

POR JUAN PABLO SILVA

FINFLUENCERS BAJO LA LUPA

La aprobación de la ley fintech y su puesta en vigencia a inicios de este año trajo una regulación que pocos conocían hasta que la presidenta de la CMF, Solange Bernstein, lo dijo hace unos días en un podcast y el Diario Financiero lo publicó: los creadores de contenido que entreguen recomendaciones financieras deben registrarse como asesores de inversión. Desde ahí se abrió un debate: ¿cuándo es educación, cuándo es una recomendación? Ni los reguladores ni los regulados lo tienen claro.

Esta semana la presidenta de la CMF, Solange Bernstein, afirmó que los llamados influencers (influencers financieros) están bajo la lupa. Y no es la lupa de Instagram donde uno busca perfiles: es la lupa del regulador del mercado financiero. En el podcast *Zoom Financiero*, de la CFA Society, Bernstein dijo que los creadores de contenido que entreguen recomendaciones financieras deben registrarse como asesores de inversión.

El debate que produjo esta declaración es: ¿cuándo es educación y cuándo es recomendación? Bernstein planteó: "Dibujar la línea entre lo que es una recomendación de inversión, educación financiera y publicidad no es tan fácil de hacer y por lo tanto es un ejercicio en el que estamos trabajando actualmente".

Los creadores de contenido que quieran dar recomendaciones deberán dar la prueba CAMV (comité de acreditación de conocimiento del mercado de valores), examen que consta de 100 preguntas y un componente general y otro específico.

Tras la noticia que fue publicada en el Diario Financiero, los influencers empezaron a moverse. Varios ya están haciendo los trámites para certificarse.

Consultada la CMF, declinaron comentar sobre qué influencers han puesto los ojos específicamente. Por eso, recopilamos a algunos de los más conocidos en distintas áreas. Algunos explícitamente dan recomendaciones de inversión y otros entregan información más básica,

educativa. Lo que no se puede saber es si han recibido pagos de empresas para que recomienden sus instrumentos, a menos que ellos mismos lo transparenten.

Francisco Ackermann: "La información (de la CMF) ha sido muy vaga, muy baja"

"Me parece una medida correcta. La verdad es que el mundo de los influencers, especialmente en ámbitos tan delicados como el mundo financiero, se presta para muchas cosas. Obviamente hay una delgada línea entre la educación y la recomendación. Por lo tanto, hay que, primero, marcar bien esa línea que hoy día está bastante gris.

Me imagino que esto lo hacen debido a la abundancia que se ha dado de reiteradas estafas o recomendaciones que vienen por un incentivo económico detrás que no es explícito. Entonces las personas recomiendan productos de inversión o instrumentos de inversión por los cuales están recibiendo monetización y no lo dicen.

La información ha sido muy vaga, muy baja, los acercamientos han sido escuetos. Una sola vez tuvimos una reunión en la cual prácticamente lo que te decían es que uno no podía hablar de nada. Era literalmente como 'no se puede decir prácticamente nada'. O sea, definiciones muy muy generales, que lamentablemente no funcionan para educar bien a las personas".

Romina Capetillo: "Mi foco siempre ha estado puesto en la educación"

"En lo personal no veo que me afecte esto. Yo no hago recomendaciones de inversión ni asesorías de inversión por lo mismo, porque sé que debe estar regulada. Mi foco siempre ha estado puesto en la educación, masificarla y hacer que las personas tengan una mejor relación con su dinero. Por el lado de las publicidades, estas están normadas: hay que poner el # publicidad cuando uno sube algo y no hay problema con eso".

Nicolás Palacios: "No tienen muy bien definido (la CMF) qué es y qué no es una recomendación de compra"

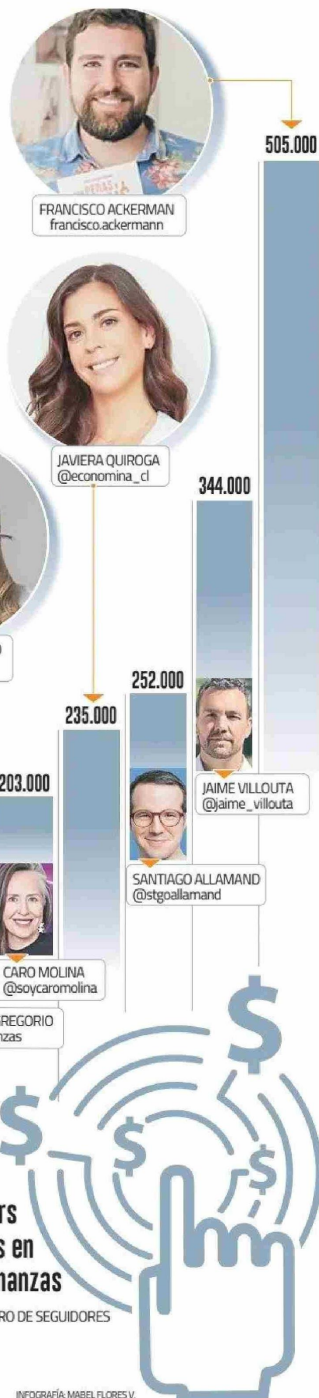
"Me parece bien que regule lo que debe regular, más que los influencers financieros es el tema de recomendaciones de compras o asesoría financieras. Yo no he hecho recomendaciones personales de inversión, si he dicho qué instrumentos me gustan y he dado mi opinión públicamente, tal cual un abogado o un doctor lo hace en un matinal, pero nunca haciéndole una recomendación de compra pagada a un usuario que quiere ese servicio.

Me contactaron hace un año, pero no me dijeron nada concreto, no tienen muy bien definido (la CMF) qué es y qué no es una recomendación de compra".

Javiera Quiroga: "Muchos influencers se aprovechan del desconocimiento e ignorancia de las personas"

"Me parece excelente que la CMF tome cartas en el asunto porque hay mucho influencer disfrazando educación financiera con recomendaciones directas, asesorías y venta de productos financieros de manera muy irresponsable. Ese tema yo lo denuncié ante la CMF, al propio fiscal Andrés Montes y su equipo hace un tiempo, con quienes tuve una reunión formal al respecto. Yo no me siento parte de este grupo. Doy información sin sesgos y sin intereses creados, educación de verdad, para que las personas puedan tomar la mejor deci-

sión para ellos mismos, por sí mismos. Creo que la fiscalización la hacen porque es su deber proteger a las personas, que lamentablemente han caído en manos de muchos irresponsables disfrazando educación financiera con recomendaciones directas, asesorías y ventas. Y en muchos casos, derechamente estafas. Muchos influencers se aprovechan del desconocimiento e ignorancia de las personas en materia financiera para sacarles plata, venderles cursos, etc. Es muy triste, pero cierto".



INFOGRAFÍA: MABEL FLORES V.

Influencers más destacados en economía y finanzas

POR NÚMERO DE SEGUIDORES