

Regulación a “finfluencers”: un paso necesario



Señor director:

La decisión de CMF de regular a los influencers financieros, o “finfluencers” ha encendido un debate crucial sobre la calidad de la información que se difunde en redes sociales.

Los “finfluencers” han democratizado el acceso a contenidos financieros, permitiendo que personas de diversas procedencias accedan a conocimientos antes reservados para una élite. Sin embargo, es fundamental distinguir entre los que se enfocan en dar recomendaciones específicas sobre qué comprar o vender y aquellos dedicados a la educación financiera. Mientras los primeros tienden a promover acciones concretas sin un análisis exhaustivo, los segundos, buscan empoderar a sus seguidores con conocimientos que les permitan tomar decisiones informadas.

Los influencers han llenado un vacío, ofreciendo una comunicación más clara y directa. Sin embargo, esta accesibilidad también plantea riesgos si no se acompaña de rigor y conocimiento adecuado.

Para mantener la integridad del mercado financiero y su

correcto funcionamiento en beneficio de la sociedad, es crucial que la regulación promueva mayor transparencia en la forma en que se cobran las comisiones, fomente la educación financiera en lugar de las recomendaciones de “compra/venta” sin fundamento, y garantice que quienes influyen en los demás estén realmente preparados en la materia.

Joaquín Rhodius