



VANTAGESCORE®



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA
13 de Febrero de 2012

Contacto: Jack Gillis, CFA, 202-737-0766
Jeff Richardson, VantageScore Solutions
203-363-2170
Luis Caballero, EPCUAH, 915-533-7283
(Habla Español)

NUEVO SITIO WEB EN ESPAÑOL Y UN FOLLETO APORTAN INFORMACIÓN IMPORTANTE SOBRE PUNTAJES DE CRÉDITO PARA AYUDAR A HISPANOAMERICANOS

Washington, D.C. – Hoy en la conferencia de prensa, Hispanic America Saves, Federación Estadounidense de Consumidores, y VantageScore Solutions, LLC, anunciaron la disponibilidad de www.CreditScoreQuiz.org/espanol (o www.cuestionarioparaelpuntajedecredito.org), un sitio web educativo interactivo y un folleto de puntaje de crédito traducido en Español. Ambos poseen 20 preguntas y respuestas que proveen la información más importante consumidores necesitan saber de puntajes de crédito.

La versión de Inglés de la página web y el folleto, cual pueden ser localizados en www.creditscorequiz.org, anunciaron el año pasado los resultados de una encuesta nacional que administraron basada en veinte preguntas a una muestra representativa de adultos de estadounidenses. Los resultados de la encuesta, no reportada hasta hoy, encuentro que el sesenta por ciento de hispanoamericanos, pero solamente el cuarenta por ciento de las otras razas de estadounidenses, expresaron que sus conocimientos de puntaje de crédito eran pobres o apenas pasables.

De la más importante información que los hispanoamericanos necesitan saber de puntaje de crédito es lo siguiente:

- Toda la información relativa a la raza, el origen étnico, país de origen, o si los consumidores hablan Inglés o no, NO son reportados a las tres compañías de información crediticia nacionales y no son factores utilizados para determinar puntajes de crédito
- Puntaje de crédito afecta a consumidores que obtengan crédito y al cual precio.
- Consumidores que hacen pagos regularmente todos sus préstamos y tarjetas de crédito y están vigentes más probable tienen un buen puntaje.
- Puntajes de crédito son basados de información en informes de crédito, que son guardados por las tres compañías que reportan informes de crédito nacionales: Equifax, Experian, y TransUnion. Para revisar que si esta información es exacta, vaya a la página web www.annualcreditreport.com o hable a 877-322-8228.

“Hispanoamericanos podemos beneficiar de ser mejor informados de puntajes de crédito porque afecta la disponibilidad y el precio que obtendremos en prestamos de carro, tarjetas de crédito, prestamos hipotecarios, y hasta el precio de los servicios de electricidad y telefono,” dijo Larry Garcia, presidente de El Paso Affordable Housing y contribuyente de Hispanic America Saves. “Les recomiendo a todos que visiten el sitio web aunque no esten pensando en aplicar para crédito, ya que es critico reconozar que un buen puntaje de crédito es indicio de tener nuestras finanzas saludables.”

La Federación Estadounidense de Consumidores es una asociación sin fines de lucro con casi 300 grupos de consumidores que, desde 1968, han solicitado promover los intereses del consumidor por mediante la investigación, el activismo, y la educación publica.

VantageScore Solutions, LLC (www.vantagescore.com) radicada en Stamford, Conn., es una compañía dirigida independientemente que detenta los derechos de propiedad intelectual de VantageScore®, un modelo genérico de puntaje que se introdujo en marzo de 2006. Creado por tres de las mayores empresas en reportar informes de crédito en los Estados Unidos — Equifax, Experian, y TransUnion — el muy predicible modelo de VantageScore usa un inovador patente, y un patente en espera con una metodologia de puntaje para proveer prestamistas y consumidores con más constancia en el servicio de puntaje de crédito y así ellos pueden tomar decisiones más rápidas y uniformes y a la vez proveer la abilidad de cubrir más gente que solicitan informes de crédito.

“Hispanic America Saves” es parte de “America Saves”, una campaña nacional que envuelve a cientos de organizaciones sin fines de lucro, gubernamentales y de negocios. Iniciada por la Federación Estadounidense de Consumidores, la campaña tiene como fin persuadir a que más personas en los Estado Unidos ahorren y desarrollen abundancia personal de manera efectiva.