

Darío García CEO de Flake Agency

"Convertimos confianza y educación financiera en clientes reales para las fintech"



Cada vez con más frecuencia, las empresas del sector Fintech recurren a influencers financieros para captar clientes. Hablamos de ello con Darío García, CEO de Flake Agency.

¿Por qué las fintechs, bancos y plataformas de inversión están apostando cada vez más por influencers financieros para captar clientes?

En fintech, los canales de paid media pueden generar clics, pero no siempre resuelven la barrera principal: la confianza. Una fintech, banco o plataforma de inversión puede te-

ner un gran producto, pero el usuario necesita confiar en él y entenderlo antes de registrarse, invertir o contratar el servicio.

En Flake Agency vemos el influencer marketing financiero como un canal de adquisición para captar clientes para fintechs: no se trata solo de conseguir alcance, sino de convertir confianza, educación y autoridad en registros, depósitos y leads cualificados.

En un sector donde la confianza es clave, ¿qué diferencia a un influencer financiero de un creador de contenido generalista?

Un creador generalista aporta alcance masivo, pero poco cualificado; un influencer financiero aporta contexto, autoridad y una comunidad interesada en ahorro e inversión. Su audiencia no busca entretenimiento, busca tomar mejores decisiones con su dinero y aprender sobre finanzas. Por eso su autoridad de cara a su audiencia es mucho más valiosa.

¿Qué formatos y canales están funcionando mejor hoy para conectar con potenciales inversores o usuarios: YouTube, podcasts, newsletters, TikTok...?

YouTube y podcasts funcionan muy bien para productos financieros que requieren mayor explicación, autoridad y confianza antes de convertir. Instagram es útil para conseguir clientes cuando el mensaje es simple y educativo. Y las newsletters financieras son relevantes por su audiencia más fidelizada, pero suele ser más reducida. La clave es adaptar formato, creador y mensaje al producto y al funnel de cada fintech.

¿Cuáles son los principales riesgos o errores que cometen las marcas financieras al trabajar con divulgadores financieros?

Los principales errores son elegir creadores solo por número de seguidores, lanzar mensajes demasiado comerciales, prometer resultados que

no deben prometerse, no adaptar los disclaimers, no revisar claims de producto y medir solo views en lugar de registros, depósitos, CAC o el LTV.

Flake Agency está especializada en influencer marketing financiero. ¿Qué exige este tipo de campañas en términos de credibilidad, compliance y control del mensaje que no ocurre en otros sectores?

Este tipo de campañas exige más rigor que una campaña de consumo porque el mensaje puede influir en decisiones económicas del usuario. No basta con seleccionar creadores con audiencia: hay que analizar credibilidad, reputación, encaje con el producto, claims permitidos y disclaimers.

Flake Agency es una agencia de influencers financieros especializada en ayudar a fintechs, bancos, brókers, neobancos y plataformas de inversión a captar clientes mediante campañas con creadores financieros. La diferencia está en combinar estrategia de adquisición, conocimiento del ecosistema de influencers, compliance y control del mensaje.