma electrónica...” explica Marcel Beyer. “Esto explica que el porcentaje de adopción sea, de manera generalizada, menor”.

En este sentido, apenas un tercio de las entidades (**un 32%**) cuenta con un **área que permita a sus usuarios subir su documentación de índole personal, económico-financiera y laboral**, necesaria para avanzar en la solicitud hipotecaria. “Implementar este tipo de áreas de usuario no solo beneficia al cliente, sino también a la propia entidad, que tendrá toda la información y documentación del usuario centralizada en un mismo lugar. Ambos podrán consultarla siempre que la necesiten”, prosigue el CEO de iAhorro Technologies.

“En la actualidad, la mayor parte de la banca española sigue operando de una manera rudimentaria, y el usuario solo puede hacer llegar al banco su documentación mediante **entrega en la sucursal, o a través del correo electrónico**. Posteriormente, esta documentación es también enviada por correo electrónico entre los diferentes departamentos involucrados en esta parte del proceso, para su verificación y detección de riesgos”, continúa Beyer. Una metodología ineficiente, lenta, y que incrementa el riesgo de pérdida de los documentos y de cometer errores humanos. Además, implica una gran carga operativa para los empleados del banco, que deben manejar manualmente grandes volúmenes de información. “Esta falta de digitalización, evidentemente, retrasa la consecución del préstamo hipotecario. Pero no solo eso, sino que también afecta a la satisfacción de un usuario que espera de su banco procesos más ágiles y eficientes que los que se le ofrecen a día de hoy”, añade Beyer.

En este sentido, la recopilación de los documentos por parte del usuario se realiza,

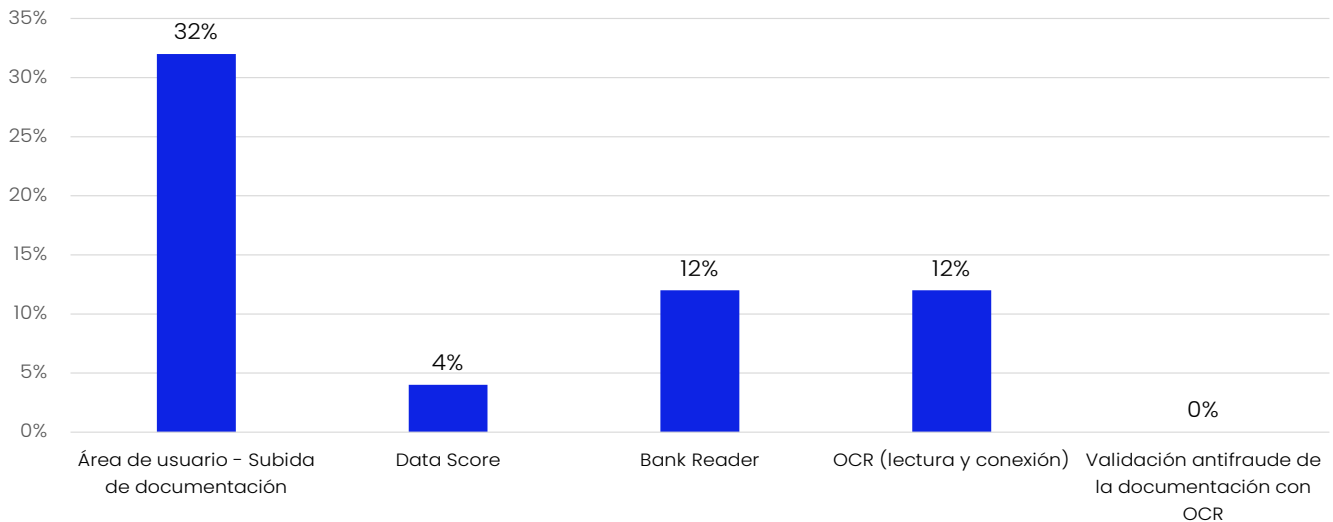
32%

de los bancos ofrecen un área a sus usuarios para subir la documentación de su proceso hipotecario

también, de una manera mayoritariamente manual. Tan solo una pequeña parte de la banca española ofrece a sus usuarios la posibilidad de **descargarse la documentación necesaria para su hipoteca de manera autónoma y automática** desde la propia página web de la entidad. En concreto, el porcentaje se sitúa en el **4%** en el caso de la documentación laboral y económica procedente de las **Administraciones Públicas (Agencia Tributaria y Seguridad Social)**, como pueden ser la declaración de la renta o la vida laboral; y en el **12%** en el caso de la documentación económica procedente de **otras entidades bancarias**, como pueden ser los últimos movimientos bancarios, que se pueden obtener desde la cuenta bancaria de la entidad que el usuario utilice habitualmente.

“Al descargarse de fuentes oficiales, el banco se garantiza que la documentación aportada por el usuario sea veraz y auténtica. Es un primer filtro que ya permite **reducir significativamente el riesgo de fraude** por parte de los usuarios, y que mejora la eficiencia del proceso de verificación de datos”, prosigue el CEO de iAhorro Technologies. Esta automatización también libera ciertos recursos internos del banco, permitiendo que los empleados se dediquen a tareas de mayor valor añadido. “Por estas razones, iAhorro Technologies también ofrece, dentro de su Hipoteca as a Service, dos herramientas de descarga documental automatizada: Data Score y Bank Reader.

Porcentaje de adopción de las tecnologías de gestión de la documentación hipotecaria del usuario entre la banca española



En la actualidad, podemos afirmar que **9 de cada 10 personas** que hacen uso de nuestra herramienta Data Score **terminan completando su dossier documental**, frente al 52% en el caso de quienes no usan esta herramienta”, comenta Beyer.

Por otro lado, tan solo **el 12%** de los bancos españoles cuentan con **reconocimiento óptico de caracteres (OCR)** aplicado a sus procesos hipotecarios. El OCR es una herramienta capaz de leer los datos de los documentos de los usuarios y convertir la información en datos estructurados; es decir, en datos organizados en un formato específico y estandarizado. “Esta herramienta ayuda en la gestión documental porque, gracias a la automatización, se reduce el tiempo de procesamiento de estos documentos, y a la vez minimiza los errores humanos en la introducción manual de datos. Con ello, se mejora también la precisión en la recopilación de los datos, algo esencial para el banco a la hora de evaluar el riesgo crediticio de los usuarios”, continúa el CEO de iAhorro Technologies.

Ahora bien, más allá de la lectura y la extracción de datos, el OCR también tiene aplicaciones más complejas, y las entidades pueden utilizarlo, primero, para cruzar datos entre varios documentos, buscando similitudes y

discrepancias; segundo, para verificar que los documentos son auténticos y, la información incluida en ellos, veraz. “En este sentido, es todavía más reseñable que **ninguna entidad en España cuenta, en la actualidad, con una herramienta de OCR avanzado** como la que ofrecemos en nuestra Hipoteca as a Service, que le permita validar la autenticidad de la documentación, evitando así el intento de fraude por parte del usuario”, lamenta Beyer. La validación antifraude mediante reconocimiento óptico de caracteres ayuda a detectar si un documento ha sido falsificado o manipulado a través de, por ejemplo, la lectura de los metadatos. Es decir, identificando modificaciones no autorizadas en los atributos del documento, y detectando incongruencias a través del cruce de datos entre diferentes documentos.

12%

de los bancos españoles cuentan con reconocimiento óptico de caracteres (OCR) en sus procesos hipotecarios

2.3. Comunicaciones transaccionales y acompañamiento del usuario hipotecario

El **uso del correo electrónico** a lo largo del proceso hipotecario permite a la entidad mantener una comunicación constante con los usuarios que están optando a un préstamo hipotecario, así como proporcionar un registro formal y por escrito de todas las interacciones. En la actualidad, **el 92%** de la banca española hace uso de esta herramienta para mantener el contacto con los usuarios a lo largo del proceso. “Las actualizaciones al usuario por correo electrónico pueden tratarse, por ejemplo, de novedades en el estado de su solicitud, recordatorios de documentos pendientes de entregarse, y otras citas importantes, lo que sin duda puede ayudar a reducir la incertidumbre del usuario”, explica Marcel Beyer.

No obstante, en el ecosistema de la digitalización hipotecaria, existen otras **vías más efectivas para ofrecer al cliente esta visibilidad** continua del estado de su solicitud, y además a tiempo real, proporcionándole una experiencia más transparente y confiable. “En iAhorro Technologies ofrecemos a las entidades un área

de usuario, que pueden poner a disposición de sus clientes, en donde ambas partes podrán consultar en todo momento, y de manera actualizada, el estado de la solicitud hipotecaria, así como los siguientes pasos a seguir en el proceso”, continúa el CEO de iAhorro Technologies. Esto asegura que el cliente esté siempre informado, y **evita otros riesgos derivados** del correo electrónico, como la pérdida de información -los emails pueden perderse entre otras comunicaciones, y los usuarios pueden no verlos o no actuar a tiempo-. “No obstante, el correo electrónico es una herramienta ampliamente utilizada y aceptada por prácticamente todos los grupos de usuarios en la actualidad, lo que también supone una ventaja”, matiza Beyer.

Si analizamos otros servicios de comunicación adicionales, como **los servicios de mensajería (WhatsApp o SMS) o los chatbots**, el porcentaje de entidades en nuestro país que hacen uso de ellos se reduce sustancialmente: hasta un **32% en el primer caso** (una de cada tres entidades), **y un 24% en el segundo** (una de cada cuatro). En el último año, únicamente una entidad española ha introducido un servicio de mensajería en su proceso hipotecario, mientras que otra entidad ha hecho lo propio con un servicio de chatbot. Estas herramientas ofrecen un soporte masivo



(en el caso de los chatbots, además, 24/7) y pueden manejar consultas comunes, brindar información de manera casi instantánea y guiar a los usuarios a través de las diferentes etapas de su proceso hipotecario. “Sin embargo, **fallan principalmente en la personalización**. Cuando hablamos de consultas o problemas más complejos o personalizados, la intervención humana sigue siendo esencial para garantizar la plena satisfacción del usuario,” aclara el CEO de iAhorro Technologies. “Un chatbot mal configurado puede causar incluso más frustración que beneficios, llevando al usuario a un punto muerto en el proceso de obtención de información”, añade.

En este sentido, **el 40%** de la banca española cuenta también con un **tutor único que acompaña al usuario en todas las etapas** del proceso hipotecario, y que, gracias a su expertise y a sus habilidades emocionales, puede comprender mejor las necesidades, dudas y preocupaciones específicas de cada usuario.

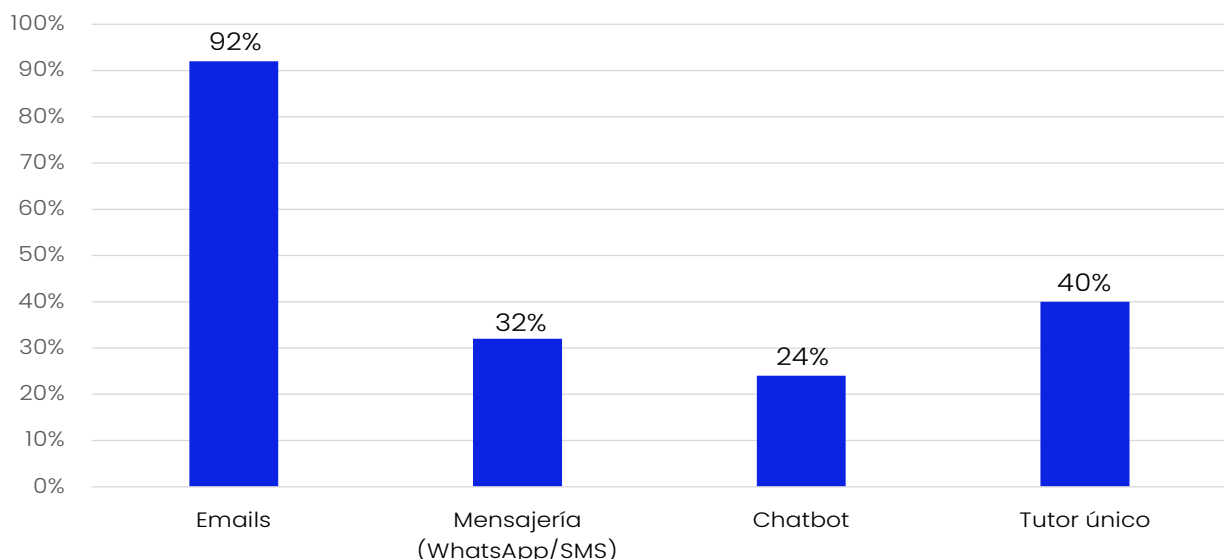
“La educación financiera de la población española, según algunos estudios, sigue estando a la cola en Europa”, analiza Beyer. En concreto, la encuesta Funcas 2023 sobre educación financiera muestra que el 36%

36%

de los españoles declara no saber lo necesario para tomar decisiones financieras adecuadas

de los españoles de entre 18 y 64 años admite no saber lo necesario para tomar decisiones financieras adecuadas. “Por esta razón, creemos que, junto a un proceso de digitalización adecuado, sigue siendo importante que los usuarios se sientan acompañados por un tutor único que les ayude en un momento de sus vidas tan importante para ellos. En iAhorro Technologies ponemos a disposición de los usuarios de la entidad un tutor hipotecario, para ayudar en este asesoramiento personalizado”, explica Beyer. “El tutor está disponible para resolver y tratar todos los asuntos que el usuario requiera a lo largo de su proceso de firma de la hipoteca, ayudándole en los aspectos más personales y emocionales en su experiencia de adquirir un préstamo hipotecario”.

Porcentaje de adopción de las comunicaciones transaccionales y acompañamiento al usuario entre la banca española



3. Metodología

Para llevar a cabo el *'Informe anual sobre el estado de la digitalización hipotecaria en la banca española'*, desde iAhorro Technologies hemos analizado **a través de la metodología Mystery Shopping** qué grado de digitalización tienen las entidades bancarias españolas en un escenario de solicitud de hipoteca, poniendo el foco en las primeras fases del *journey*.

Para poder obtener datos completos hemos realizado el *Mystery Shopping* tanto en bancos tradicionales como bancos *online*, neobancos y cajas de ahorros. Concretamente, se ha llevado a cabo el **análisis en un total de 25 entidades financieras españolas**: Abanca, Arquia, Banco Cooperativo Español, Bankinter, BBVA, Caixa-bank, Caixa Popular, Cajamar, Caja Rural del Sur, Cajasur, Deutschebank, EVO Banco, Globalcaja, Ibercaja, ING, Kutxabank, Laboral Kutxa, Myinvestor, Openbank, Pibank, Banco Sabadell, Banco Santander, Targobank (el análisis se realizó antes de que se produjera su integración completa con Abanca), Unión de Créditos Inmobiliarios (UCI) y Unicaja.

En todas ellas hemos recabado información acerca de cómo es el proceso que debería completar un usuario, **desde la búsqueda de información sobre hipotecas hasta el paso más cercano posible a la firma del préstamo**. Entre los criterios analizados están el *site* de la entidad (si existe un área de hipotecas y si se puede comenzar el proceso de solicitud de hipoteca a través de la web), los servicios (hasta

dónde podemos llegar en la solicitud online y qué tecnología interviene en el proceso), el tutor único (cómo es el proceso de seguimiento y asesoramiento) y la multicanalidad (qué canales tiene disponibles el usuario y en qué fases). De esta manera, dentro de la parte tecnológica diferenciamos entre:

- Simuladores de cuota
- Formulario de contacto
- Formulario de autocualificación
- Data Score
- Bank Reader
- Área de usuario
- Time line
- Tasación online

La recopilación de todos los datos se ha llevado a cabo a lo largo de un periodo de tres meses completos (entre el 1 de julio y el 30 de septiembre) y, durante el mes de octubre de 2024, hemos clasificado los datos obtenidos, además de valorarlos en función del **grado de digitalización disponible**. También hemos comparado estos resultados con las Tech Solutions que ofrece la solución digital de iAhorro Technologies para averiguar si la banca cumple o no con ellas. El grado de confianza de los resultados es >95% en todas las entidades financieras.

4. Conclusiones

1. La digitalización hipotecaria muestra un progreso global desigual, también en España.

A nivel mundial, la digitalización en el sector hipotecario ha avanzado a un ritmo más lento en comparación con otros productos y servicios bancarios, una tendencia que también se repite en España. Productos como las tarjetas de crédito y débito han sido partícipes, en mayor o menor medida, de la digitalización. Sin embargo, los bancos todavía tienen un largo camino por recorrer para alcanzar un nivel de digitalización comparable en sus procesos hipotecarios, aunque son conscientes de la necesidad de hacerlo. Por ello, el 81% de los directivos de banca declara en una encuesta de Forbes estar persiguiendo digitalizar sus procesos hipotecarios, un porcentaje que asciende hasta el 85% en el caso de los grandes bancos.

2. La preferencia por los canales digitales subraya la necesidad de transformación del sector.

La mayoría de los usuarios de servicios bancarios prefieren utilizar los canales digitales para llevar a cabo sus gestiones financieras, incluyendo la solicitud de préstamos hipotecarios. Con solo un 17% de los usuarios optando por acudir a una sucursal bancaria en lugar de utilizar opciones digitales (es decir, página web y teléfono móvil), los bancos deben adaptar sus

procesos para satisfacer las expectativas de unos clientes cada vez más digitales y demandantes de servicios online.

3. El legado tecnológico, una de las principales barreras para la innovación.

Las barreras tecnológicas, como los sistemas legados o heredados (a los que se denomina tech legacy), limitan la capacidad de las entidades financieras para adoptar nuevas tecnologías y, con ello, digitalizar sus procesos hipotecarios. Estos sistemas heredados son robustos y poco flexibles, dificultando la integración con nuevas soluciones digitales, y afectando negativamente a la eficiencia operativa y a la propia capacidad de innovación de las entidades. Algunos estudios sugieren que estos efectos negativos derivados del tech legacy se pueden ver en hasta el 40% de las empresas de nuestro país.

81%

de directivos de banca declaran estar persiguiendo digitalizar sus procesos hipotecarios



4. La resistencia cultural y la formación insuficiente también impiden la digitalización hipotecaria en España.

Las barreras ideológicas y formativas, como la resistencia al cambio y la falta de capacitación del personal bancario, también representan desafíos significativos para la transformación digital en el proceso hipotecario. La cultura empresarial conservadora y la falta de habilidades digitales entre el personal bancario dificultan la adopción de procesos completamente digitalizados. Por ello, es necesario establecer un cambio de mentalidad e invertir en formación continua que permita superar estos obstáculos.

5. La regulación, otra importante barrera para el desarrollo de la digitalización hipotecaria.

El marco regulatorio en España es conocido por su complejidad y rigidez, lo que puede suponer una barrera significativa. Normativas como la Ley Reguladora de los Contratos de Crédito

Inmobiliario y el Reglamento General de Protección de Datos imponen estrictos requisitos que obligan a las entidades a invertir una cantidad significativa de tiempo y de recursos para cumplir con las mismas. Esta necesidad de adaptación continua puede ralentizar la digitalización de los procesos hipotecarios, limitando la capacidad de la banca para innovar y ofrecer soluciones hipotecarias totalmente digitales a los usuarios.

6. Por todo ello, la externalización puede ser una estrategia clave para superar las barreras internas.

Para muchas entidades financieras, la solución más viable para avanzar en la digitalización hipotecaria, algo indispensable en el contexto actual, es la integración con proveedores tecnológicos expertos, como iAhorro Technologies. Soluciones como la Hipoteca as a Service permiten a los bancos adoptar tecnologías avanzadas sin los riesgos y costes asociados a la digitalización interna, facilitando una transición más ágil y eficiente hacia un entorno hipotecario 100% digital.



IAHORRO TECHNOLOGIES

Laura Martínez Álvarez

Departamento de Comunicación
comunicacion@iahorrotechnologies.com

T +34 686 688 757

C/ General Ramírez de Madrid, 8, Planta 1
28020, Madrid