

Regulación e influencers financieros



Señor director,

La implementación de la Ley Fintech constituye un gran hito al incluir el registro de la actividad de los influencers que tienen la “capacidad o finalidad de influir en un comportamiento de la audiencia sobre la conveniencia de invertir en algún tipo de instrumento financiero”.

Es innegable que los creadores de contenidos se han convertido en un actor relevante en los últimos años dado el crecimiento de las redes sociales y las nuevas tecnologías. Eso también incluye, por cierto, al marketing y la publicidad, tomando incluso un rol protagónico en campañas y estrategias. Por eso es importante la aplicación de medidas de este tipo que abren camino a la regulación de su actividad en un área tan sensible para el consumidor como lo es su dinero.

La supervisión es relevante, pues al tener miles de seguidores y tal como su nombre lo indica, los influencers tienen gran influencia en el comportamiento y decisiones de su audiencia. Un contenido erróneo en esta materia, o que abuse del desconocimiento de las personas, puede suponer un gran perjuicio. Eso incluye a quienes hacen recomendaciones financieras en nombre de otros.

Es por ello la necesidad imperiosa de regular esta actividad para que las redes sociales sigan siendo oportunidad y no un riesgo para la industria, y así no afectar las confianzas.

Rodrigo Francischini

Director de Operaciones y Negocios TBWA