

Del *like* a la inversión: qué debes saber de los *finfluencers*

Guía



Índice

3

Introducción

8

Cómo difunden los *finfluencers* sus mensajes

16

Consejos finales

5

Qué es un *finfluencer* y qué tipo de contenido difunden

11

Actividad de los *finfluencers*: beneficios y riesgos (*red flags*) para la audiencia

Del *like* a la inversión: qué debes saber de los *finfluencers*

I. Introducción

Las redes sociales forman parte de nuestro día a día. Son espacios donde nos informamos, aprendemos y opinamos. No solo sirven para entretenerse o para seguir a amigos o conocidos; también se han convertido en lugares donde se habla de dinero, de planificación financiera, de cómo ahorrar o de cómo invertir.

Si bien este hecho tiene un lado positivo, ya que la información financiera es hoy más accesible que nunca al público en general, este nuevo contexto también plantea numerosos riesgos. **La información que circula en redes sociales no siempre es completa, equilibrada o fiable.** A menudo resulta difícil distinguir entre contenidos educativos, opiniones o publicidad. Algunos contenidos buscan realmente acercar la información y formación financiera a la ciudadanía de forma clara y responsable. Otros, sin embargo, responden a intereses comerciales, pueden estar sesgados o, en los casos más graves, pueden resultar engañosos o fraudulentos.

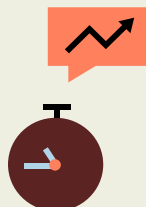
Por ello, resulta fundamental comprender la actividad que desempeñan los creadores o divulgadores de contenidos financieros, el tipo de mensajes que difunden, la forma en que los presentan, y la influencia (positiva o negativa) que pueden ejercer en la toma de nuestras decisiones financieras.

El rápido crecimiento del número de *influencers* financieros en los últimos años puede explicarse por varios factores, entre los que destacan:



Democratización de la información:

las redes sociales han reducido las barreras de entrada al conocimiento financiero, permitiendo que contenidos sobre finanzas personales, ahorro o inversión lleguen a diferentes públicos.



Inmediatez:

las redes sociales ofrecen respuestas rápidas y comprensibles sobre cuestiones financieras que a menudo resultan complejas y que se comparten de forma rápida, lo que convierte a los *influencers* financieros en una referencia cercana para muchos usuarios frente a fuentes más técnicas o institucionales.



Cambio en la confianza del público:

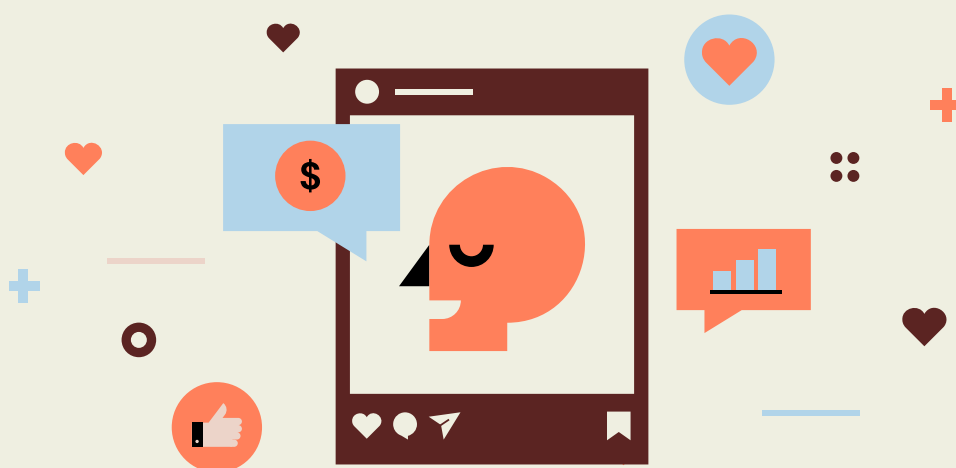
muchas personas confían más en la información y las recomendaciones que provienen de individuos “reales”, que en otras fuentes de información, ya que generan una sensación de cercanía y autenticidad.

II. Qué es un *finfluencer* y qué tipos de contenidos difunden.

Aunque en España no existe una definición legal de *finfluencer*, se puede considerar que es toda persona física o jurídica, ya actúe por cuenta propia o en nombre de terceros, que crea y difunde contenidos sobre finanzas, dinero, ahorro o inversión, a través de redes sociales o plataformas digitales, con el objetivo de influir en las opiniones, decisiones y comportamientos financieros de sus seguidores.

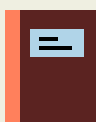
En algunas ocasiones, el *finfluencer* comparte contenidos de educación financiera general y consejos sobre finanzas personales, publica noticias de actualidad económica, promueve cursos de formación financiera o recomienda estrategias de inversión.

En otras, el *finfluencer* tiene como objetivo dirigir al seguidor a algún servicio de suscripción de pago, como boletines diarios con ejemplos de operativa en mercados a corto plazo, o a comunidades en las que se informa y comparte entre los miembros análisis sobre los mercados financieros, ideas de inversión en valores, y otras técnicas de inversión o valoración como análisis fundamental y técnico.



A veces, el objetivo es meramente comercial, y los *finfluencers* realizan la promoción de productos y servicios financieros a través de publicaciones patrocinadas, marketing de afiliación o códigos de descuento.

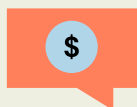
A continuación, se recogen los principales tipos de contenidos que se ha observado que suelen compartir los *finfluencers*:



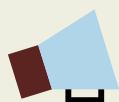
Contenido educativo general: explicaciones generales sobre economía y finanzas, conceptos básicos, funcionamiento y características de productos y servicios financieros, etc.



Consejos de finanzas personales: consejos sobre cómo ahorrar, cómo elaborar un presupuesto, tipos de gastos y cómo controlarlos, gestión de deudas y planificación financiera a medio y largo plazo, etc.



Noticias y comentarios de actualidad económica: publicaciones de información y opinión sobre los mercados financieros, su evolución, decisiones de gobiernos o bancos centrales, cambios normativos o resultados empresariales.



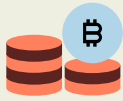
Contenido publicitario o promocional: promoción de productos o servicios financieros, a menudo mediante publicaciones patrocinadas, marketing de afiliación o códigos de descuento.



Comparativas y opiniones sobre productos y servicios financieros: comparativas, reseñas y valoraciones de productos financieros bancarios, de inversión, brokers, plataformas o aplicaciones financieras.



Cursos, formación y mentorías de inversión: venta de cursos, programas formativos, o mentorías de inversión.



Contenidos sobre criptoactivos y productos financieros

complejos: información, opiniones o experiencias relacionadas con criptomonedas, tokens, NFTs, Forex u otros mercados o productos complejos.



Estilo de vida vinculado a la inversión: contenidos que muestran un determinado nivel de vida, experiencias personales o historias de éxito (o fracaso) atribuidas a la inversión.



Alertas y señales: comunidades privadas, grupos cerrados o servicios de suscripción que ofrecen alertas, señales de compra o venta, o acceso exclusivo a contenidos de inversión.



Publicaciones centradas en operaciones o estrategias de inversión: contenidos que sugieren directa o indirectamente invertir, desinvertir o seguir una estrategia de inversión concreta.

III. Cómo difunden los *finfluencers* sus mensajes.

Es importante entender cómo los *finfluencers* hacen llegar sus mensajes a la audiencia.







En redes sociales, los mensajes suelen difundirse combinando formatos visuales, narrativas personales, interacción directa con los seguidores y mecanismos virales propios de cada plataforma. Estas técnicas influyen en la percepción del mensaje y en la capacidad del usuario para evaluarlo con espíritu crítico.

Comprender estos mecanismos de difusión es esencial para interpretar correctamente los contenidos financieros en redes sociales y constituye un paso previo necesario para analizar las ventajas y los riesgos asociados a cada tipo de contenido.

Además, la influencia en redes sociales no se fundamenta únicamente en quién emite el mensaje, sino en cuántas veces y de qué forma lo vemos. **Cuando un mismo contenido aparece de manera reiterada en distintos perfiles, plataformas o formatos, puede crear una apariencia de fiabilidad y de familiaridad que, a su vez, puede transformarse en confianza y hacer que creamos en su veracidad, incluso sin haber contrastado la información o analizado de forma crítica su origen.**

En el ámbito financiero, este efecto es especialmente relevante. La repetición y la popularidad pueden hacer que algunas propuestas se perciban como habituales, seguras o adecuadas para la audiencia, cuando en realidad no se dispone de toda la información y puede ocultar riesgos, costes o limitaciones importantes.

El siguiente cuadro recoge información sobre cómo difunden los *finfluencers* sus mensajes en función de la plataforma utilizada, así como el impacto que generan.

Plataforma	Cómo se difunden los mensajes financieros	Impacto del formato
 TikTok	Vídeos muy breves con mensajes directos sobre inversión, trading o criptoactivos; uso de música, texto en pantalla y tendencias; llamadas a la acción rápidas.	Alta viralidad y alcance. Mensajes simplificados, con carga emocional y poco contexto.
 Instagram	Combinación de posts, reels, stories, carruseles de imágenes; vídeos en directo, relatos personales; encuestas; comunidades, colaboraciones con entidades o creadores.	Fuerte componente visual, basado en la proyección de ideales. Mezcla habitual de contenido personal y promocional.
 YouTube	Vídeos largos o <i>shorts</i> con explicaciones detalladas, análisis de mercados, estrategias de inversión; emisiones en directo, canales.	Mayor desarrollo de contenidos y mayor duración del formato explicativo.
 X (antes Twitter)	Mensajes breves, hilos encadenados, debates públicos, comentarios en tiempo real sobre mercados y productos.	Difusión rápida y simple de los mensajes.
 Facebook	Mensajes breves, vídeos en directo, grupos que ayudan a fomentar sentido de comunidad en grupos privados y públicos y discusiones.	Mensajes rápidos y emocionalmente atractivos. Construcción de identidad digital en comunidad.
 Threads	Publicaciones cortas y conversacionales; reflexiones personales sobre inversión; debates informales; respuestas encadenadas.	Estilo cercano y espontáneo. Favorece la percepción de autenticidad y conversación directa.

Plataforma	Cómo se difunden los mensajes financieros	Impacto del formato
 Plataformas de Podcast (Ivoox, Spotify, Apple podcast, etc)	Conversaciones largas, entrevistas, relatos de experiencias personales relacionados con la inversión, planificación financiera, etc.	Influencia basada en la voz, imagen y la narrativa. Genera cercanía y confianza.
 Blogs, foros y newsletters	Artículos, análisis, y envíos periódicos de contenidos financieros.	Mayor desarrollo y estructuración de contenidos. Apariencia de más profesionalidad y sensación de más cercanía.
 Mensajería Whatsapp/ Telegram/ Snapchat	Canales y grupos con alertas, señales de trading, mensajes frecuentes y enlaces externos.	Comunicación continua y directa. Sensación de exclusividad y acceso privilegiado.

Aunque las plataformas mencionadas constituyen algunos de los principales medios utilizados, los *finfluencers* también recurren a otras aplicaciones como Reddit, LinkedIn o Discord. Esta lista no es exhaustiva y puede evolucionar o cambiar con el tiempo.

IV. Actividad de los *finfluencers*: beneficios y riesgos (*red flags*) para la audiencia.

No todos los *finfluencers* son iguales. Algunos tienen como objetivo promover la educación financiera o dar información clara, neutral y transparente sobre contenidos, productos y servicios financieros. Sus contenidos pueden contribuir a fomentar hábitos financieros responsables y despertar el interés por temas como el ahorro y la inversión.

En el ámbito de la inversión, algunos *finfluencers* pueden ayudar al inversor minorista a comprender mejor cómo funcionan los mercados financieros, qué tipos de productos existen y cuáles son sus principales características. También pueden crear conciencia sobre el riesgo de las estafas y fraudes y ofrecer consejo sobre cómo evitarlos.

No obstante, es importante tener en cuenta que algunos *finfluencers* pueden estar actuando en ámbitos sujetos a regulación sin cumplir con la normativa aplicable, lo que puede suponer riesgos importantes para su audiencia.

El principal riesgo, es el de fraude o estafa: en algunos casos, **los *finfluencers* pueden actuar con la intención de estafar, ofreciendo y prestando asesoramiento personalizado en materia de inversión sin estar autorizados**, difundiendo información falsa o engañosa, y promocionando productos o captando clientes para los denominados chiringuitos financieros¹.

El seguidor debe actuar con prudencia y realizar las comprobaciones necesarias antes de invertir o facilitar datos personales o dinero a una persona, entidad o plataforma. De lo contrario, podría exponerse al riesgo de operar con un chiringuito financiero y convertirse en víctima de un fraude.

En algunos casos, los *finfluencers* difunden al público lo que se denominan **recomendaciones de inversión**. Se trata de información en la que se recomienda o sugiere una estrategia de inversión, explícita o implícitamente, relativa a uno o varios instrumentos financieros o a emisores, incluida cualquier opinión sobre el valor o el precio presente o futuro de dichos instrumentos, destinada a los canales de distribución o al público. Los canales de difusión de estas recomendaciones pueden ser, además de las redes sociales, informes de analistas, artículos, blogs, medios de comunicación tradicionales, etc.

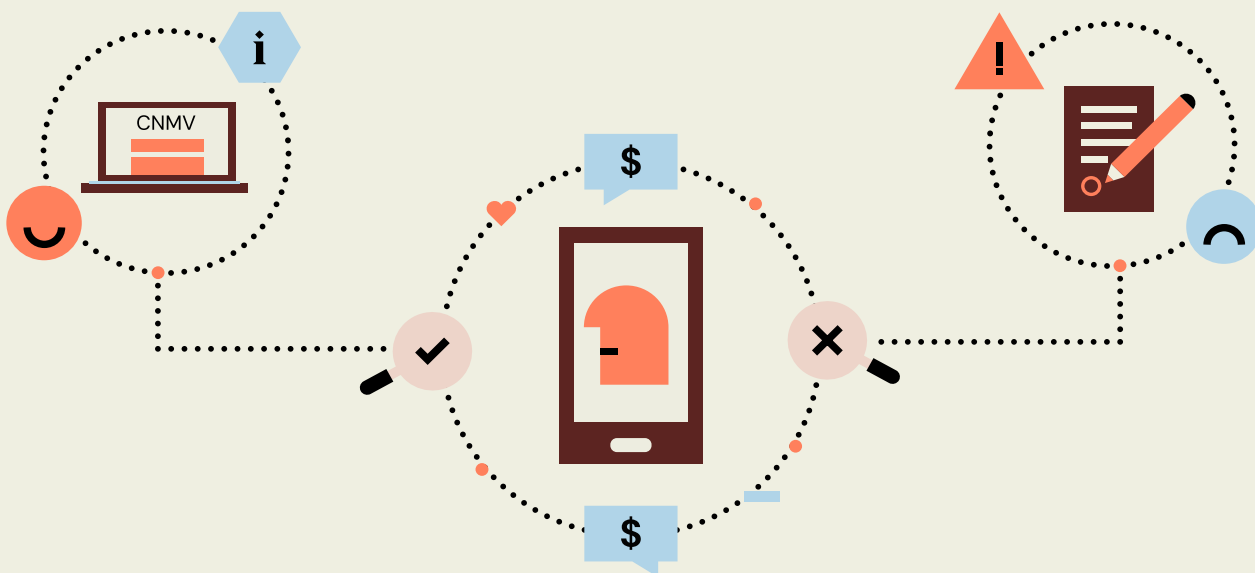
El seguidor debe tener en cuenta que estas recomendaciones de inversión no son personalizadas, por lo que podrían no ser adecuadas para él.

1. Chiringuito financiero: entidad que ofrece y presta servicios de inversión sin estar autorizada para hacerlo.

La emisión de este tipo de recomendaciones de inversión no debe confundirse con la prestación del servicio de **asesoramiento personalizado en materia de inversión**, que solo puede ser prestado por las entidades o personas autorizadas para ello y que tienen la obligación de recabar información sobre los conocimientos y experiencia del cliente, así como información sobre su situación financiera y sus objetivos de inversión.




Todo ello pone de manifiesto la necesidad de desarrollar el pensamiento crítico, contrastar la información con fuentes oficiales (CNMV), e identificar la naturaleza de los contenidos que se publican, así como los riesgos asociados a cada uno de ellos.

A continuación, se incluye un cuadro con los principales riesgos que podrían asumir los seguidores de los *finfluencers* cuando se difunden o promocionan los distintos tipos de contenidos o mensajes.



Tipos de contenidos y posibles riesgos asociados

Tipo de contenido	Posibles riesgos para el seguidor/inversor
 <p>Contenido educativo financiero general</p>	<p>Puede generar una falsa sensación de conocimiento o confianza excesiva. Comprender conceptos básicos no implica estar preparado para invertir en productos financieros.</p>
 <p>Consejos de finanzas personales</p>	<p>Riesgo de seguir consejos o recomendaciones sin tener en cuenta la situación financiera personal.</p>
 <p>Noticias y comentarios de actualidad económica</p>	<p>Puede dar lugar a interpretaciones sesgadas, incompletas o alarmistas que conduzcan a la toma de decisiones financieras precipitadas (comprar o vender por miedo o euforia) sin análisis propio.</p>
 <p>Comparativas y opiniones sobre productos y servicios financieros</p>	<p>Posible falta de objetividad de la información si existe patrocinio o conflicto de interés. La información puede ser parcial, incompleta o no estar actualizada.</p>
 <p>Contenido publicitario o promocional</p>	<p>Puede tratarse de publicaciones pagadas. Si no se identifica claramente como publicidad o promoción, puede inducir a error. Riesgo de tomar decisiones basadas en mensajes comerciales en lugar de contrastar con información regulada y oficial (Por ejemplo: CNMV folleto oficial)</p>
 <p>Cursos, formación y mentorías de inversión</p>	<p>Riesgo de fraude o engaño: promesa falsa de apertura de cuenta para invertir sin arriesgar capital propio tras finalizar la formación. Riesgo de promesas falsas (por ejemplo, "invierte sin riesgo" o "ganancias aseguradas").</p>
 <p>Contenidos sobre criptoactivos y productos financieros complejos</p>	<p>Riesgo elevado de pérdidas significativas, incluso del 100% del capital invertido. En algunos casos, criptoactivos inexistentes o plataformas no autorizadas. Riesgo de estafa o fraude.</p>

Tipo de contenido	Posibles riesgos para el seguidor/inversor
 <p>Estilo de vida vinculado a la inversión</p>	<p>Puede generar expectativas irreales sobre la rentabilidad o el riesgo. Riesgo de decisiones impulsivas por comparación social o presión psicológica.</p>
 <p>Alertas y señales (comprar/vender)</p>	<p>Riesgo de exposición a información errónea, y no ajustada al perfil financiero del seguidor. Riesgo de toma de decisiones inadecuadas.</p>
 <p>Publicaciones centradas en operaciones y estrategias de inversión</p>	<p>Riesgo de ser víctima de un chiringuito financiero, entidad o plataforma que presta servicios y actividades de inversión sin estar autorizado para ello.</p>

V. Consejos finales para el inversor



Evita valorar positivamente y seguir los consejos de un *finfluencer* por el alto número de seguidores o las altas valoraciones mostradas en redes: el tamaño de la audiencia de un *finfluencer*, el número de estrellas, *likes* o votos positivos en una cuenta no indica necesariamente la fiabilidad o el buen hacer de un *finfluencer*. Recuerda que la credibilidad, la experiencia y las valoraciones pueden falsificarse y los seguidores pueden haberse generado como consecuencia de promociones pagadas.



Pregúntate quién está detrás del contenido: ¿Muestra su nombre y apellidos? ¿tiene otros perfiles verificables? ¿LinkedIn, web, foros o blogs? ¿Tiene formación comprobable en temas de finanzas e inversiones? ¿Trabaja para una entidad autorizada para prestar servicios de inversión? ¿Es agente de una entidad autorizada? ¿He comprobado esta información?



Desconfía de los *finfluencers* que apelan a las emociones: si sientes urgencia por actuar rápidamente y tienes miedo de perder una oportunidad de inversión, reflexiona antes de actuar. Las oportunidades de inversión legítimas no requieren la toma de decisiones precipitadas y las llamadas urgentes a “actuar ahora” pueden ser una señal de fraude.



Evita el comportamiento de rebaño: antes de tomar decisiones de inversión basándote en lo que cuentan otros en redes sociales, realiza tu propia investigación y determina si la inversión es adecuada para ti, teniendo en cuenta tus objetivos financieros y tu capacidad para asumir pérdidas. Hay que mantenerse alerta y no confiar en invitaciones a participar en estrategias destinadas a crear tendencias.



Reconoce el sesgo de confirmación: sé consciente de la tendencia a interpretar la información recibida de manera que corrobore tus ideas u opiniones previas. De esta forma, podrías estar siguiendo, de manera selectiva, a *finfluencers* que respaldan tus opiniones o creencias, lo que puede hacer que tomes decisiones no adecuadas para ti.



Cuidado con las promesas de altos rendimientos o retornos constantes con bajo riesgo: toda inversión incorpora riesgo. Si el mensaje promete beneficios elevados, en poco tiempo y sin riesgo, conviene extremar la precaución. En inversión, la rentabilidad y el riesgo van de la mano, a mayor rentabilidad potencial ofrecida, mayor riesgo asociado, y viceversa.



Piensa antes de actuar: dado que los *finfluencers* generalmente no ofrecen recomendaciones de inversión personalizadas ya que dirigen los mensajes al público en general, sus consejos o recomendaciones pueden no ser adecuados para ti.



Antes de seguir el consejo de un *finfluencer*, realiza tus comprobaciones: en el caso de que finalmente se ponga en contacto directo contigo para que inviertas en algún producto o para asesorarte de forma personalizada debe estar autorizado a hacerlo. Comprueba si el *finfluencer* está autorizado para prestar servicios de inversión. Puedes hacerlo en [este enlace](#). También puedes enviar una [consulta](#) a la CNMV o llamar al Teléfono de Atención al Inversor de la CNMV: 900 535 015



La información general, aunque sea útil, no sustituye al asesoramiento profesional: no es lo mismo recibir el servicio de asesoramiento en materia de inversión, que es profesional y personalizado, que seguir recomendaciones de inversión en redes sociales, que están dirigidas al público en general.



Si ves algo raro, dilo: si te encuentras con un *finfluencer* que proporciona información engañosa sobre inversiones o crees que puede estar participando en conductas fraudulentas, denúncialo en la plataforma o red en la que la hayas visto y comunícalo a la CNMV llamando al Teléfono de Atención al Inversor 900 535 015 o envía una [consulta](#).

¿Necesitas más información?



Contáctanos por email



Esta guía tiene como finalidad informar al público en general sobre distintos aspectos relacionados con los mercados de valores. Por su naturaleza divulgativa no puede constituir un soporte para posteriores interpretaciones jurídicas, siendo la normativa en vigor la única fuente a estos efectos.



www.cnmv.es