

## Lanzan una tarjeta de crédito que valora la cantidad de seguidores en redes sociales

Sabiendo que las redes sociales son un negocio multimillonario, a nadie debería sorprender la aparición de una tarjeta de crédito para influencers. La novedad acaba de ser presentada en sociedad por una flamante startup radicada en San Francisco, Estados Unidos, con características especialmente pensadas para aquellos usuarios que tienen muchos seguidores.

Karat Black Card, así se llama, se apoya en un sistema de valoración de acuerdo a la cantidad de followers o suscriptores del usuario que la pretenda. Para acceder a ella hay que cumplir ciertos requisitos, comenzando por contar con un mínimo de 100.000 seguidores. Por supuesto, hay letra chica y algunas salvedades.

La tarjeta de crédito es una idea de Eric Wei, conocido por ser el ideólogo de Instagram Live. En el equipo de la empresa también hay experiencia en banca tradicional.

Uno de los requisitos es contar con al menos 100.000 followers en una plataforma, que puede ser YouTube, Instagram, Facebook, Twitch o TikTok. También es posible acceder al plástico a través de la recomendación de una persona que ya lo disponga. “Creás contenido, construís una comunidad, dirigís un negocio. Merecés una tarjeta que te siga el ritmo”, dice el lema en el sitio web oficial de la compañía. «A pesar de tu arduo trabajo, quedás excluído del sistema bancario tradicional y tenés dificultades para acceder a productos y servicios financieros”, añaden.

Karat Black Card determina los montos máximos en base a la cantidad de seguidores del cliente, entre otras variables. Se ofrece con diseños personalizados y brindan anticipos de pago de patrocinios y de diversos ingresos por el vínculo con marcas. Además, al igual que las “tradicionales”, ofrece descuentos en compras.

Según nota el sitio Crowdfund Insider, las entidades bancarias tradicionales no piensan en las personas que obtienen ingresos en redes sociales. En ese sentido, la tarjeta de crédito que crearon contempla las particularidades de ese público, que en su mayoría trabaja en forma independiente y que en ocasiones percibe ingresos que no son constantes a lo largo del año.

Para determinar los límites de la tarjeta utilizan un algoritmo que tiene en cuenta en

alcance del usuario en las redes sociales, el compromiso con su trabajo y las ganancias que reportó recientemente. Por otra parte, ofrecen beneficios personalizados según el perfil de cada cliente. Por ejemplo, un streamer de Twitch podría recibir ofertas para la compra de equipos de transmisión, o una influencer en Instagram abocada a la belleza personal podría obtener descuentos para adquirir maquillajes.

Para esta movida, la empresa Karat informó que recibirá más de 4.6 millones de dólares en fondos; entre los inversionistas se encuentra Kevin Lin, uno de los fundadores de la plataforma Twitch.

Fuente: Todo Noticias