

¿Puede Facebook ayudarnos a conseguir un crédito?

Las redes sociales se han convertido en una fuente inagotable de información sobre cada uno de nosotros. Incluso los bancos empiezan a utilizar los datos que circulan en la red para trazar el perfil de riesgo de sus clientes.



<http://www.rtve.es/alacarta/audios/finanzas-para-todos-los-publicos/1851-finanzas-para-todos-publicos-110515-puede-facebook-ayudar-conseguir-credito-2015-04-23t10-06-39017/3123166/>

Texto del programa:

Las redes sociales se han convertido en una fuente inagotable de información sobre cada uno de nosotros. Es muy frecuente que cuando acaece un suceso, los medios de comunicación rápidamente ofrezcan información sobre sus protagonistas obtenida de sus publicaciones en Facebook o en Twitter. También es habitual que los departamentos de recursos humanos o las agencias de colocación rastreen en las redes sociales para conocer mejor la personalidad de los candidatos: sus gustos, aficiones, qué tipo de contactos tienen, etc.

Lo que quizá no es tan conocido es que los bancos también empiezan a utilizar esta fuente de información para trazar el perfil de riesgo de sus clientes cuando, por ejemplo, solicitan un préstamo.

Hasta ahora ese perfil se configuraba exclusivamente con datos de su historial crediticio: por ejemplo, cuántos préstamos ha pedido el cliente en el pasado, de qué tipo, si ha utilizado la tarjeta de crédito o si ha incurrido en impagos con anterioridad. Con todos estos datos, el banco elabora una calificación crediticia del cliente que determina que se le conceda o no el crédito solicitado.

Pues bien, ahora ese perfil de riesgo se nutre también de los datos obtenidos en las redes sociales, sobre todo en aquellos casos de clientes sin historial crediticio previo y que, habitualmente, son personas jóvenes muy activas en redes sociales. Twitter, Facebook y LinkedIn son las principales fuentes de información a partir de las cuales las entidades trazan un retrato robot del perfil social del cliente.

El profesor José García Montalvo, en un artículo publicado en la revista de Funcas, Papeles de Economía Española, explica cómo funciona este novedoso análisis de riesgo. Hay entidades que estudian los perfiles de Facebook y son más proclives a prestar a aquellos clientes cuya red de amigos tiene mejores trabajos o vive en barrios más elitistas. Sin embargo, aquellos cuyos contactos tienen un historial previo de impagos, pueden tener mayores dificultades para obtener un crédito.

LinkedIn es otra fuente habitual de información. En este caso hay compañías que analizan el historial laboral y el número y calidad de los contactos con los trabajadores de su misma empresa en esta red social para determinar las posibilidades de estabilidad en el empleo y, por tanto, de ingresos futuros del cliente. También se determinan las posibilidades de encontrar un nuevo empleo si perdiera el actual, analizando el número de contactos con trabajadores de otras empresas.

El número de amigos en las redes sociales, su nivel educativo, qué tipo de trabajo tienen o si tienen un historial de impago de créditos son elementos que pueden determinar la concesión de un crédito, de modo que se llega a ejercer una especie de presión social sobre el grupo porque si un amigo deja de pagar esto afecta a la calificación crediticia de los demás amigos.

Los expertos señalan que este tipo de datos nunca sustituirá a los parámetros objetivos que se utilizaban hasta ahora pero sin duda pueden ayudar a perfilar la reputación del cliente. En España ya existen firmas especialistas en big data, que organizan y gestionan las enormes cantidades de datos que circulan en la red, para ofrecer a los bancos perfiles sociales de sus clientes que les ayuden a trazar su calificación crediticia.

Así que ojo a quién seguimos y quién nos sigue, porque el gran hermano está más vigilante que nunca.