

**EDITORIAL**

Fraudes y educación financiera

La denuncia de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) contra 13 entidades fraudulentas que operan sin autorización en Chile —cinco aplicaciones móviles y ocho plataformas web— vuelve a poner sobre la mesa las necesidades de avanzar en una mejor educación financiera y de subsanar las brechas del sistema financiero formal, sobre todo, en una era en la que el marketing por medios digitales ofrece una alta validación social.

Ejemplo de lo anterior es que las aplicaciones “Financiera Centa”, “Súper Presta”, “Monticredi”, “Cuota Libre” y “Luz Crédito” están disponibles para su descarga, donde ofrecen créditos con tasas superiores a la tasa máxima convencional. Paralelamente, ocho plataformas web —incluyendo imitadores de instituciones legítimas como Administradora Mater S.A. y Cooperativa Solidaridad— solicitan pagos adelantados para préstamos que nunca materializan.

El caso Sunflower ilustra otra dimensión del problema: cerca de 10 mil personas perdieron dinero en una plataforma de inversiones que prometía rentabilidades del 12% anual. La empresa operaba con al menos 30 colaboradores, proyectando una imagen de solidez que resultó ser completamente falsa. Su desaparición —borrando redes sociales, cerrando sitios web y eliminando perfiles profesionales— evidencia la sofisticación del esquema.

Estos datos exponen, en primer lugar, la brecha ya advertida en junio pasado por un estudio de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Andrés Bello (UNAB) respecto de un déficit en educación financiera. De hecho, el instrumento plantea que

seis de cada 10 personas en Chile han sido víctimas de estafas financieras por redes sociales, y que el grupo más afectado es el de personas entre 24 y 35 años.

Si una persona cree que es posible obtener rentabilidades mensuales del 3%, 4% o más, de manera permanente y sin riesgos, no está frente a una oportunidad. La ausencia de conocimientos básicos sobre funcionamiento financiero hace que estas señales de alarma pasen inadvertidas para miles de chilenos.

En segundo lugar, preocupa la facilidad con que estas entidades operan en plataformas digitales masivas sin rendir cuentas ni haber pasado mecanismos de control mínimos.

Por último, es relevante reparar en la sofisticación que estos fraudes adquieren al imitar a marcas reconocidas, crear oficinas físicas, construir perfiles profesionales creíbles e, incluso, manipular videos mediante inteligencia artificial para invitar a invertir, por medio de conocidas figuras públicas, en determinados instrumentos financieros.

Existe una clara tensión entre inclusión financiera, protección al consumidor y educación ciudadana que merecen debate público serio, que aborde las causas y plantee renovadas respuestas institucionales. La CMF ha actuado denunciando estos casos y manteniendo su herramienta de “Alerta de Fraudes”, pero la fiscalización reactiva siempre genera compensaciones limitadas para las víctimas.

En este último ámbito, prevenir es la mejor opción. Generar capacidades en una población cada vez más expuesta a nuevas formas de manipulación es una tarea prioritaria.