

Análisis de datos para una banca hipotecaria más rentable y tecnológica

Mayo 2024

Laura Martínez
Directora de Comunicación
laura.martinez@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. La inteligencia artificial es una herramienta indispensable para el sector de la banca	pág. 4
3. El análisis de datos permite al banco tomar mejores decisiones. ¿Cómo?	pág. 5
• Tomando mejores decisiones: aplicación del análisis de datos para la detección de riesgos y la prevención de fraudes	pág. 6
• Tomando mejores decisiones: la hiperpersonalización de los servicios mediante datos	pág. 8
4. Conclusiones	pág. 10

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. La inteligencia artificial

es una herramienta indispensable para la banca

En un contexto en el que el usuario es cada vez más digital, las entidades bancarias se encuentran también inmersas en un proceso de digitalización de sus productos y servicios, que les permita adaptarse y seguir manteniéndose competitivas. En este sentido, resulta fundamental para la banca hacer uso de la inteligencia artificial (IA) y aprovechar todas las posibilidades que esta ofrece. Hablamos de técnicas o tecnologías como el análisis de datos, el big data, el blockchain o el machine learning, entre otros.

La llegada de la IA ha marcado un hito importante y disruptivo para el sector financiero, con un impacto significativo en la forma en que las entidades operan y brindan sus servicios a sus clientes. La IA se define por su capacidad de procesar grandes volúmenes de datos, analizar patrones complejos y generar información, con la que tomar decisiones de manera óptima y, en muchos casos, a tiempo real. De esta manera, su aplicación en el negocio bancario está abriendo nuevas posibilidades para mejorar la forma en la que el sector ofrece sus servicios a los usuarios.

En realidad, la mayor parte del sector empresarial es ya conocedor de los beneficios de la inteligencia artificial, tanto a nivel de procesos internos como de experiencia del cliente. Por ejemplo, la encuesta 'Data and AI Leadership Executive Survey 2022', realizada por la consultora estadounidense Wavestone, concluía que el 90% de las empresas (de sectores diversos, más allá de la banca)

planeaban implementar la inteligencia artificial en sus procesos en 2023.

En este panorama, **la banca lidera el camino en la adopción tecnológica en materia de inteligencia artificial**. Según la Autoridad Bancaria Europea, el 83,3% de los bancos europeos utilizaba, en 2023, la inteligencia artificial en sus procesos. El porcentaje aumenta hasta el **98,3%** en el caso de las **entidades que, en el mismo año, se encontraban desarrollando pruebas piloto para su implementación**. En 2018, solo la mitad de los bancos europeos (un 50,9%) hacían uso de la IA, lo que supone un **incremento de un 32,4% en los últimos cinco años**. Además, la previsión de este organismo es que, para 2025, el 100% de los bancos europeos hayan implementado soluciones en sus procesos impulsadas por inteligencia artificial.

100%

de los bancos europeos habrán implementado soluciones de inteligencia artificial en 2025

83,3%

ya utilizaban la IA en 2023

3. El análisis de datos

permite al banco tomar mejores decisiones. ¿Cómo?

El análisis de datos en el sector bancario se ha convertido, en los últimos años, en un elemento central para la gestión eficiente de sus procesos y para la mejora de su toma de decisiones. Probablemente sea, dentro de las herramientas que ofrece la inteligencia artificial, **una de las más conocidas por el sector** hasta el momento.

Según otro informe de la Autoridad Bancaria Europea, en 2020, cerca de la mitad de las entidades financieras ya hacían uso de técnicas de análisis de datos, con el objetivo de **obtener insights que les permitieran optimizar las relaciones con sus clientes**. El 20% de ellas afirmaba estar en proceso de desarrollo de estas tecnologías, que serían implementadas en los siguientes años. La cifra de entidades financieras que hacían uso de las técnicas de análisis de datos para aplicaciones más específicas, como la detección del fraude, seguía siendo igualmente elevada: más de un 40% de las entidades encuestadas, según el mismo informe.

Con estos datos, el sector financiero se sitúa por delante de la media nacional en el uso e implementación de estas técnicas de análisis de datos por parte de las empresas españolas. Según el estudio 'Uso de tecnologías digitales por empresas en España', del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (2022), únicamente un tercio de las grandes compañías españolas ya utilizaba el análisis de datos en el ejercicio anterior.

La previsión es que, en los próximos años, esta tecnología detone todo su potencial, aunque los principales beneficios derivados están ya más que demostrados. La encuesta 'The State of the Data Race' de DataStax (2022), realizada a 500 líderes de sectores tecnológicos, concluye que **el 71% de los encuestados** afirma poder atribuir directamente el crecimiento de los ingresos de sus compañías a sus **inversiones en datos a tiempo real**. Además, el 78% de los encuestados afirma que el análisis de datos a tiempo real es un "must-have" en su organización, no un "nice-to-have". Es decir, concuerdan en la necesidad de su implementación.

En el sector financiero, encontramos diversos casos de uso en los que observamos cómo el análisis de datos es capaz de redefinir la estrategia de las entidades en torno a su producto hipotecario, como **la hiperpersonalización, la detección de riesgos, la prevención de fraudes o la optimización y automatización de procesos**, entre otros. "Todo ello permite a las entidades operar de manera más eficiente, ofrecer una experiencia de cliente superior, o ambas, algo esencial en el competitivo mercado financiero del día de hoy", explica Marcel Beyer, CEO de iAhorro Technologies. "Como dispone de información precisa y actualizada, la banca puede tomar decisiones más informadas y estratégicas en cuanto a sus productos hipotecarios. Pero también en otras áreas, como el marketing, la gestión de riesgos y en la planificación de su hoja de ruta", añade.

40%

del control del riesgo bancario
recaerá en en análisis de datos en
2025

Tomando mejores decisiones: aplicación del análisis de datos para la detección de riesgos y la prevención de fraudes

El fraude hipotecario ha mostrado un notable incremento en los últimos años, a medida que más personas presentan pruebas fraudulentas para calificar para posibles préstamos hipotecarios. De hecho, según datos de Equifax, **desde 2013, se ha producido un aumento de un 52% en las solicitudes hipotecarias presuntamente fraudulentas**. En este contexto, las entidades financieras pueden hacer uso del análisis de datos para prevenir y hacer frente a dichas prácticas.

En la actualidad, la precisión del análisis de datos para detectar el fraude es muy alta. Más de la mitad de las muestras del estudio "Fraud detection automation through data analytics and artificial intelligence", realizado por el Indonesian State College of Accountancy (2022), mostraron una **tasa de precisión superior al 90%**, teniendo el resto un porcentaje de precisión medio de un 85,6%.

El análisis de datos puede utilizarse en combinación con otras tecnologías de inteligencia artificial, para detectar fraudes en el proceso hipotecario. "Mediante el uso de **modelos estadísticos y algoritmos de aprendizaje automático**, las entidades financieras pueden predecir y calificar el riesgo

de fraude en las solicitudes de hipoteca de los usuarios", explica Marcel Beyer.

Estos modelos se entrenan con datos históricos, y pueden identificar características comunes y patrones inusuales de las solicitudes que históricamente han sido fraudulentas: por ejemplo, inconsistencias en la información del solicitante o discrepancias en el historial de crédito. "Además, a medida que los bancos detectan y analizan más casos de fraude, podrán ir mejorando sus modelos y técnicas de análisis", prosigue el CEO de iAhorro Technologies. Según los datos publicados por la consultora McKinsey, el control del riesgo bancario que recaerá en el análisis de datos se situará en un 40% en 2025.

"En Hipoteca as a Service, ponemos a disposición de la entidad bancaria dos herramientas que ayudan a reducir el fraude en los procedimientos hipotecarios, en tanto garantizan la autenticidad de los documentos que el usuario entrega a la entidad", explica Beyer. "Data Score y Bank Reader permiten al usuario la descarga automática de documentación personal, económica y laboral necesaria para su solicitud hipotecaria, desde la Agencia Tributaria y la Seguridad Social", añade.

La consolidación de datos de múltiples fuentes, incluyendo Administraciones Públicas y otros bancos, proporciona una visión más completa del solicitante y de la transacción. **"Integrarnos, además de ahorrar tiempo a entidad y a**

52%

de aumento en las solicitudes
hipotecarias presuntamente
fraudulentas desde 2013

En HaaS, ponemos a disposición de la entidad bancaria dos herramientas que ayudan a reducir el fraude documental: Data Score y Bank Reader

cliente, nos permite detectar inconsistencias y signos de manipulación o de falsificación de datos”, prosigue el CEO de iAhorro Technologies, reduciendo así el riesgo de fraude.

El proceso de solicitud hipotecaria conlleva otros riesgos derivados para la entidad, que también se pueden reducir drásticamente mediante técnicas de análisis de datos. Uno de los más comunes es el riesgo de mora por parte del solicitante. En combinación con técnicas avanzadas como el machine learning, la entidad puede hacer uso de un **modelo de scoring hipotecario, que prediga el riesgo de mora del solicitante,** basándose en un amplio histórico de datos anonimizado de operaciones pasadas en la entidad.

“El modelo de propensión de Hipoteca as a Service está formado por tres herramientas diferentes. La segunda de ellas es, en este

sentido, un algoritmo de scoring hipotecario, que calcula la probabilidad de mora del nuevo usuario en el mercado genérico español”, explica Beyer. “Con él, podemos advertir a la entidad de si una operación hipotecaria tiene altas probabilidades de incurrir en mora. **No queremos sustituir al departamento de riesgos de la entidad, pero sí reforzarlo, actuando como un prefiltro** desde una fase temprana del funnel hipotecario”, prosigue.

Y es que la tasa de morosidad de usuarios que adquieren un préstamo hipotecario se fue **incrementando a lo largo del pasado 2023,** previsiblemente impactada por las subidas de los tipos de interés, que fueron encareciendo las cuotas de los préstamos variables. En este sentido, y según los últimos datos publicados por el Banco de España, esta tasa **se situaba en un 2,49% al cierre del primer semestre de 2023.**



Tomando mejores decisiones: la hiperpersonalización de los servicios mediante datos

El consumidor busca ofertas personalizadas y que se ajusten a sus requerimientos, preferencias y necesidades. 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 del servicio. En este sentido, las entidades financieras deben trabajar en la recopilación, el almacenamiento y el análisis de los datos de sus clientes, con el objetivo de brindarles productos y servicios lo más personalizados posibles.

Es por ello que la banca ha de convertir la **hiperpersonalización** en un **elemento clave de su propuesta de valor al usuario**, con el objetivo de retener a los clientes actuales y de atraer a clientes potenciales. Es decir, debe mantener al cliente en el centro de su enfoque de negocio, comprendiéndole mejor, y prediciendo y atendiendo a sus demandas y necesidades. En este sentido, algunos caminos para cumplir este objetivo son la oferta de productos y servicios personalizados, las recomendaciones a medida, la optimización y el ajuste de precios o las comunicaciones personalizadas, entre otros.

En el terreno hipotecario, el análisis de datos por parte de las entidades financieras permite que

83%

de los consumidores están dispuestos a compartir sus datos para permitir una experiencia personalizada

estos clientes se beneficien de productos hipotecarios a medida y más alineados con sus capacidades financieras y sus objetivos a largo plazo. Por su parte, los bancos pueden, a su vez, segmentar su mercado de una manera más efectiva.

“El valor del dato para las entidades bancarias reside en que les ayuda a tomar mejores decisiones. Y esto les ayuda a mejorar su embudo de conversión”, explica Marcel Beyer. La entidad puede llevar a cabo análisis de los datos de sus clientes para **conocer en profundidad sus necesidades y expectativas y ofrecerles**, en su préstamo hipotecario, **un servicio más personalizado**; por ejemplo, a través de una hipoteca bonificada o con productos vinculados.

“Al otorgar una hipoteca, un banco puede ofrecer un paquete integrado que incluya, por ejemplo, seguros de hogar, de vida y de desempleo, personalizados según la ubicación

El valor del dato para las entidades bancarias reside en que les ayuda a tomar mejores decisiones, y esto les ayuda a mejorar su embudo de conversión

y el perfil de riesgo del cliente”, continúa el CEO de iAhorro Technologies. En zonas con mayor riesgo de desastres naturales, el seguro de hogar podría adaptarse para cubrir específicamente estos riesgos.

Además, si analiza el historial de transacciones del cliente, la entidad bancaria puede **identificar sus patrones de ahorro o de gasto**. “Si el banco encuentra que un determinado cliente cuenta con un historial consistente de ahorros significativos, se le podría ofrecer una hipoteca bonificada con tasas de interés más bajas, a cambio de contratar con la hipoteca el mencionado seguro de hogar”, concluye Beyer. El análisis del perfil del cliente a través de los datos, lo que permite es llevar a cabo toda esta hiperpersonalización de la manera más óptima posible”, añade.

Según Evergage, la plataforma de personalización de datos de Salesforce, el 86% de las empresas que han llevado a cabo proyectos de hiperpersonalización han visto un incremento medible en sus resultados de negocio.

“Con HaaS, la plataforma de digitalización hipotecaria de iAhorro Technologies, ofrecemos a las entidades una landing de captación de usuarios, con hasta 30 campos diferentes que el usuario ha de completar para poder ofrecerle una primera estimación de su cuota de la

hipoteca. Todos los datos derivados de esta autocualificación pueden ser recabados por la entidad con el objetivo de ofrecer después al cliente la mayor hiperpersonalización posible”, añade Beyer.

Pero, además, llevar a cabo toda esta hiperpersonalización repercute, de manera lógica, en una mejora de la experiencia del cliente. La banca es uno de los sectores de la sociedad que, por lo general, suele salir más perjudicado en la mayoría de los rankings de satisfacción del usuario. Por ejemplo, el último informe de 'Tendencias en la experiencia de cliente' del instituto de investigación MDK sitúa este sector como el **segundo con el mayor GAP** existente entre el **nivel de satisfacción del usuario con su experiencia de compra** y el nivel de importancia de dicha compra, únicamente por detrás del sector sanitario.

En el ámbito hipotecario, las conclusiones no son mucho mejores: únicamente **la mitad de los encuestados (52%) declara estar satisfecho con su experiencia hipotecaria**, según el 'Análisis hipotecario de España' realizado por la consultora Inmark en 2023. Herramientas como la hiperpersonalización, cada vez más presentes en el sector financiero, acompañadas de la metodología apropiada, pueden ayudar a mejorar estos datos, a través de iniciativas que enriquezcan la experiencia de sus clientes.



4. Conclusiones

1. La inteligencia artificial es ya una revolución ineludible en la banca.

La adopción de la inteligencia artificial (IA) en el sector bancario es una tendencia que se mantiene al alza. Según la Autoridad Bancaria Europea, la mitad de las entidades del continente (50,9%) utilizaba estas herramientas en 2018, un dato que se ha incrementado hasta el 83,3% en 2023. Su importancia estratégica reside en beneficios como la mejora de la eficiencia operativa o que facilita la toma de decisiones en tiempo real, entre otros. Una transformación que, además, está redefiniendo cómo las entidades bancarias interactúan con sus clientes y gestionan los riesgos de sus operaciones.

2. El análisis de datos es clave para poder tomar decisiones hipotecarias más inteligentes.

Se ha convertido en un componente central en la gestión bancaria: según datos de la Autoridad Bancaria Europea, más de la mitad de las entidades financieras ya utilizan el análisis de datos para mejorar procesos específicos de su negocio. Además, en nuestro país, la banca lidera el camino en la adopción de estas tecnologías, situándose por delante de otras industrias. Esta práctica permite a las entidades entender mejor a sus clientes y optimizar sus relaciones, así como anticipar y mitigar riesgos

potenciales, lo que les ayuda a tomar mejores decisiones a lo largo del proceso hipotecario.

3. La inversión en datos a tiempo real podría ir ligada a un crecimiento de los ingresos del negocio.

Algunos estudios establecen una relación directa entre ambos factores, lo cual es un indicador clave del valor de la inteligencia artificial en el sector bancario. Según una encuesta realizada por DataStax, el 71% de los líderes tecnológicos afirmaba poder atribuir el crecimiento de los ingresos de sus compañías a sus inversiones en datos en tiempo real. Además, el 78% de los encuestados afirmaba que esta herramienta es necesaria en una organización. Estos datos demuestran la importancia del análisis de datos como motor de crecimiento y como una ventaja competitiva en el mercado actual.

78%

de los encuestados afirma que los datos a tiempo real son necesarios en una organización

4. La hiperpersonalización permite crear una experiencia hipotecaria única para cada cliente.

Basándose en el análisis detallado de los datos del usuario, los bancos pueden ofrecerle productos y servicios que se ajusten específicamente a sus necesidades y preferencias individuales. Esta estrategia puede ayudar a mejorar los niveles de satisfacción y fidelización del cliente (según la consultora Inmark, únicamente la mitad de los usuarios (52%) se encuentran satisfechos con su experiencia hipotecaria). La capacidad de ofrecer estas experiencias personalizadas es especialmente crítica en un mercado en el que los clientes esperan no solo conseguir productos financieros, sino soluciones adaptadas.

5. El análisis de datos ha demostrado ser una poderosa herramienta en la lucha contra el fraude hipotecario.

Una tendencia que se ha incrementado en un 52% en desde 2013, según datos de Equifax. De esta manera, la implementación de modelos estadísticos basados en datos y algoritmos de aprendizaje automático permite a los bancos detectar patrones que puedan indicar un posible fraude por parte de los usuarios, protegiéndoles de posibles riesgos. Herramientas de descarga documental (como las que se ponen a disposición de la entidad con la Hipoteca as a Service de iAhorro Technologies) garantizan la autenticidad de la documentación entregada por el usuario y, con ello, ayudan al banco a reducir el fraude en los procedimientos hipotecarios.

6. La creciente tasa de morosidad en préstamos hipotecarios subraya la importancia de una evaluación de riesgos eficaz.

La combinación de técnicas de análisis de datos y algoritmos de machine learning permite a las entidades financieras desarrollar modelos de credit scoring hipotecario. Estos modelos pueden predecir la probabilidad de mora de un solicitante en el mercado genérico español, gracias a un histórico de datos anonimizado de operaciones pasadas en la entidad. Con ello, los bancos pueden adaptar sus estrategias de gestión de riesgos de una manera más informada.

7. La colaboración entre entidades financieras y tecnológicas es clave para el éxito en la digitalización hipotecaria.

A medida que la inteligencia artificial y sus diferentes tecnologías, como el análisis de datos, avanzan, se vuelve más necesaria la colaboración entre las entidades financieras y las empresas tecnológicas, como iAhorro Technologies, en beneficio de la digitalización de los procesos hipotecarios. La integración de soluciones avanzadas de análisis de datos requiere de un esfuerzo de ambas partes para garantizar la compatibilidad de los sistemas, siempre en beneficio del banco, que será capaz de optimizar su toma de decisiones y ofrecer un mejor servicio a sus clientes. Una sinergia que, además, facilita la innovación por parte del banco y le ayuda a mantenerse líder en el mercado financiero-hipotecario.



IAHORRO TECHNOLOGIES

Laura Martínez

Directora de Comunicación

laura.martinez@iahorrotechnologies.com

T +34 686 688 757

C/ General Ramírez de Madrid, 8, Planta 1

28020, Madrid