

Fecha: 12-07-2025  
 Medio: Las Últimas Noticias  
 Supl.: Las Últimas Noticias  
 Tipo: Noticia general

Pág.: 12  
 Cm2: 727,4  
 VPE: \$ 3.999.918

Tiraje: 91.144  
 Lectoría: 224.906  
 Favorabilidad:  No Definida

Título: **Influencer advirtió hace un año de Sunflower: “Era imposible que diera 12% de rentabilidad”**

Franco Martini asistió a una charla para conocer cómo funcionaba la empresa que desapareció hace cuatro días

# Influencer advirtió hace un año de Sunflower: “Era imposible que diera 12% de rentabilidad”

Se estima que unas 3.000 personas depositaron dinero en la aplicación. “Perdí \$8.000.000”, dice una de ellas.

MAURICIO RUIZ

El martes 8 se precipitó una debacle financiera. Desapareció la empresa de inversiones Sunflower Technologies, que llegó a Chile con supuestos capitales de Singapur, inició actividades y tenía oficinas en la comuna de Las Condes. La compañía llegó a tener 30 personas trabajando para vender la fórmula que prometía la llamativa rentabilidad de 12% mensual. Bajó las cortinas de su página web, de sus redes sociales y se hizo humo la aplicación para celulares a través de la cual sus clientes invertían.

Ese mismo día parte del personal chileno de Sunflower, encabezado por su gerente general, Jaime Mena, subió un mensaje en las redes sociales donde se culpó a la supuesta jefatura de Singapur de haberse “desentendido completamente de las operaciones”. Los empleados acusaron de que los habían abandonado y que, ante ese escenario, era mejor que los usuarios dejaran de hacer transferencias por la app. Al mismo tiempo, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) daba una alerta de que Sunflower nunca estuvo autorizada para prestar servicios regulados por la Ley Fintech y que, por este motivo, no podía ni fiscalizar ni sancionar a la entidad.

Se estima que unas 3.000 personas pusieron dinero en empresa, que supuestamente financiaba a deudores de tarjetas en Singapur. Pero el año pasado dos influencers dedicados a la educación financiera habían advertido que el negocio olía mal.

“Me llegaron preguntas de seguidores sobre Sunflower y apenas vi la oferta de 12% de rentabilidad mensual advertí que había algo raro”, dice Franco Martini (229.000 seguidores en Instagram).

**¿Por qué?**

“Era imposible que una entidad responsable diera una rentabilidad de 12% garantizada. Y siempre hay que dudar si alguien ofrece cifras elevadas. A mayor rentabilidad, el riesgo siempre es más elevado. En eso hay que tener cuidado”.

Martini empezó a hablar en redes sobre lo extraña que le parecía la oferta y eso gatilló que lo invitaran a la oficina a



Martini fue el primero en advertir que algo andaba mal con la oferta de Sunflower.



Esta es la aplicación que usaba para captar el dinero de la gente.

conocer el negocio.

“Me dio un poco de miedo ir solo y me acompañó un amigo”, recuerda.

Asegura que habló con una persona que era de Singapur y con el equipo chileno de la empresa. Le explicaron que su “fórmula de inversión” era a través de criptomonedas en dólares y que ese dinero llegaba a Singapur para financiar a clientes que estaban morosos con sus tarjetas de créditos.

“El año pasado fui a una charla en el edificio de Las Condes y la explicación rara que daban era que obtenían la rentabilidad y las comisiones de las personas que querían liquidez para pagar cuotas atrasadas de sus tarjetas. Todo me sonó muy chanta y lo denuncié enseguida”, dice Martini.

En agosto de 2024, subió un video en que derechamente llamaba a tener cuidado con entregar plata en esa plataforma (disponible en el link <https://acortar.link/JM5K5y>).

“Se veía que venía mal. En las redes siempre se hablaba de lo raro de la oferta y la empresa seguía creciendo”, relata.

También lo advirtió en sus historias de Instagram (se borran en 24 horas) otro

influencer de educación financiera, Francisco Ackermann. También el año pasado.

“Era para sospechar por la rentabilidad de al menos 12% que ofrecían y con mayor razón por el sistema que decían tener para obtener la rentabilidad”, dice.

### 3.000 afectados

Una de las personas que invirtió en Sunflower fue Valentina Muñoz, quien perdió gran parte del monto del pie que iba a dar para comprar su vivienda nueva.

“Me invitó un excompañero de colegio que trabajaba ahí. Traspasé \$8.000.000 y lo perdí todo. Investigué antes de poner el dinero, hablé con gente que le había ido bien y a mí siempre me mostró que el ahorro subía. Me confié. Ahora solo espero recuperar algo”, dice.

Ricardo Bravo, quien representa a 50 usuarios, dice que aún no está clara la cantidad de afectados, pero las estimaciones hablan de 3.000.

“Hay víctimas que no denuncian por vergüenza o desconocimiento legal en su forma de proceder”, dice.

“El perjuicio patrimonial directo supera con creces los \$3.000 millones entre mis representados. En nuestra acción penal tenemos víctimas que han perdido desde US\$2.000 (cerca de \$1.900.000) a más de US\$50.000 (unos \$47.550.000). Estamos hablando de un impacto devastador en sus economías familiares”, declara.

Bravo cuenta que las querellas son contra el representante legal de Sunflower Technologies y contra quienes resulten responsables.

“Tenemos antecedentes de un ciudadano extranjero domiciliado en Singapur, quien figura como responsable ante el Servicio de Impuestos Internos. Además, pedimos que se investigue a otros partícipes de la operación, incluyendo quienes fueron intermediarios si existe, administraron fondos o facilitaron su desvío”.

### ¿Por qué sus representados confiaron en Sunflower? ¿No sospecharon del 12% mensual de rentabilidad?

“Hay que comprender el contexto. Sunflower operaba con una estructura bien armada: tenía oficinas visibles, sitio web, aplicación móvil, promesas de validación ante la CMF y pagos iniciales que se cumplían. Sumado a eso, estamos en un momento en que hablar de inversiones es hablar directamente de crecimiento e incluso de modernidad, lo que hace mucho más atractivas este tipo de promesas. Mis representados no son expertos financieros, muchos confiaron por recomendaciones de familiares, por la formalidad de la empresa y por la narrativa tecnológica. El 12% se presentaba como una ganancia asociada a criptomonedas y estrategias de crecimiento digital. Hubo manipulación emocional y un uso sofisticado de herramientas para generar confianza y simular legalidad”.

