



Informe de Consulta de IOSCO sobre Finfluencers

Febrero 2025

El uso de las redes sociales para compartir contenidos de todo tipo, sobre todo entre la población más joven, es un fenómeno cada vez más frecuente. Los denominados «*finfluencers*» son personas que se presentan como expertos, compartiendo experiencias personales, análisis de mercado y consejos de inversión de manera atractiva y accesible. Su creciente influencia está cambiando la forma en que los inversores minoristas, especialmente los más jóvenes, toman decisiones de inversión. Aunque ayudan a popularizar temas financieros y a facilitar el acceso a inversiones, también pueden en ocasiones difundir información engañosa o sesgada y promover productos de alto riesgo, sin informar adecuadamente sobre la existencia de conflictos de interés.

A partir de las respuestas a un cuestionario enviado a sus miembros, el Informe de la Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés) analiza el papel de los *finfluencers*, los beneficios y riesgos potenciales y los distintos enfoques normativos. Destaca que muchos *finfluencers* no están familiarizados con los marcos normativos tradicionales, y pueden operar fuera de ellos, e identifica lagunas en la regulación, especialmente si se trata de personas que no cuentan con certificaciones profesionales. También señala que la naturaleza global de las redes sociales complica la supervisión, lo que requiere una mayor cooperación internacional entre reguladores.

El documento estuvo abierto a consulta pública hasta el 20 de enero de 2025. La consulta incluía preguntas sobre los conflictos de interés, la definición de *finfluencer*, el marco normativo y de supervisión, las investigaciones y cooperación internacional y recomendaciones para el inversor minorista.

Pregunta

¿Qué beneficios y riesgos tiene la actividad de los *finfluencers*?

Respuesta

Estudios recientes señalan que los *finfluencers* se dirigen a una **audiencia joven** y tienen un gran **impacto en sus decisiones de inversión**. De acuerdo con un informe de la Comisión de Valores de Australia el 28% de jóvenes de entre 18 y 21 años siguen a uno o más *finfluencers* y el 64% de ellos ha modificado su comportamiento financiero como consecuencia de ello.

La mayoría de los miembros de IOSCO encuestados consideran que los *finfluencers* pueden acceder a un público amplio y son capaces de explicar conceptos financieros de forma fácil, comprensible y entretenida, con anécdotas personales y ejemplos que atraen a sus seguidores. Su creciente popularidad tiene **beneficios potenciales** ya que pueden contribuir a la **educación financiera** de la población, **previniendo a los inversores minoristas sobre potenciales fraudes**. Por ello, en algunas jurisdicciones los reguladores están promoviendo **campañas de concienciación sobre fraudes y creando contenido educativo, utilizando a conocidos *finfluencers* para difundir su mensaje**.

Sin embargo, el Informe de IOSCO señala que la mayoría de los *finfluencers* no están registrados ni autorizados, a pesar de que la información que proporcionan podría ser considerada en algunos casos como recomendaciones de inversión. Entre los principales riesgos de los *finfluencers* en el Informe se señalan: (i) la ausencia de autorización; (ii) la posible difusión de **fraudes y estafas dirigidos a inversores minoristas**; (iii) la promoción y recomendación de **productos inadecuados y de alto riesgo**; (iv) la difusión de contenido engañoso o falta de información; (v) la existencia de **conflictos de interés** y (vi) la operativa de ***finfluencers* famosos**.

Por otro lado, una tendencia creciente que se observa en las jurisdicciones encuestadas de IOSCO es la existencia de relaciones contractuales entre intermediarios de mercado y *finfluencers* que participan en actividades como promoción o comparativa de productos financieros y estrategias de inversión, así como en la apertura o reactivación de cuentas de inversión. Cuando los *finfluencers* reciben alguna remuneración o compensación por dichos servicios se plantea la existencia de conflictos de interés.

Pregunta

¿Cuál es el panorama normativo?

Respuesta

Mientras que algunos reguladores consideran que el marco normativo general resulta de aplicación a los *finfluencers* (por ejemplo, en el asesoramiento sobre inversiones), otros consideran que existen lagunas en su regulación. Entre los aspectos que pueden quedar fuera de la regulación financiera se señalan: (i) la operativa transfronteriza de personas o empresas que actúan sin sucursal; (ii) la inactividad o lentitud de las compañías de redes sociales para bloquear contenido ilícito o su negativa a colaborar con los reguladores; (iii) la existencia de relaciones contractuales o comerciales complejas o poco transparentes entre los *finfluencers* y los intermediarios de mercado y (iv) la prestación de asesoramiento financiero durante sesiones educativas.

Entre las iniciativas en el ámbito normativo cabe mencionar la publicación de orientación sobre las normas aplicables a la publicidad de inversiones en redes sociales. En Francia, el Ministerio de Economía ha publicado un código de conducta que incluye el marco normativo aplicable a los *finfluencers* con la obligación de informar sobre el carácter comercial de sus publicaciones. Asimismo, el "*Certificado de Influencia Responsable*", emitido por la Autoridad de Regulación Profesional de la Publicidad (ARPP)¹ a los influencers que superen un programa de formación, incluye un módulo para productos y servicios financieros desarrollado por la Autoridad de los Mercados Financieros en colaboración con la ARPP. Dicho módulo, introducido en 2023, establece las normas relativas a la comunicación de ofertas de inversión, especificando los productos y servicios cuya publicidad está prohibida.

No obstante, la mayoría de las jurisdicciones entrevistadas aún no han desarrollado códigos de conducta o guías para individuos o entidades que actúan como *finfluencers*, ni tampoco para las compañías tecnológicas o redes sociales.

En el ámbito de los mercados de valores, el Informe señala que se aplicaría a la actividad de los *finfluencers* la regulación relativa a la **divulgación de pagos e incentivos, divulgación de relaciones comerciales y personales e información sobre la naturaleza comercial del contenido difundido** (por ejemplo, referencias a una marca).

En cuanto a los intermediarios financieros que utilizan *finfluencers*, se aplicaría el marco legal relativo a **asesoramiento financiero, publicidad, incentivos, revelación de información, manipulación de mercado, gestión de terceros, contenido engañoso o falso y gobernanza de productos**.

En el ámbito sancionador, quince jurisdicciones de IOSCO señalan que han llevado a cabo actuaciones contra los *finfluencers* que incluyen: (i) órdenes de cese de actividad; (ii) órdenes judiciales; (iii) restitución de activos; (iv) multas; (v) cartas de advertencia; (vi) congelación de activos; (vii) publicación de advertencias a los inversores y (viii) amonestaciones públicas.

¹[La AMF y la ARPP lanzan el Certificado de Influencia Responsable en Finanzas | AMF](#)

Pregunta

¿Cómo afrontar los riesgos?

Respuesta

El Informe propone un conjunto de **buenas prácticas para reguladores, intermediarios financieros y *finfluencers*** orientadas a promover un entorno transparente en el que estos puedan operar dentro del marco normativo de los mercados de valores, con unos adecuados estándares de protección a los inversores. Las prácticas propuestas hacen referencia a:

1. **Claridad y supervisión:** Se debe definir claramente el alcance de las actividades de los *finfluencers* y adaptar los marcos existentes para cubrir estas actividades. Esto incluye establecer directrices específicas y mejorar las capacidades de supervisión y cumplimiento.
2. **Detección, divulgación y gestión de conflictos de interés:** Se debe exigir que los intermediarios del mercado identifiquen, prevengan, gestionen y divulguen adecuadamente los conflictos de interés. Los *finfluencers* deben revelar todos los conflictos de interés materiales, como incentivos financieros o relaciones comerciales con los proveedores de productos financieros que promuevan.
3. **Divulgación de información y transparencia:** Se debe requerir la difusión de advertencias estandarizadas y divulgaciones claras y concisas por parte de los *finfluencers* que ayuden a los inversores a entender la naturaleza del contenido que consumen.

4. **Educación proactiva para inversores y *finfluencers*:** Se propone desarrollar iniciativas educativas innovadoras para mejorar la alfabetización financiera y las habilidades de evaluación crítica entre los inversores minoristas.

Adicionalmente, el Informe presenta los siguientes consejos prácticos para los inversores minoristas:

1. **Verificar las credenciales:** Comprobar si un *finfluencer* está autorizado o registrado para dar asesoramiento financiero.
2. **Ser escéptico en cuanto a promesas de altos rendimientos:** Tener cautela con *finfluencers* que prometen ganancias rápidas o garantizadas.
3. **Entender los conflictos de interés:** Ser consciente de que los *finfluencers* pueden recibir compensación por promover ciertos productos o servicios financieros.
4. **Realizar investigaciones independientes:** No depender únicamente del consejo de un *finfluencer* y buscar asesoramiento de profesionales financieros registrados.

La adopción de estas buenas prácticas puede ayudar a crear un entorno regulado que priorice la protección del inversor y fomente un ecosistema financiero más transparente y resiliente.

Enlace de interés: [CR/08/2024 *Finfluencers*](#)