

ESCUELA DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD  
TORCUATO  
DI TELLA

**“Influencia y Riesgos del Uso de Redes Sociales  
por Inversores Minoristas”**

**CURSO: MBA 2020**

**ALUMNO: KURT GATTIKER**

**TUTOR: HERNAN MANFREDI**

Buenos Aires, Argentina  
**Mayo 2022**

## AGRADECIMIENTOS

A Yami, Milo y Emma por acompañarme y brindarme su amor incondicional en todo momento.

A mi familia, por su apoyo y palabras de aliento en cada paso.

A Roberto y César por acompañarme y empujarme a seguir creciendo.

A todo el cuerpo de profesores de la UTDT por todo lo aprendido durante este duro pero gratificante camino transitado estos 2 años.

A mis compañeros y amigos que hice durante el MBA, por enriquecer enormemente toda la experiencia.

A Hernán, por sus consejos y apoyo en el último tramo del programa cuando las fuerzas no abundaban.

## RESUMEN

Las redes sociales han llegado a nuestras vidas para quedarse, especialmente en las nuevas generaciones donde su influencia y participación en cada aspecto de la vida cotidiana toma un rol relevante. Hoy en día, más del 35% de la población mundial se encuentra activa en redes sociales, por lo que el alcance de las mismas es muy significativo y se encuentra aún en pleno crecimiento. Dentro del espectro de influencia se encuentran las decisiones financieras, donde los consumidores de redes y a su vez inversores minoristas, consciente e inconscientemente, se ven afectados por los mensajes a los que se encuentran expuestos.

Este trabajo buscó analizar la participación del segmento minorista en las transacciones en los mercados financieros, y en la manera que los inversores minoristas, experimentados o inexperimentados, se informan para tomar sus decisiones de inversión. Como se verá en el trabajo, las redes sociales cumplen un rol primario en como las nuevas generaciones se informan para la toma de sus decisiones financieras.

Adicionalmente, este trabajo se enfocó en los riesgos a los que están expuesto las personas producto de estar presente en las redes sociales, las cuales, al ser utilizadas por una gran parte de la población mundial, son un medio ideal para cometer fraudes a grandes escalas, con gran velocidad y pocos costos. El desafío de los organismos de control de los distintos países es lograr identificar y desactivar los fraudes que se comenten a través de ellas, mediante una temprana detección y una eficaz comunicación de los riesgos a la población general.

Por último, se analizó lo ocurrido con la acción de GameStop durante el año 2021 producto de lo actuado por el segmento minorista, y se entrevistó a referentes del mercado para conocer sus opiniones respecto a la relevancia de las redes sociales en los mercados actuales.

Se concluye que las redes sociales son cada día más influyentes en los mercados y abarcan más terreno en la difusión de información para la gente especializada y

no especializada, especialmente los que son extremadamente volátiles, como las criptomonedas. Tal cual lo visto en las entrevistas con referentes que operan en los mercados, las redes sociales permiten el intercambio de información entre actores del mercado que ningún otro medio tradicional puede ofrecer, otorgándoles de esta manera un papel cada vez más protagónico en el ambiente bursátil y de los negocios.

Palabras Clave: REDES SOCIALES, FRAUDES, INVERSORES MINORISTAS.

## INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS .....	2
RESUMEN .....	3
INTRODUCCION .....	7
MARCO TEÓRICO.....	11
CAPITULO I – Las Redes Sociales.....	11
1.1. Historia de las Redes Sociales.....	11
1.2. Utilización de las Redes Sociales como Herramienta de Información.....	14
CAPITULO II – Redes Sociales e Inversores Minoristas.....	19
2.1 Relevancia de los Inversores Minoristas .....	19
2.2 Influencia de las Redes Sociales en Inversores Minoristas.....	22
2.3 Importancia de las Redes Sociales para las Compañías .....	26
CAPITULO III – Riesgos / Fraudes .....	29
3.1. Fraudes en la Utilización de las Redes Sociales (Online y Offline).....	29
3.2. Tipos de Estafas / Fraudes utilizando Redes Sociales e Internet.....	33
3.3. Rol de la SEC Respecto a las Estafas Piramidales.....	36
3.4. Advertencias de la SEC.....	38
MARCO EMPÍRICO .....	41
Análisis & Entrevistas.....	41
4.1. Introducción al Marco Empírico .....	41
4.2. Caso GameStop.....	42
4.3. Entrevistas a Referentes del Mercado.....	51
CONCLUSIONES GENERALES.....	59
ANEXOS .....	63
BIBLIOGRAFÍA .....	68

## INDICE GRÁFICOS

Gráfico 1. Creación de las Principales Redes Sociales del Mundo .....	13
Gráfico 2. Porcentaje de Utilización de Plataformas por adultos en EEUU .....	14
Gráfico 3. Usuarios Mundiales Activos por Red Social en 2021.....	15
Gráfico 4. Fuentes de Información para Ideas de Inversión .....	16
Gráfico 5. Utilización de Redes Sociales para Inverstigar sobre Inversiones .....	18
Gráfico 6. Descargas Mensuales de Aplicaciones de Inversión Minorista .....	19
Gráfico 7. Variación Descargas de Aplicaciones .....	20
Gráfico 8. Participación de Mercado por Segmento (US).....	21
Gráfico 9. Influencia de Consejos en Redes Sociales en Predicción de Precios .	25
Gráfico 10. Reportes sobre Fraudes Originados por Redes Sociales .....	30
Gráfico 11. Porcentaje de Pérdidas Reportadas por Tipo de Estafa .....	31
Gráfico 12. Cantidad de Pérdidas Reportadas por Tipo de Estafa .....	31
Gráfico 13. Reportes de Estafas con Criptomonedas .....	32
Gráfico 14. Cotización Acción GameStop vs S&P .....	43
Gráfico 15. Cotización Acción y Exposición a Posiciones Cortas de Fondos .....	46
Gráfico 16. Cotización Acción GameStop (Enero – Febrero 2021).....	47
Gráfico 17. Cotización GME (Semana Enero 2021).....	49

## INDICE IMÁGENES

Imágen 1. Telar de la Abundancia.....	35
Imágen 2. Sucursales Game Stop 2021.....	42
Imágen 3. Tweet Elon Musk “Gamestonk” .....	48

## INTRODUCCION

### **Planteamiento del problema de la Investigación**

A lo largo del trabajo, repasamos la historia de las redes sociales, y el rol principal que ocupan en los inversores minoristas al momento de informarse y, cada vez más, buscar consejos a la hora de tomar sus decisiones de inversión. Acorde a encuestas en Estados Unidos, el 35% de los inversores entre 18 y 35 años utilizan redes sociales para informarse sobre posibles inversiones, lo que denota la influencia de estas en las nuevas generaciones.

Con el rol cada vez más preponderante de las redes sociales en todos los aspectos de la vida cotidiana de las personas de todo el mundo, y especialmente en Estados Unidos donde el 69% de los adultos son usuarios activos de Facebook, nos proponemos identificar el impacto que tiene en las decisiones de los usuarios de redes sociales en sus decisiones de inversión, y también exponer a los riesgos a los que se esta expuesto producto de la hiper conectividad en la que vivimos.

Al ser un tema relativamente nuevo en comparación a otros fenómenos estudiados por la rama de *behavioral finance*, que estudia cómo afecta la psicología y los sesgos en la toma de decisiones financieras, queda mucho por descubrir sobre el impacto consciente y subconsciente que tienen las redes sociales sobre las decisiones financieras en los inversores del mercado actual.

Así mismo, las plataformas de inversión ofrecidas en el mercado hoy en día (cuyas principales plataformas tuvieron como Robinhood y Coinbase 7,5 millones de descargas durante 2020/2021), facilitan la operación para los inversores sin grandes capitales, para que con una cartera limitada pueda participar activamente de un mercado en el que hace algunas décadas les hubiese resultado imposible participar. Dichas plataformas, han sido protagonistas de un incremento en el acceso a instrumentos antes reservados para grandes capitales, como podría ser comprar acciones, fondos de inversión, o incluso la operatoria de vender en corto.

Por otro lado, junto con los beneficios que le ha traído al inversor este acceso a información a través de canales informales y sin edición por parte de los intereses de grandes grupos, existen riesgos asociados que facilitan los fraudes y estafas que han ido ganando terreno en el ámbito virtual. La *Securities Exchange Commission* (SEC) de Estados Unidos, organismo de control para lo relacionado a inversiones de ese país, por su parte posee herramientas y recursos limitados para poder hacer frente al creciente número de estafas y fraudes perpetrados en la Web.

Por último, para ilustrar el impacto que tienen las redes sociales en las inversiones minoristas, introdujimos el caso de GameStop, cuya acción experimentó una volatilidad extrema producto de la utilización de redes sociales por parte de inversores minoristas, con poco volumen de trading individual, pero organizados a través de plataformas sociales. Esta estrategia organizada hizo que la acción vea incrementado su valor en un 2.350% en solo unos días de trading.

### **Objetivo General**

Proveer un análisis del impacto que tienen las redes sociales sobre las decisiones de inversión y los riesgos a los que están expuestos los inversores producto de la utilización de redes sociales.

### **Objetivos Específicos**

- A- Analizar cómo se informan cotidianamente las personas para tomar sus decisiones.
- B- Investigar como influyen las redes sociales en las decisiones de inversión de los inversores minoristas.
- C- Identificar los riesgos/fraudes involucrados respecto a la utilización de redes sociales para las inversiones.
- D- Brindar un análisis de como se organizaron de inversores minoristas en el *short squeeze* de la acción de GameStop.

## **Preguntas de Tesis**

Pregunta de Tesis N°1 - ¿Cómo se informan los inversores minoristas para tomar sus decisiones de inversión?

Pregunta de Tesis N°2 - ¿Cómo influyen las redes sociales en las decisiones financieras de sus usuarios?

Pregunta de Tesis N°3 - ¿Qué riesgos asociados existen al uso de redes sociales al momento de invertir?

Pregunta de Tesis N°4 - ¿Cómo se trata de prevenir las estafas desde los organismos de control en USA, como lo comunican a los inversores?

## **Descripción del Marco Teórico**

En el primer capítulo, el presente trabajo repasa la historia de la creación de las redes sociales más influyentes del siglo XXI, y su influencia en los últimos años en la comunicación por parte de la población mundial.

En el segundo capítulo, nos centramos principalmente en el rol de las redes sociales en materia de inversión por parte de inversores minoristas, donde se analiza la influencia de éstas en las decisiones y valoraciones que un inversor puede llegar a tomar dependiendo al tipo de información al que fue expuesto vía redes.

En el tercer capítulo el trabajo se enfoca en los distintos tipos de estafas que ocurren en materia de inversiones vía la utilización de redes sociales. Así mismo, se hace especial hincapié en el rol de la SEC (*Securities Exchange Commission*), y las advertencias regulares que hace a los inversores para evitar caer en estafas.

## **Descripción del Marco Empírico**

El marco empírico está compuesto por el caso GameStop, donde se detalla como a través de la red social Reddit, en un grupo especializado en inversiones llamado

WallStreetBets, muchos inversores minoristas se organizaron y elaboraron una estrategia común para poder influir en el precio de la acción.

Dentro del caso, no solo se expone la fuerza de las redes sociales para influir y organizar a individuos, sino también se menciona la parte legal y ética de la operación detallada en el caso.

Así mismo, se realizó entrevistas especialistas del área de inversiones minoristas, los cuales, entre otras cosas, manejan carteras de terceros, estudian el impacto de las redes en la demanda de activos y también participan en podcasts semanales con personas referentes del área de inversiones y redes sociales.

### **Metodología de la Investigación**

El presente trabajo es una investigación del tipo descriptiva, la cual tiene en objetivo de dimensionar cuantitativa y cualitativamente el impacto de redes sociales en la población inversora y los riesgos a los que están expuestos los usuarios de redes.

Para lograrlo, repasaremos la historia de las redes, encuestas sobre el uso de redes sociales para distintos fines (información general, inversiones, comunicación) y también analizaremos estudios académicos que analizan cuantitativamente el impacto de redes en los inversores y en el uso de redes por parte de empresas para comunicarse con sus clientes.

Posteriormente, en la parte empírica del trabajo, analizaremos el caso GameStop y entrevistaremos a referentes del mercado bursátil argentino para relacionar lo empírico con lo relevado en la parte teórica del trabajo.

La investigación busca que el lector pueda adquirir conocimiento sobre el poder de las redes sociales sobre las decisiones que uno toma, y para que se informe sobre cómo evitar caer en las estafas comunes que se llevan a cabo a través de las mismas.

# MARCO TEÓRICO

## CAPITULO I – Las Redes Sociales

### 1.1. Historia de las Redes Sociales

Con el nacimiento de Internet en la década el '60, y luego con el uso doméstico en la mayoría de los países del mundo durante la década del '90, las redes sociales estuvieron presentes casi desde el nacimiento mismo del internet. Si bien las redes sociales en su nacimiento se expresaban mayormente en foros y servicios de mensajería, la comunicación entre personas conocidas y desconocidas tuvieron lugar desde la masificación de Internet.

Una de las principales redes sociales que existieron, tal como las conocemos ahora, fueron Six Degrees, la cual tuvo su apogeo a finales de la década de 1990, en la cual uno se podía conectar con gente fuera de su círculo más cercano, a las cuales les podía hacer llegar mensajes en la red o vía e-mail. Six Dregrees llegó a tener una base de 3.500.000 usuarios a principios del año 2000, convirtiéndola en una pionera de esta categoría de plataformas sociales masivas.

Friendster, por su lado, fue lanzado en el año 2003 y nació originalmente como una red social para *gamers*. Luego fue rediseñándose para convertirse en la red preferida por los usuarios, donde la plataforma permitía conectarte con amigos, compartir fotos y videos, llegando a tener una base de usuarios superior a los 115 millones de usuarios, siendo la mayoría de ellos del continente asiático. El sitio cerró en 2018 debido a no poder mantener un tráfico de usuarios estable.

Casi simultáneo con Frienster, fue creado LinkedIn en 2002, enfocándose principalmente en las redes sociales laborales para sus usuarios. 20 años después, la plataforma mantuvo su idea original desde su lanzamiento, llegando a los 575 millones de usuarios en el 2022.

En 2003 también vio su nacimiento MySpace, la cual desde su creación tuvo una gran aceptación por parte de los usuarios que buscaban conectarse con amistades, familiares, y gente nueva. El sitio permitía customizar la página de cada usuario con fotos, música e intereses, con el objetivo que cada usuario pueda expresar libremente sus gustos. En el 2008 llegó a tener una base de usuarios únicos de 115 millones, antes de perder su tráfico con otras redes sociales nacientes, como Facebook.

Facebook por su parte, fue creado en 2004 por el tan conocido Mark Zuckerberg, la cual en su origen estaba dirigida a estudiantes de Harvard, y luego fue abriendo su abanico a otras universidades estadounidenses. Al 2006 ya estaba disponible para usuarios con mails que no sean universitarios, convirtiéndose en la red social más grande del mundo, con 2.900 millones de usuarios en el último trimestre de 2021. Si bien dicha red social fue mutando a lo largo de los años, el espíritu original de conectarse con personas sin importar el lugar del mundo siguió vigente a lo largo de los casi 18 desde su creación.

Twitter, a su vez, fue creado en 2006 con otro tipo de formato de red social comparado a sus predecesores. Dicha red social fue creada con el espíritu de que cualquier usuario tenga una voz, y que sus opiniones o noticias sean diseminadas rápidamente en la red con un límite original de 140 caracteres por mensaje. Luego el límite de caracteres fue incrementado a 280, y es una red muy buscada por famosos, periodistas y políticos para compartir sus ideas. Al día de hoy, Twitter tiene cerca de 400 millones de usuarios alrededor del mundo.

Luego vino Instagram, creada en 2010 la cual, a diferencia de Twitter, se enfocaba casi exclusivamente en fotos y videos por parte de sus usuarios. Por otro lado, fue creada como una aplicación para ser utilizada exclusivamente en un celular, lo que la diferenció de Facebook que tuvo que adaptarse de una versión de computadora de escritorio a una versión *mobile*. Instagram es elegida también por famosos y gente corriente para compartir sus fotos y videos con pequeños mensajes, y actualmente tiene más de 1.000 millones de usuarios. La empresa fue adquirida por

Facebook en 2012, lo cual incrementó fuertemente su tráfico en plena etapa de crecimiento de la aplicación.

Snapchat, creada en 2011, tuvo un paso más fugaz en los corazones de los usuarios. La aplicación introdujo un diferenciador que los mensajes y fotos enviadas a otros usuarios desaparecían luego de ser abiertas, captando la atención temprana del público. Luego introdujeron filtros para fotos y videos, las cuales sirvieron como “inspiración” para las historias de Instagram y los filtros utilizados en esa plataforma. Al cuarto trimestre de 2021 la aplicación aún cuenta con 320 millones de usuarios activos.

Whatsapp, por último, fue creado en 2009 con el objetivo de ofrecer mensajería gratuita e irrestricta entre usuarios de teléfonos inteligentes de cualquier marca. Nació con el objetivo de competirle a Blackberry y su servicio de mensajería disruptivo en la década del 2000. Al año 2020 ya contaba con más de 2.000 millones de usuarios activos, y hoy es el servicio de mensajería más utilizado en el mundo. Al igual que Instragram, también fue adquirido por Facebook en el año 2014 por 19.000 millones de dólares acorde a la revista Forbes.

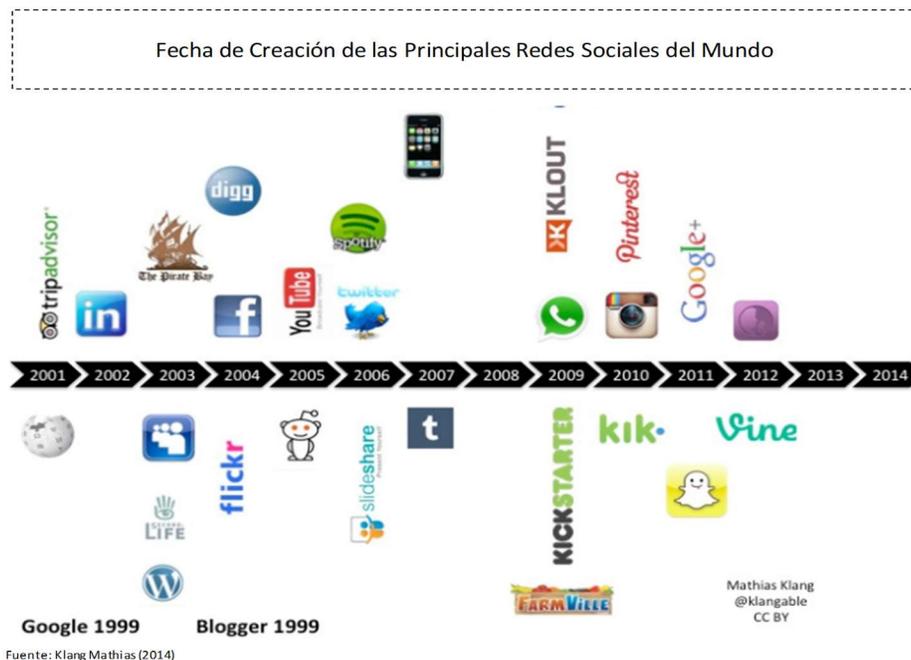


Gráfico 1. Creación de las Principales Redes Sociales del Mundo – Fuente: Klang

## 1.2. Utilización de las Redes Sociales como Herramienta de Información

Durante los últimos 20 años, el uso de redes sociales ha ido incrementando su participación en la vida de comunicarse e informarse por la población, especialmente en los segmentos denominados Generación Y o *Millennials*. Acorde a una encuesta de Ypulse, una compañía especializada en marketing enfocada en las nuevas generaciones realizada en el año 2021, relevó que el 30% de los *Centennials* o Generación Z, y el 26% de los *Millennials* consideran que “las redes sociales son su principal fuente de información de noticias”. No es de extrañar dicho porcentaje, ya que las redes sociales se consumen en aparatos móviles como celulares o tablets, los cuales son utilizados por la enorme mayoría de estos segmentos relevados.

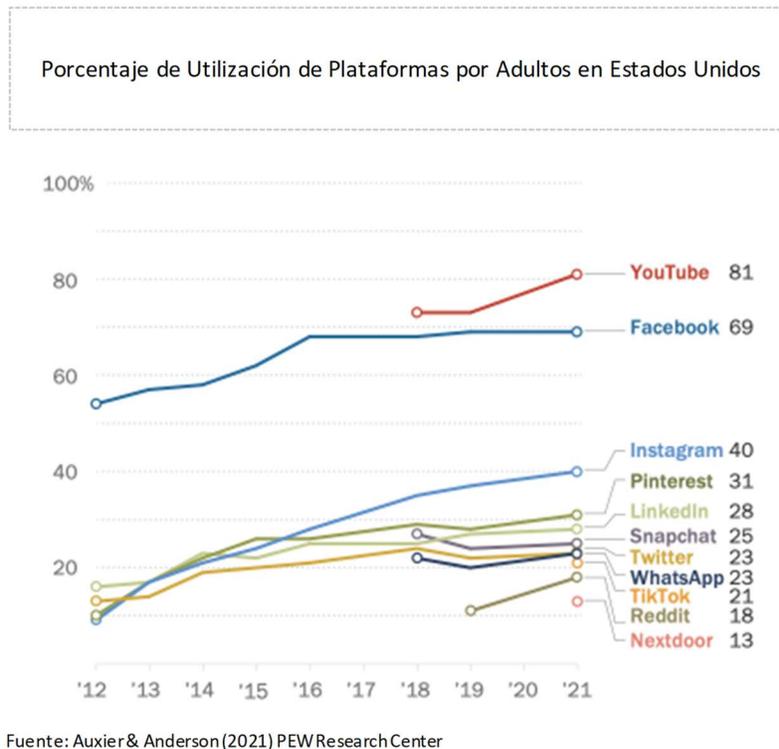
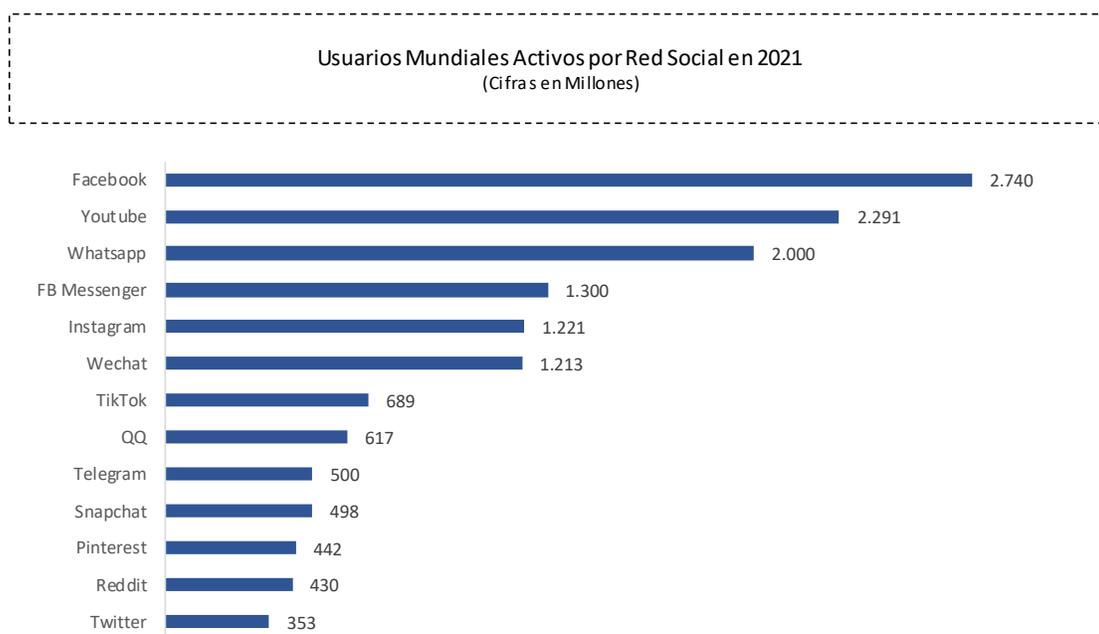


Gráfico 2. Porcentaje de Utilización de Plataformas por adultos en Estados Unidos – Fuente: PEW

Sin embargo, como se puede ver en el gráfico 2, confeccionado por Auxier, Anderson (2021), no son solo las nuevas generaciones que consumen noticias o se comunican ávidamente a través de las redes sociales. Tal como lo indica el gráfico, el porcentaje de utilización de las principales plataformas y aplicaciones de redes sociales, por parte de adultos en Estados Unidos en este caso, alcanza a una gran parte de la población, especialmente con las plataformas de Youtube y Facebook, con un 81% y 69% de utilización, respectivamente.

Así mismo, En un informe publicado por la consultora Hootsuite en enero 2021, las cifras de usuarios activos en las distintas redes sociales mundiales marca la relevancia de estas plataformas en la vida cotidiana de las personas.



Fuente: Hootsuite. Informe "We are Social". Enero 2021

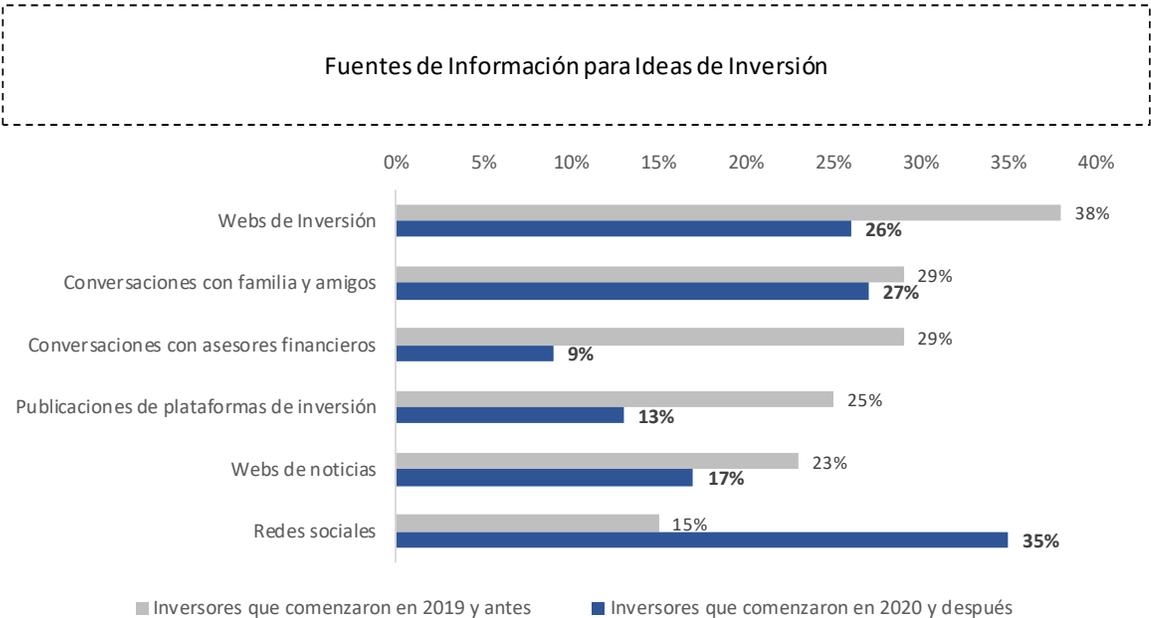
*Gráfico 3. Usuarios Mundiales Activos por Red Social en 2021– Fuente: We are Social*

Como se puede ver en el gráfico 3, obtenido de la consultora Hootsuite (2021), en enero de 2021 cerca del 35% de la población mundial (incluyendo niños y ancianos) era un usuario activo de Facebook, con una cifra estimada en 2.740 millones. Otras plataformas como Youtube y Whatsapp, dedicadas la primera a la difusión de información, y la segunda enfocada en la comunicación entre personas, presentaban una cantidad de usuarios activos de 2.291 millones y 2.000 millones,

respectivamente. Esto demuestra la masificación de estas plataformas, y la posibilidad de influir en alguien que se encuentra en otro lado del mundo sin ningún tipo de impedimentos en la mayoría de los casos.

Cuando nos enfocamos en lo relacionado a su influencia y fuente de información para temas relacionados específicamente de inversiones, empiezan a aparecer diferencias generacionales en el consumo de plataformas digitales y tradicionales, decantándose los más jóvenes e inexpertos por las plataformas y redes sociales, mientras que las personas de más edad por las opciones tradicionales y personales.

Tal como comenta el autor especialista en finanzas Maximiliano Zozdiejko en un artículo publicado en la revista Bank (2021), hace 25 años “si no estabas en el piso de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, todo era más dificultoso y lento”. Al nuevo paradigma de información mediante el uso de redes la define como “Federalización universal de las finanzas, y como la descentralización de información a la máxima expresión”.



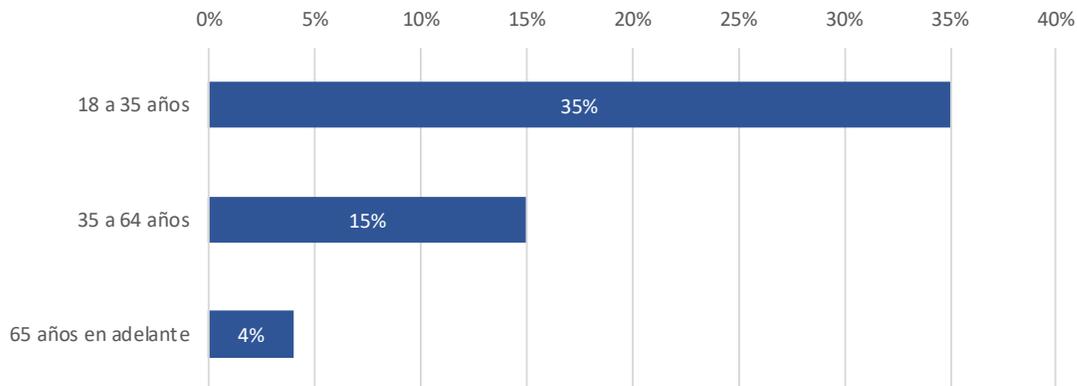
Fuente: Gráfico realizado con información de CNBC

Gráfico 4. Fuentes de Información para Ideas de Inversión– Fuente: CNBC

Tal como se exhibe en el gráfico 4, una encuesta de la CNBC de agosto de 2021, consultó a inversores con experiencia en operaciones previas al año 2019 y a inversores más inexpertos o novatos los cuales comenzaron a operar en el año 2020 o posterior, de donde se nutrían de información para las tomas de decisiones en sus inversiones. En algunos casos, puntos como en “conversaciones con asesores financieros” o la utilización de “redes sociales”, marca una clara diferencia generacional. Mientras que los inversores con mayor experiencia y habiendo iniciado sus inversiones en muchos casos en una etapa previa al boom de las redes sociales, se decantan por una manera más tradicional en la búsqueda de información para sus inversiones, como hablar con personas de la industria, asesores financieros, y en muchos casos, webs de inversión.

Por otro lado, tenemos a las personas que comenzaron a operar e invertir en el año 2020 y 2021. En este grupo podemos asumir que son más jóvenes que el grupo anterior, y muy probablemente en su mayoría comenzaron a operar vía aplicaciones de celular como Robinhood, Coinbase o TD Ameritrade, tal cual las hemos mencionado anteriormente. Este grupo se informa en una buena parte de manera similar al grupo anterior, vía webs de inversión o conversaciones con familiares y amigos. Sin embargo, un 35% de este grupo obtiene información regular de redes sociales para ayudar a definir sus inversiones, en comparación a solo el 15% del grupo más experimentado. Dentro de esta categoría de redes sociales, se incluyen plataformas como Reddit, los cuales consisten en foros públicos y anónimos, lo cual puede llevar a decisiones desinformadas, la divulgación de noticias falsas y maliciosas, y en muchos casos como lo hablaremos más adelante en el trabajo, a fraudes organizados.

Utilización de Redes Sociales para Investigar sobre Inversiones



Fuente: Gráfico realizado con información de CNBC

*Gráfico 5. Utilización de Redes Sociales para Inverstigiar sobre Inversiones– Fuente: CNBC*

Tal como lo hemos mencionado en los párrafos anteriores, la diferencia generacional marca una clara diferencia en las fuentes de información. Cuando se comparan los grupos tan diferenciados como los Generación Z y Millennials (18 a 35 años) con los llamados “Baby Boomers” (65 años en adelante), tal cual se muestra en el gráfico 5, se puede diferenciar una brecha de más de 31 puntos porcentuales en la utilización de redes sociales para sus decisiones de inversión.

En el capítulo II a continuación, nos enfocaremos en el segmento de inversores minoristas, los cuales a través de plataformas mencionadas anteriormente como Robinhood, han ido incrementando su participación en el mercado bursátil del mundo. Así mismo, nos enfocaremos en la influencia de las redes sociales mencionadas durante el Capítulo I sobre el segmento minorista, y en la importancia y uso de las redes sociales por parte de empresas.

## CAPITULO II – Redes Sociales e Inversores Minoristas

### 2.1 Relevancia de los Inversores Minoristas

La influencia y participación de los inversores minoristas en los últimos años ha ido creciendo exponencialmente. Hay muchos factores que han llevado a este crecimiento, pero uno de los más influyentes sin lugar a dudas ha sido la masificación de aplicaciones de celular que con unos pocos clics te permiten abrir una cuenta y comenzar a operar con comisiones muy bajas. Gran parte del público que se volcó a estas aplicaciones, fueron los llamados millenials, producto de la gran difusión por redes sociales como Reddit en la estrategia de *short squeeze* de la acción de GameStop durante los primeros meses del año.

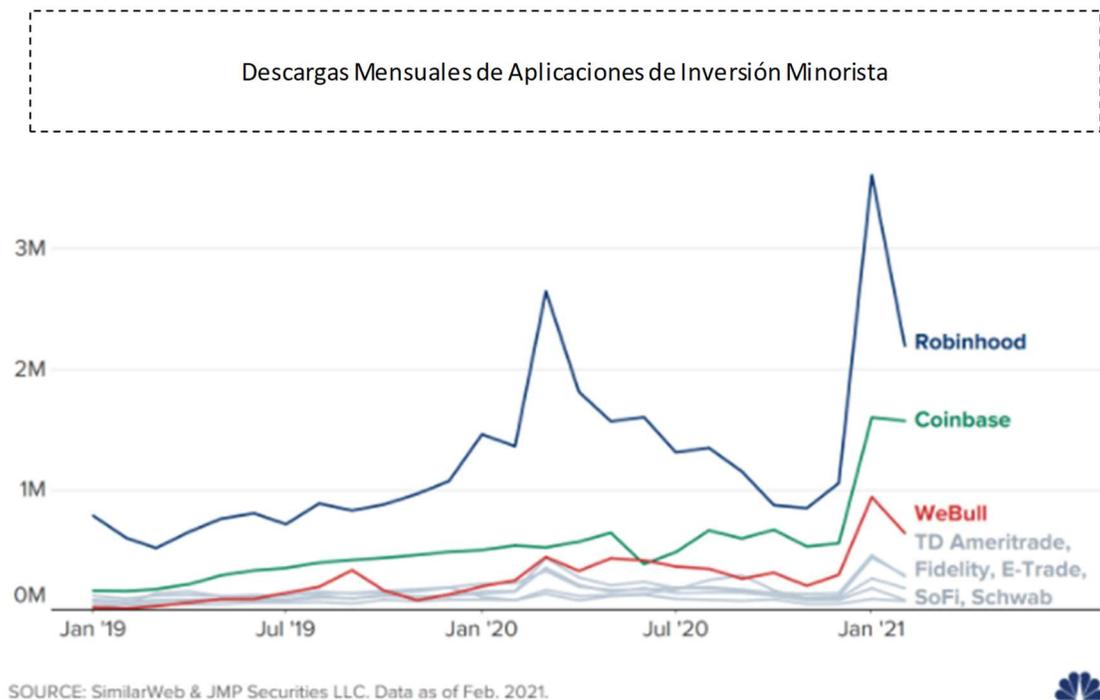


Gráfico 6. Descargas Mensuales de Aplicaciones de Inversión Minorista– Fuente: CNBC

Como se puede ver en los gráficos 6 y 7, confeccionados por CNBC, las descargas de la aplicación Robinhood durante enero de 2021 ascendió a 3,6 millones, lo que se traduce en un incremento superior al 154% vs Enero 2020 (1,4 millones). Y no fue la única aplicación que vio incrementado sensiblemente sus descargas, sino que Coinbase, WeBull y otras apps como TD Ameritrade vieron picos de demanda durante esos meses.

Variación Descargas de Aplicaciones				
	2018	2019	2020	Jan-21
Robinhood	596,960	787,569	1,419,972	3,613,778
YOY % Change	.	32%	80%	154%
Webull	74,716	112,609	318,469	938,619
YOY % Change	.	51%	183%	195%
Sofi	N/A	125,501	147,321	181,869
YOY % Change	.	N/A	17%	23%
Coinbase	321,618	321,563	552,720	1,601,914
YOY % Change	.	0%	72%	190%
TD Ameritrade	115,024	89,879	196,140	434,743
YOY % Change	.	-22%	118%	122%
Schwab	55,441	60,270	89,132	92,789
YOY % Change	.	9%	48%	4%
E-Trade	84,808	97,942	158,868	262,776
YOY % Change	.	15%	62%	65%
Fidelity	128,341	132,546	187,330	455,972
YOY % Change	.	3%	41%	143%

Fuente: CNBC

Gráfico 7. Variación Descargas de Aplicaciones– Fuente: CNBC

Según explica el sitio CNBC, una de las mayores razones de la aceleración por las que inversores minoristas se inclinaron por empezar a invertir en la bolsa, fue por “la decisión de la industria de bajar comisiones durante la primavera del 2019”. En términos numéricos de la influencia de los inversores minoristas, la firma Goldman Sachs “determinó que el valor en dólares de todas las transacciones de pequeños lotes (proxy para inversores minoristas) ha aumentado un 85% durante el 2020”. Tal como lo explica David Kostin, encargado de la estrategia de Equities en USA para Goldman Sachs, el “exceso de liquidez de las familias americanas, las cuales estimamos en USD 1,5 billones, deberían seguir alimentando el boom de inversores minoristas” (CNBC, 2021). Uno de los grandes componentes de este exceso de

liquidez en las familias, puede atribuirse a los estímulos que ha otorgado el Gobierno de Estados Unidos durante la pandemia durante el 2020 y 2021

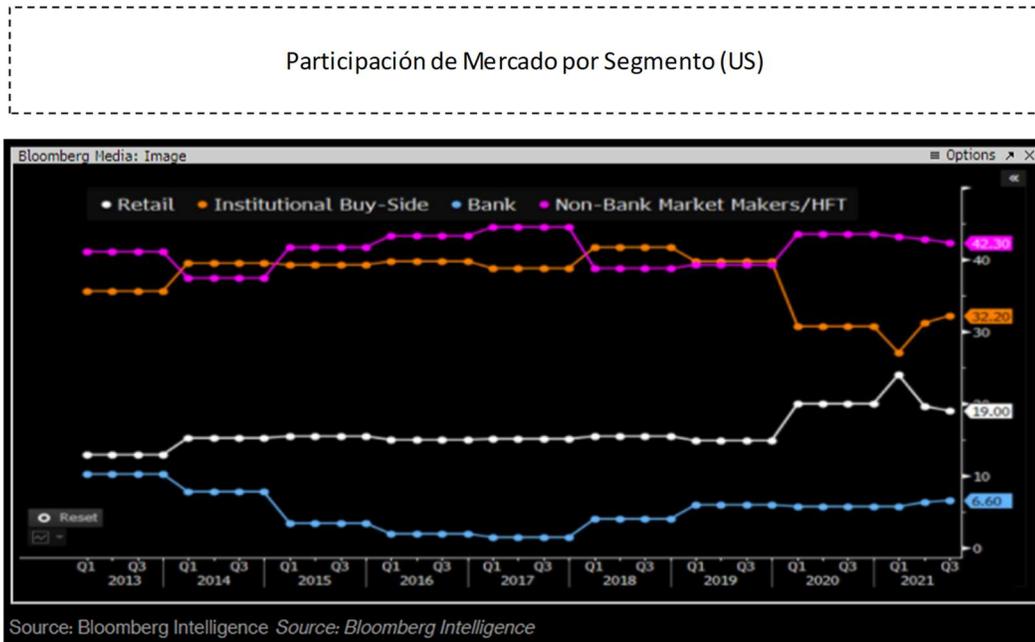


Gráfico 8. Participación de Mercado por Segmento (US) – Fuente: Bloomberg

Tal como se muestra en el gráfico 8 precedente obtenido de la plataforma Bloomberg (2021), los inversores minoristas han incrementado su participación en el mercado de Estados Unidos durante la pandemia, llegando a representar el 24% del total de volumen de operaciones durante el IIQ de 2021. Dicho crecimiento en la participación del mercado minorista en lo catalogado como *day-traders* fue en detrimento de inversores institucionales como grandes fondos de inversión.

En el IIIQ de 2021, el porcentaje en volumen de los *day-traders* bajó a un 19% debido a las probables “pérdidas resultantes de operaciones de minoristas, un deseo de mayor educación por parte de inversores, y por menor tiempo frente a las pantallas producto de la vuelta a las oficinas” según explican los autores Vildana Hajric y Emily Graffeo.

## 2.2 Influencia de las Redes Sociales en Inversores Minoristas

Como pudimos ver en las secciones anteriores, las redes sociales ya son una parte esencial de la vida de las personas, y los inversores minoristas cada vez ganan más terreno en los mercados globales. En esta sección nos proponemos tratar de entender la influencia de las redes sobre el comportamiento de los inversores minoristas. Para ello, Kadous, Mercer y Zhou (2019) propusieron 2 experimentos para poder medir y entender que factores, conscientes o inconscientes, entran en juego al momento de tomar decisiones.

Dentro de estos 2 experimentos, proponen entre ellas, 2 hipótesis que vienen al tema en estudio de este trabajo, las cuales son las que van a testear si las pueden rechazar o no.

Hipótesis 1: Consejos de Inversión en plataformas de redes sociales influyen en decisiones de inversión.

Hipótesis 2: Consejos de Inversión en plataformas de redes sociales influyen en decisiones de inversión entre inversores que creen que los consejos no afectan sus decisiones

Para poder avanzar con los experimentos, los autores (Kadous, Mercer, Zhou, 2019), hacen algunas aclaraciones de los factores que van a medir (si los consejos hacia una inversión son positivos o negativos), y dentro de los mensajes en redes sociales, analizan el “tono del consejo”, la “credibilidad del consejero”, y el “contenido del consejo”.

- El “tono” del consejo se refiere a si los consejos tienen un mensaje positivo o negativo sobre el futuro de la inversión/empresa en cuestión.
- La “credibilidad” del consejero se refiere a si son consejos anónimos de gente con un historial de poca precisión en sus predicciones, o de gente con renombre con alta precisión en sus predicciones históricas.

- Por último, el “contenido” hace hincapié en si el contenido de los mensajes expresan los sentimientos del mensajero sin evidencia numérica de sus afirmaciones, o si los mismos son tweets con *fundamentals* de la compañía (ganancias, ventas) para darle análisis y soporte numérico a sus consejos.

Experimento 1: Un número de 444 voluntarios que participaron del experimento, los cuales fueron requeridos a ver información propia de la compañía (website, balances) e información externa como artículos y mensajes en redes sociales de la compañía. Dichos participantes fueron divididos en grupos y expuestos a tweets donde los autores manipulaban el tono (positivo, negativo), contenido (Sentimental, Fundamental) y credibilidad de la fuente (baja, alta), junto con un grupo de control.

Entre los resultados obtenidos por los autores, se resaltan los siguientes. Los sujetos de estudio lograron identificar en un 93% los tweets de sentimiento (sin evidencia o análisis numérico y empírico) y 92% los tweets con fundamentos. La diferencia entre los grupos que fueron expuestos a los distintos tipos de tweets es que los que fueron expuestos a los tweets de sentimientos le dieron menor relevancia a estos para predecir futuras ganancias y *cashflow* de la compañía que el grupo que estuvo expuesto a tweets de fundamentos. Este caso hace referencia al “contenido” antes detallado.

La credibilidad de la fuente por su lado fue estudiada según distintos puntos como la gramática, avatares y nombres de los distintos tweeteros a los que fueron expuestos los sujetos estudiados. Mientras que algunos estaban expuestos a fuentes de alta credibilidad con avatares y usuarios profesionales, y sin errores de ortografía, mientras que el otro grupo estuvo expuesto a tweeteros de baja profesionalidad con errores ortográficos. No es de sorprender que los que estuvieron expuestos a tweets “profesionales” los catalogaron como competentes en la difusión de información que el grupo que estuvo expuesto a la otra clase de tweets, mostrando de esta manera una influencia en la credibilidad de la fuente. En el Anexo II se muestra la tabla a la que fueron expuestos los participantes.

Expuestos a la información de la compañía, reportes de las empresas, y los distintos tipos de tweets, los participantes debían estimar el valor de la acción para el próximo período y para el año siguiente. A su vez debían informar su predisposición para invertir en esta acción y posible apreciación.

Media (Desvío Estándar) de Predicciones y Predisposición a Invertir por Condición									
	Predicción del valor de la acción				Predisposición a invertir				
	Fuente con baja credibilidad		Fuente con alta credibilidad		Fuente con baja credibilidad		Fuente con alta credibilidad		
	Sentimiento	Fundamento	Sentimiento	Fundamento	Sentimiento	Fundamento	Sentimiento	Fundamento	
<b>Tono positivo</b>	44,24 (3,87) n=41	45,48 (2,40) n=43	45,64 (3,75) n=49	45,64 (2,99) n=43	3,83 (1,75) n=41	4,28 (1,66) n=43	4,55 (1,58) n=49	4,32 (1,52) n=43	
<b>Tono negativo</b>	40,31 (5,49) n=47	40,76 (4,51) n=46	40,86 (4,45) n=47	41,53 (3,99) n=48	2,88 (1,58) n=47	2,70 1,32 n=46	3,03 (1,58) n=47	3,09 (1,55) n=48	

Fuente: Kadous, Mercer y Zhou (2019)

Los resultados obtenidos y plasmados en la tabla precedente demuestran lo potente que resulta el tono del tweet al que está expuesto un inversor, indicando que los consejos de redes sociales influyen las decisiones de los inversores, apoyando de esta manera la hipótesis 1. Tal como se puede ver, en promedio de valor de la acción entre los que estuvieron expuestos a tweets y mensajes con tono positivo, pero a la misma documentación y balances que el otro grupo, estimó en promedio un valor de la acción USD 5 superior. Esto va acompañado con la idea de aversión a las pérdidas de los inversores, donde un comentario o consejo negativo, tiene mayor influencia en las decisiones de inversores que un mensaje y tono positivo. Acorde al estudio de Kadous, Mercer y Zhou (2019), el resto de las variables como fuente de credibilidad y el contenido del tweet no tiene evidencia de influencia sobre las decisiones de los inversores.

Para probar la hipótesis 2, se les consultó a los participantes quienes creen que sus decisiones fueron influenciadas por los mensajes en redes sociales a los que fueron expuestos.

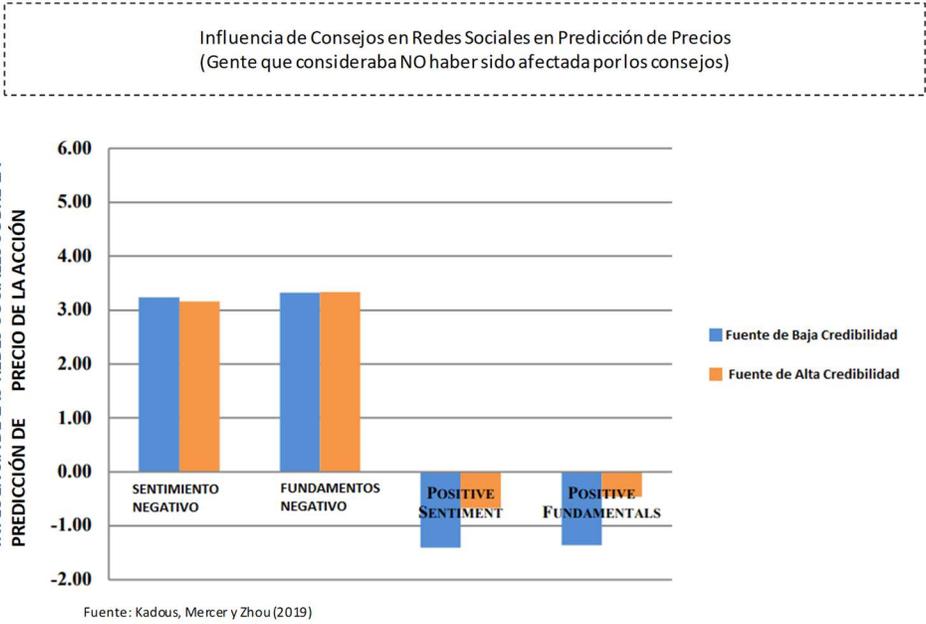


Gráfico 9. Influencia de Consejos en Redes Sociales en Predicción de Precios – Fuente: Kadous, Mercer y Zhou

Acorde a los resultados obtenidos por el estudio de Kadous, Mercer y Zhou (2019), aún las personas que a su parecer no habían sido influenciadas por el contenido de mensajes en redes sociales, vieron modificadas sus predicciones del futuro valor de la acción de la compañía en estudio, en apoyo de la hipótesis 2 planteada en el estudio. Al igual que con todo el grupo analizado para la hipótesis anterior, los consejos negativos tienen mayor influencia sobre el comportamiento de los sujetos estudiados que en grupo expuesto a consejos y mensajes positivos cuando se los compara con el grupo de control, tal como figura en el gráfico 9.

## 2.3 Importancia de las Redes Sociales para las Compañías

Así como las redes sociales son importantes para las personas para estar comunicadas y actualizadas de los últimos eventos entre amigos, familiares o grupos afines, lo mismo ocurre para las compañías. Cuanto mas una empresa logre estar comunicada con sus clientes, mayor será su conocimiento de las cosas que quieren, lo que necesitan, y mas importante, lo que están dispuestas a comprar. Y lo mismo funciona a la inversa. Cuanto más informados estén los clientes de los productos, procesos y valores de una compañía, mas confianza les generará consumir sus productos, por lo que ambas partes se ven beneficiadas por este intercambio de información.

Las plataformas en las que más se puede ver una interacción entre compañías y consumidores son las siguientes:

Las redes sociales más activas y masivas para la comunicación entre las partes suelen ser Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp y Youtube.

Dentro de los beneficios mas esenciales del uso de redes sociales para las compañías, Sajid Si (2016) las siguientes ventajas:

- 1 – Menores costos al disminuir las horas de empleados
- 2 – Mayor probabilidad de aumento de ventas

Acorde a Sajid Si (2016) Esto se debe a que las redes sociales le permiten a la empresa:

- Compartir sus destrezas e información
- Indagar en la sabiduría de sus clientes
- Permite que clientes ayuden a otros clientes
- Genera nuevos contactos por el boca en boca de sus clientes.

Esta parte del uso de redes sociales por parte de compañías es hoy en día un atributo necesario e indispensable en el área de marketing de las empresas de hoy en día. La importancia del marketing en redes sociales no se traduce solo en Brand *awareness* o conocimiento de marca, sino que es parte de un proceso estratégico para que una compañía pueda transmitir sus valores, medir su impacto y levantar su reputación a través de la comunicación.

Acorde al blog [entrepreneur.com](http://entrepreneur.com) al 2018 “cerca del 97% de las empresas Fortune 500 utilizan al menos una plataforma social para promocionar sus iniciativas y promulgar la comunicación positiva con los clientes, proveedores y accionistas”. Así mismo, se indica que “hay cerca de 3,78 miles de millones de usuarios de redes sociales alrededor del mundo, que se traduce en un aumento del 5% en comparación al año 2020”.

Uno de los grandes beneficios que le reportaron a las pequeñas empresas, es que con un presupuesto acotado, pueden darse a conocer en otras ciudades o incluso otros países del mundo. Y no solo para las compañías pequeñas, sino empresas sin fines de lucro que necesitan de la difusión de sus campañas y mensajes, para lograr el impacto que buscan en la comunidad. Acorde a un estudio publicado por Sajid Si en 2008, el 89% de las empresas sin fines de lucro utilizaban redes sociales como weblogs, podcastas y foros para difundir su mensaje. De ese grupo de estudio, el “45% indicaron que el uso de redes sociales era esencial para sus eventos de colecta de fondos para sus campañas”.

El portal [entrepreneur.com](http://entrepreneur.com) enumera los siguientes beneficios de alto impacto de las redes sociales para pequeños negocios:

- **Asequibilidad:** Como lo comentamos anteriormente, una empresa puede conseguir un buen reconocimiento de marca con un presupuesto acotado. Si bien probablemente no pueda competir con otros jugadores mas grandes al momento de aparecer en una búsqueda de Google, una compañía sí puede crear un perfil de Facebook a cero costo y empezar el networking desde ese lado.

- **Servicio al cliente:** Las redes sociales le permiten a la compañía una comunicación más cercana y dinámica de la que se podía prestar antes del uso de las redes sociales. Teniendo en cuenta lo esencial que es la comunicación para el conocimiento de marca de una empresa, un buen uso de estas herramientas puede ser vital para las pequeñas compañías.
  
- **Alcance:** En el área de marketing principalmente, las redes sociales permiten segmentar y direccionar mucho mejor el presupuesto de las pequeñas compañías. Mientras que hacer campañas masivas en medios tradicionales solo es costeable por grandes empresas, una pequeña empresa puede hacer campañas en Facebook, Instagram o TikTok a un grupo en especial (segmentado por sexo, edad, locación), obteniendo sin lugar a dudas un mejor retorno sobre su inversión en publicidad.
  
- **Crecimiento de marca:** Mientras mas presente este una compañía en redes sociales, y mas cerca este de sus usuarios, mayores son las posibilidades que se generen comunidades de usuarios que interactúen entre ellos y potencialmente generen contenidos que sean de utilidad para la compañía.
  
- **Horas extendidas de atención:** En un negocio tradicional, mantener una atención las 24hs en modalidad presencial puede resultar extremadamente caro e ineficiente. Con el uso de las redes sociales, sin embargo, brindar una atención a tus clientes en horarios no convencionales puede ser una posibilidad a través de chatbots por whatsapp, o incluso con call centers que respondan a inquietudes por Facebook del otro lado del planeta.

Durante el capítulo II nos enfocamos en la influencia que tienen las redes sobre los inversores minoristas y su rol e importancia en la forma de comunicar de empresas. En el capítulo III, en cambio, nos adentraremos en los riesgos que conlleva el uso de redes para temas relacionados a las inversiones, tales como fraudes y estafas, y en el rol de los organismos de control, cuyo objetivo es proteger a los inversores.

## CAPITULO III – Riesgos / Fraudes

### 3.1. Fraudes en la Utilización de las Redes Sociales (Online y Offline)

Como lo hemos mencionado en el capítulo II, las redes sociales y los grupos sociales tienen una influencia significativa en el comportamiento y decisiones que tomamos en cada aspecto de nuestra vida. Las decisiones de inversión y las finanzas personales no escapan de esta influencia, que puede ser consciente o inconsciente.

Uno de los fraudes más conocidos por todos que deriva de la influencia de personas conocidas, o de redes sociales es el llamado fraude piramidal o como muchos lo conocen, como esquema Ponzi. Este esquema se basa principalmente en la promesa de rendimientos muy inflados a distintos inversores, con inversiones muchas veces inexistentes o confusas, y cuya supervivencia esta atada a que la cantidad de inversores crezca exponencialmente para poder mantener liquidez en caso que un inversor decida retirar su inversión. Lograr ese crecimiento exponencial en la cantidad de participantes, no es fácil de lograr cuando esos participantes tienen que realizar desembolsos de capital para mantener el esquema a flote, entonces muchos estafadores recurren a amigos, asociados y, en los últimos años debido a su masividad, a las redes sociales.

Este esquema se hizo popularmente conocido en Estados Unidos la década del 20, producto de un sistema perpetuado por Carlo Ponzi, un inmigrante italiano con una gran iniciativa y capacidad de persuasión. Si bien estafas y esquemas similares habían ocurrido anteriormente en distintas partes del mundo, el caso de Carlo Ponzi se hizo conocido por el monto que llegó a recaudar de inversores ansiosos de recibir retornos muy superiores a los que podían encontrar en inversiones tradicionales. Como referencia, en un principio ofrecía a sus allegados rendimientos del 50% en solo 45 días. Al igual como ocurre en la mayoría de estas estafas, cuando los organismos de control se dieron cuenta de la estafa masiva que se estaba llevando

a cabo, muchos inversores ya habían sido estafados y en la mayor parte de los casos, los fondos no pudieron ser recuperados.

Acorde a la FTC (Federal Trade Commission) de Estados Unidos, en 2021 consumidores reportaron estafas originadas a través de redes sociales por USD 770 millones. En cantidad de personas, este número asciende a 95.000. Según indican en un reporte de protección a los consumidores de la FTC, esto se traduce en un incremento de 18 veces en comparación al 2017. Como comparación con otros tipos de estafas, durante el 2021 las estafas desde páginas de internet o aplicaciones le costaron a consumidores 554 millones de dólares en estafas, mientras que las estafas telefónicas ascendieron a 546 millones de dólares acorde al sitio Popular Science (<https://www.popsci.com/technology/ftc-social-media-scams/>)

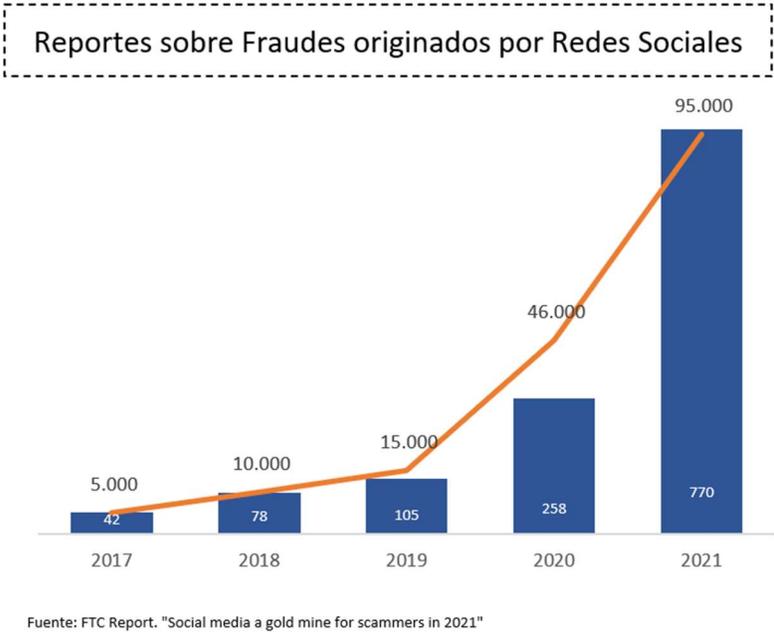


Gráfico 10. Reportes sobre Fraudes Originados por Redes Sociales – Fuente: FTC

En el gráfico 10, las columnas azules indican el monto de pérdidas en millones de dólares año tras año, mientras que la línea naranja indica la cantidad de reportes anuales de estafas en Estados Unidos durante los últimos 5 años.

Así mismo, la FTC resalta que más de uno de cada cuatro estafados durante el año, fueron primero contactados via redes sociales, mensajes, o anuncios vía redes sociales como Facebook, Instagram, y distintas plataformas. Por esta razón, la FTC indica que “el grupo entre 18 a 39 años tenían más del doble de posibilidades de perder dinero a través de estafas que personas mayores”.

Dentro de las mayores estafas en el rubro de inversiones a través de redes sociales, la FTC en otro reporte indica que las criptomonedas ocupan la primera posición. En su reporte con fecha Mayo 2021, se detalla que durante el período Octubre 2020 y Marzo 2021, “más de 7.000 personas reportaron pérdidas por más de 80 millones de dólares producto de estas estafas”. En comparación al año anterior, esto marca un incremento de casi 1.000% en pérdidas denunciadas.

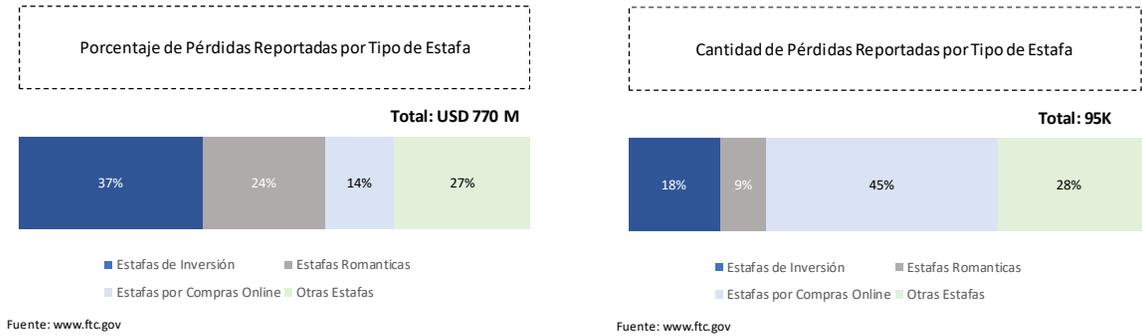
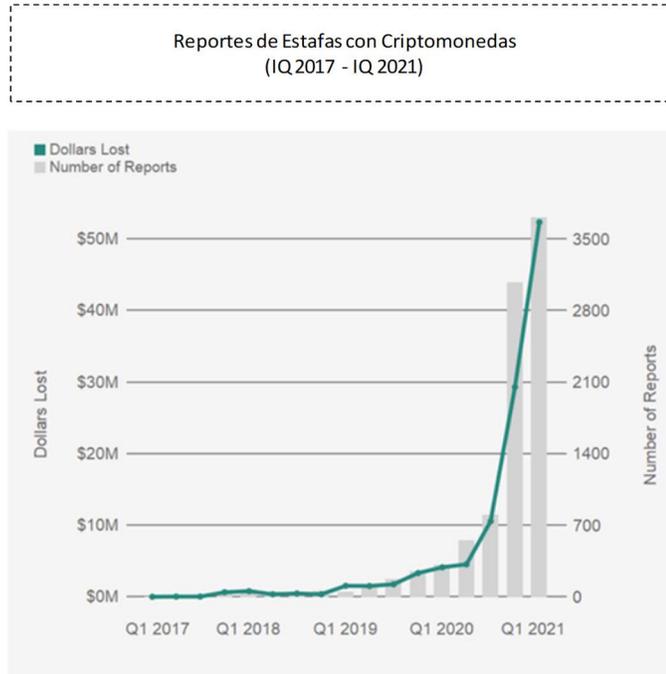


Gráfico 11. Porcentaje de Pérdidas Reportadas por Tipo de Estafa – Fuente: FTC

Gráfico 12. Cantidad de Pérdidas Reportadas por Tipo de Estafa – Fuente: FTC

Una de las grandes razones por la que estafas con criptomonedas ocurren a través de redes sociales, es producto de la novedad y en gran parte el desconocimiento sobre este activo por gran parte de la población. Para inversores entre 20 a 30 años, las estafas con el uso de criptomonedas supera el 50% de las estafas de inversiones reportadas por este grupo acorde a la FTC.



Fuente: www.ftc.gov

Gráfico 13. Reportes de Estafas con Criptomonedas– Fuente: FTC

Tal como se puede ver en el gráfico 13, con la durante el tercer trimestre del 2019, se puede ver un incremento en la cantidad de denuncias realizadas por inversores que han sido estafados mediante el uso de criptomonedas en los Estados Unidos. El número de daños en términos de dinero, asciende a USD 50M tan sólo en el primer trimestre del 2021.

El método para captar inversores con el fin último de llevar a cabo una estafa, es mediante el armado de plataformas de inversión en criptomonedas, los cuales ofrecen paquetes de inversión y rentas prometidas que se incrementan a medida que el monto invertido sube. Al manejarse con criptomonedas como Bitcoin o Ethereum, y por ende, imposible de rastrear, por lo que muchas veces los inversores no logran recuperar sus fondos.

Sin bien como ocurre con Generación Zoe donde se puede ver en una plataforma que la inversión sube (nominalmente), estos fondos en un gran número de oportunidades no llegan a ser devuelto a los inversores. En otro testimonio incluido

en el reporte de la FTC, hay inversores que reportan haber enviado más de 2 millones de dólares en criptomonedas a billeteras virtuales de imitadores de Elon Musk. Otro tipo de tácticas utilizadas por los estafadores mencionadas es la falsa utilización de figuras gubernamentales (como la Administración de Seguridad Social), para demandar el pago de multas a través de cajeros automáticos de Bitcoin.

Por ende, no sorprende que el grupo etario más perjudicado desde octubre 2020, sea el grupo de entre 20 y 49 años de edad. Dicho segmento es “cinco veces más propenso a caer en estafas con el uso de criptomonedas que el grupo de 50 años en adelante” acorde al reporte antes citado.

### 3.2. Tipos de Estafas / Fraudes utilizando Redes Sociales e Internet

Existen muchos tipos de fraude y estafas que ocurren en el ambiente virtual, los cuales, entre los más comunes se detallan los siguientes:

#### **“Pump and Dump” y Manipulaciones de Mercado:**

*Pump and Dump* o inflar y luego vender, hace referencia a que acciones de compañías pequeñas y como poco *float* cuya cotización es “manipulable” si un grupo suficientemente grande empieza a tradeear dicha compañía. La SEC advierte que esta manipulación “puede ser llevadas a cabo por redes sociales como Facebook y Twitter, como también por grupos o foros de inversión”. Según explica la SEC, los promotores (incluso desde el anonimato) pueden decir que tienen información clasificada sobre la compañía, e invitan al público a invertir en estas acciones. A medida que el interés crece, tenedores de estas acciones previo al llamado *Pump*, aprovechan dicha difusión de

información falsa y el alza del precio de la acción, para vender su posición (*Dump*) cuando el interés por la acción se encuentra en su punto más alto.

### **Fraude utilizando “Investigaciones”, Newsletters y Spam:**

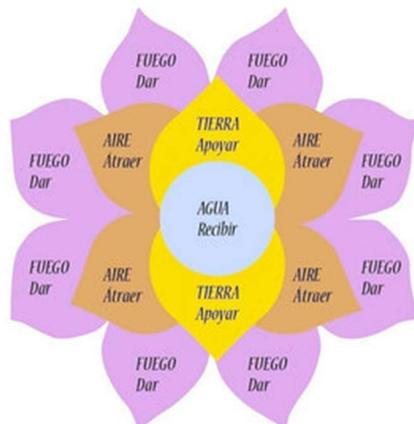
Muchas sociedades de bolsa o grandes bancos tienen un numeroso equipo que se dedica a seguir la operación de compañías, y hacer research, para luego emitir opinión sobre el valor actual de la compañía, y la evolución del negocio y el precio de la acción. Sin embargo, algunas compañías pueden pagar por la difusión de *newsletters* con una visión positiva de su compañía, y según explica la SEC, no es ilegal siempre y cuando “quede en manifiesto y sea público cuanto la compañía esta pagando por ese reporte positivo”. En estos casos, el fraude ocurre cuando promotor del newsletter o reporte quiere influenciar sobre el precio de la acción con reportes fraudulentos, con el objetivo de manipular el precio de la acción y obtener una ganancia ilícita. Al igual que con la maniobra de *Pump and Dump*, esta manipulación se logra más fácilmente con acciones llamadas *Penny Stocks*.

### **Programas de Inversión de alto rendimiento (Esquema Piramidal):**

Estos programas, donde se los puede y debe asimilar con las estafas piramidales, son inversiones no registradas (por ejemplo en la CNV o en la SEC) donde a través de las redes sociales se promocionan inversiones con rendimientos muy elevados y en muchos casos, como lo hemos mencionado antes, “garantizados”. En la gran mayoría de estos casos, la historia no termina bien para la mayor parte de los inversores, producto de un diseño creado con malicia y con la intención de estafa por parte de sus promotores. En este caso podemos hacer mención del caso que tuvo importante repercusión en los medios argentinos en 2019, en el cual un grupo de mujeres llamaba al empoderamiento feminista utilizando una estafa piramidal llamada “Telar de la Abundancia”.

En una típica estafa piramidal, un grupo de mujeres se apalancaba en la sororidad y empoderamiento de la mujer en todo el mundo, para atraer a otras mujeres vía mensajes de whatsapp en la cual, según los mensajes que circularon públicamente, buscaban “crear una nueva forma de relacionarnos con el dinero y nuestra abundancia”. Tal como se publicitaba en las redes, una persona ingresaba al telar siendo categoría “fuego” aportando al telar 1.000 pesos, y luego de ir buscando nuevas integrantes a tu telar, se iba pasando de nivel a “aire”, luego “tierra”, y por último “agua” que es donde tu aporte de 1.000 pesos se convertía en 8.000 pesos. Si se lograba llegar a la categoría “agua”, te ibas con una ganancia importante. Sin embargo, como suele suceder en la mayoría de los casos, si al momento que se descubre la estafa la persona se encontraba en cualquier otro estadio del telar, se perdía los 1.000 pesos. Este movimiento también era apoyado por algunas famosas argentinas, que utilizando y aprovechando el impacto y difusión que tienen sus mensajes en las redes, conseguían nuevas integrantes para el esquema, lo que es algo indispensable para que este sistema se mantenga en pie, ya que su crecimiento necesita ser exponencial para poder sobrevivir.

Telar de la Abundancia  
(Esquema Ponzi)



Fuente: Diario Perfil

Imagen 1. Telar de la Abundancia– Fuente: Diario Perfil

## **Authorised Push Payment (APP) Fraud:**

Uno de los fraudes que más ha escalado durante los últimos años, es el llamado “*Authorised Push Payment Fraud*”, la cual consiste en manipular a víctimas, principalmente vía redes sociales o cadenas de e-mails, a que autoricen pagos o débitos en sus cuentas a las cuentas de los estafadores. Acorde a un reporte publicado por el Standard Chartered Bank, en el 2020 “cerca del 41% de los negocios han reportado Fraude por APP”. Este fraude viene de la mano del Phishing, donde se recrea una publicidad, promoción u oferta, simulando ser una compañía conocida (e.g. Netflix, Amazon, etc) y buscando que las víctimas procesen transferencias a su favor. Según explica el reporte del Standard Chartered, algunos estafadores han enviado mails a empleados de una compañía simulando ser el CEO de la misma, para que autoricen pagos de la empresa.

### **3.3. Rol de la SEC Respecto a las Estafas Piramidales**

La SEC es el principal regulador de los mercados financieros de USA, y por ende ha recibido numerosas críticas en las dificultades que tiene para detectar esquemas Ponzis o piramidales en sus primeros estadios, y no cuando la cantidad de gente afectada ya es importante y los volúmenes en estos esquemas ya muy cuantioso.

Tal como lo explican Jory, Perry (2011) los negocios que orquestran estos esquemas, rara vez están registrados como negocios de inversión o con actividades documentadas, por lo que la detección suele dificultarse al no estar en el radar de la SEC. En su trabajo, Jory, Perry (2011) explican los pasos que suelen dar los estafadores para pasar desapercibidos:

- 1- Mantienen su operación con pocas personas, y de mucha confianza para que no los denuncien si se van de la compañía.

- 2- Los promotores de los esquemas ponzi revelan y difunden poca información en cuanto a su operación, dificultando de esta manera descubrir sus actividades fraudulentas.
- 3- Piden a los inversores que no revelen las operaciones a ningún regulador, ya que los retornos obtenidos no podrían lograrse bajo la supervisión de un organismo de control.
- 4- Se aprovechan y se ganan la confianza de sus clientes, para que luego no sean denunciados. Si por alguna razón descubren que están en un sistema piramidal, los clientes se preocupan más por recuperar su inversión que en la legalidad del negocio.
- 5- Los promotores generalmente tienen alguna conexión con políticos o jugadores importantes del sistema financiero, lo que les permite tener una buena idea de que cosas generan sospechas y posibles controles de reguladores, y que cosas pueden pasar desapercibidas.

Otro de los factores que dificultan la detección por parte de la SEC acorde a los autores del ensayo, es que muchas veces los esquemas piramidales se encuentran conviviendo con un negocio lícito en paralelo. De esta manera se puede verificar que es un negocio andando y con inversiones tangibles, pero quizás las pérdidas del negocio lícito son cubiertas con las ganancias del sistema piramidal, por lo tanto creando una dificultad extra para la detección temprana de estos esquemas. Los autores Joty, Perry (2011) agregan, por último, que en muchas oportunidades existen esquemas piramidales muy pequeños en tamaño de inversores, por lo que la SEC no tiene los recursos para poder prestar atención a cada operación que ocurre, solo hasta que el esquema crece hasta el punto de que muchos inversores se ven estafados.

Luego de la crisis de las hipotecas en el 2008, la SEC logró promulgar en el 2010 la ley Dodd-Frank, donde entre otras cosas buscaba crear y empoderar a distintos organismos de control sobre bancos, y compañías de inversión para limitar las inversiones riesgosas y así evitar un derrumbe sistémico del sistema financiero, el cual estuvo muy cerca de ocurrir en 2008. Entre los puntos más importantes para

nuestro caso de estafas y no necesariamente de inversiones riesgosas, es el refuerzo de la figura del arrepentido o *whistleblower program*, donde la persona que denuncia una irregularidad o una estafa tiene derecho a cobrar entre el 10% y 30% de lo que se recupere durante el proceso judicial.

### 3.4. Advertencias de la SEC

Tales son los riesgos y la influencia que tienen las redes sociales sobre las decisiones de inversión, y las estafas que pueden surgir producto del anonimato de las redes, que la SEC (USD Securities and Exchange Commission) cuya función principal es hacer cumplir las leyes federales de los valores, emite alertas recurrentes sobre los riesgos que existen.

Dentro de sus comunicados, suele mencionar a las plataformas Facebook, Youtube, Twitter o LinkedIn como fuentes de información primaria para muchos inversores minoristas de Estados Unidos, los cuales en muchos casos pueden agregar valor al inversor. Sin embargo, remarca que las redes sociales le permiten a los estafadores “contactar a mucha gente a muy bajo costo, y es muy difícil rastrear a los verdaderos dueños de las cuentas de redes sociales”.

La SEC no solamente advierte sobre estas estafas en sus reportes, sino que detalla pasos a seguir para tratar de no caer en fraude online:

- **Tener cuidado con ofertas de inversión no solicitadas:**

Una oferta de inversión que no fue solicitada por el inversor, en muchos casos suele ser fraudulenta. Spam direccionado a través de listados de mails, suele alcanzar y personalizar los mensajes a muchos usuarios a un precio muy bajo. La SEC pide que si alguien es contactado con un mensaje que

indica que es “una oportunidad que no pueden dejar pasar”, que lo reporten al centro de quejas de la SEC.

- **Buscar “Banderas Rojas (red flags)”**

- Que suenen demasiado buenas para ser reales. En los casos de las estafas piramidales, se captan inversores al ofrecer y garantizar retornos mensuales/anuales con tasas muy elevadas y totalmente fuera de mercado. Prometer retornos altos, sin explicar los riesgos o minimizándolos, en muchos casos suelen ser estafas.
- La promesa de los retornos garantizados. Como ya sabemos, no existe una inversión que no conlleve aunque sea un mínimo grado de riesgo. Incluso los bonos de Estados Unidos, con riesgo extremadamente bajo de default al vencimiento, conlleva riesgo de precio durante la vida del mismo. Por eso cuando una inversión tiene un retorno “garantizado”, debe ser vista con mucho cuidado.
- Presión para invertir “Ahora”. Cuando uno toma decisiones apresuradas, muchas veces no tiene en cuenta o no llega a pensar todos los riesgos derivados de las decisiones tomadas. Por eso muchos estafadores tratan de ofrecer “oportunidades únicas en la vida” las cuales dicen deben ser aprovechadas en un tiempo muy acotado. Esto provoca una ceguera en el inversor que en la mayoría de los casos lo lleva a tomar decisiones que con más tiempo para analizar, no tomaría.

- **Estar atento al “Fraude por Afinidad”:**

El término fraude por afinidad hace referencia a las estafas que se llevan a cabo por miembros de un grupo con factores comunes, como pueden ser grupos religiosos, étnicos o profesionales. Mucha gente siente una confianza

innata y evolutiva con la gente parecida a uno, por lo que la SEC incentiva a analizar cada oferta de inversión como si proviniera de una persona desconocida. Esto provocará que se miren e identifiquen riesgos que uno quizás no vería si viene de una persona conocida o del mismo grupo que uno.

- **Ser precavido sobre la privacidad y sobre la seguridad de la información:**

Al producirse muchos intercambios de información online, con los datos personales cada vez más públicos y accesibles para posibles estafadores, la SEC incentiva a tener cuidado con la información que se comparte en foros o redes sociales, ya que en muchos casos va a ser utilizada para tratar de llevar a cabo ilícitos por otras personas.

- **Hacer preguntas y corroborar todo lo posible:**

Parece sonar como sentido común, pero la SEC enfatiza que el inversor se saque todas las dudas y pregunte todo lo imaginable antes de invertir en una propuesta que venga de un tercero. Nunca tomar las declaraciones como válidas, sin antes corroborar o repreguntar cuantas veces sea necesario.

Más allá de lo expresado en sus reportes, la SEC también se encuentra presente en redes sociales tales como twitter, donde trata de informar a sus 440.000 seguidores sobre los riesgos y fraudes financieros a los que se pueden estar expuestos. En el Anexo I, se puede ver un ejemplo de un *tweet* donde invita una clínica, pero con poca repercusión ya que solo tuvo 34 comentarios y 17 *retweets*.

# MARCO EMPÍRICO

## Análisis & Entrevistas

### 4.1. Introducción al Marco Empírico

En este apartado se trabajará sobre dos herramientas de Investigación, siendo la primera herramienta el análisis y resultados de lo ocurrido con la acción de GameStop (NYSE:GME), mientras que la segunda parte constará de entrevistas realizadas a referentes especializados en inversiones en los mercados mundiales.

En relación con la tesis, se resume a continuación la relación de las herramientas utilizadas con Los Objetivos Específicos, Preguntas de Tesis, y desarrollo del marco teórico:

Herramienta 1: "Caso GameStop"		Relacionado con		
		Objetivo Especifico	# Pregunta Tesis	Marco Teorico
		1, 2 y 4	1, 2, y 4	Cap 1, 2 y 3

Herramienta 2: "Entrevistas"		# Pregunta Entrevista	Relacionado con:		
			Objetivo Especifico	# Pregunta Tesis	Marco Teorico
		1	1	1	Cap. 1
2	2 y 3	2 y 3	Cap. 2 y 3		
3	1 y 2	2 y 3	Cap. 1 y 2		
4	2 y 3	2 y 3	Cap. 2		
5	1 y 2	2	Cap. 2		
6	2 y 3	2 y 3	Cap. 2 y 3		
7	1 y 3	1 y 3	Cap. 1 y 3		
8	2	2	Cap 2 y 3		
9	4	4	Cap 2 y 3		

## 4.2. Caso GameStop

El caso GameStop es uno de los casos más comentados en cuanto a la relación entre redes sociales y su influencia en los inversores minoristas y sus estrategias de inversión. Y una de las ventajas de este caso, es que es muy reciente y sus efectos aún perduran en el presente.

Como una pequeña introducción sobre el caso en sí, repasaremos brevemente el modelo de negocio de la compañía, que ocurrió durante el 2020 con su acción, y como la compañía logró apalancarse en los sucesos para poder capitalizar a su favor un desequilibrio de mercado temporal.

GameStop, una compañía establecida en Delaware en 1996, llegó a tener más de 5.500 tiendas a lo largo de 14 países dedicada especialmente a ofrecer consolas y videojuegos de todas las marcas en sus formatos físicos y digitales, convirtiéndose en uno de los líderes de ese segmento especialmente en Estados Unidos, donde concentraba más de 3.600 tiendas en ese país.

Alabama	59	Kentucky	69	North Dakota	8
Alaska	6	Louisiana	61	Ohio	166
Arizona	72	Maine	10	Oklahoma	46
Arkansas	29	Maryland	77	Oregon	35
California	355	Massachusetts	69	Pennsylvania	168
Colorado	57	Michigan	95	Rhode Island	12
Connecticut	45	Minnesota	43	South Carolina	66
Delaware	15	Mississippi	44	South Dakota	10
Florida	231	Missouri	64	Tennessee	89
Georgia	125	Montana	10	Texas	357
Guam	2	Nebraska	20	Utah	27
Hawaii	14	Nevada	38	Vermont	4
Idaho	16	New Hampshire	23	Virginia	113
Illinois	131	New Jersey	104	Washington	72
Indiana	88	New Mexico	25	West Virginia	29
Iowa	30	New York	193	Wisconsin	54
Kansas	30	North Carolina	129	Wyoming	7
<b>Total Domestic Stores</b>					<b>3,642</b>

Fuente: Gamestop "Investor Relations Report" (2021)

*Imagen 2. Sucursales Game Stop 2021– Fuente: Investor Relations Report*

Dentro de su estructura de costos, la compañía tenía aproximadamente 14.000 empleados full time, y entre 22.000 a 42.000 empleados part-time o empleados por

hora en los momentos de picos de demanda estacional acorde al informe de relaciones con los inversores de la compañía.

Dentro de los riesgos informados por la compañía al momento de invertir, mencionaba específicamente que uno de los mayores problemas que podía encontrar el modelo de negocios de la compañía, es que las ventas por descargas de juegos para las nuevas consolas, podía atentar seriamente con las ventas de GameStop en sus tiendas físicas. De esta manera, unos de sus grandes gastos en inversiones en tiendas físicas, o *Brick and mortar*, podía tener fecha de caducidad frente a los cambios tecnológicos que ya estaba y que sigue experimentando la industria de los videojuegos.

Producto de lo antes mencionado, la cotización de la acción de la compañía durante los últimos ejercicios había empezado a reflejar un futuro poco prometedor para la compañía.



Fuente: Gamestop "Investor Relations Report" (2021)

Gráfico 14. Cotización Acción Game Stop vs S&P– Fuente: Investor Relations Report

En el gráfico 14 se puede apreciar como el precio relativo de la acción de GameStop (GME) con base 100 al 30/1/2015 tuvo una baja en su cotización del 85% al 31/1/2020, mientras que como referencia el S&P 500 index y el Dow Jones Index, los cuales se suelen usar como medidas de *benchmark* para inversiones junto con

el índice Nasdaq, tuvieron aumentos del 79% y 93% para el mismo período, respectivamente.

Debido a las perspectivas cada vez peores de la compañía, es que muchos fondos de inversión principalmente empezaron a apostar a la baja de la acción de la compañía como única manera de obtener ganancias con la acción, comúnmente conocido en el mercado como *Short Selling*. Dicha operación consiste en “tomar prestada” la acción a una tasa de interés relativamente baja, y venderla sin tener propiedad de la misma, con la promesa de “recomprarla” o “devolverla” más adelante en el tiempo, esperando que la acción haya bajado de precio. Por lo tanto, si en  $t_0$  la acción cotizaba USD 100, el inversor que tomó prestada la acción y la vende (short sale), se hace de USD 100. Si 30 días más tarde la acción bajó a USD 80, el inversor que está especulando con el precio de esa acción, la recompra a USD 80 y se la devuelve a su prestamista sumando una tasa de interés. De esta manera, asumiendo una tasa del 1%, podemos decir que el inversor que apostó a la baja obtuvo una ganancia de USD 19 por acción ( $100 - 80 - 1 = 19$ ).

Otra manera de apostar a la baja de una acción, es con la de comprar *puts*, o las llamadas “opciones de venta”. En este caso, a diferencia de los *shorts*, el comprador de estos *puts* tiene la opción pero no la obligación de vender una acción en el futuro a un determinado precio (strike) abonando una prima. Entonces, si un inversor compra un put con un strike de USD 100 y una prima de USD 1 con una determinada fecha de vencimiento, tiene el derecho (pero no la obligación) de vender la acción a USD 100 en la fecha prevista. Si a esa fecha la acción cotiza USD 80, el inversor puede comprar la acción en el mercado a USD 80, venderla a USD 100 ya que es su derecho, con los gastos de la prima de USD 1. De esta manera, el retorno del inversor es mucho más grande que en el caso anterior, ya que con una inversión de USD 1, realizó una ganancia de USD 19 ( $100 - 80 - 1 = 19$ ). Si, por el contrario, el precio de la acción al momento de que vence la opción se encuentra por arriba del precio del strike (USD 100), por ejemplo en USD 105, el inversor no ejerce el derecho a vender a USD 100, y solamente pierde la prima pagada por ese derecho (USD 1).

Tal fue el interés por *shortear* la acción por grandes fondos de inversión, que acorde al portal Businessinsider, el 4 de enero de 2021 el interés de venta en corto en comparación a las acciones que flotaban en la bolsa era superior al 140%. Esto se traduce que había acciones que habían sido “prestadas y vendidas” más de una vez, lo que determina una falla en el mercado para esta acción. Como lo mencionamos anteriormente, la única manera de cerrar estas posiciones en corto, es que en algún momento estos fondos compren la acción para así poder devolverla al que se la había prestado.

Esto fue lo que el foro llamado “WallStreetBets” de la red social Reddit un usuario llamado u/Jaffamazon posteo el 8 de septiembre de 2020 en la red social, un análisis numérico de porqué aseguraba que en el futuro iba a ocurrir un *short squeeze* de la acción de GameStop. Sin bien aclara que muchas hay predicciones de futuros *short squeezes* que rara vez ocurren (1 en 100 según su posteo), el usuario da sus argumentos para decir que lo que iba a ocurrir se iba a asemejar a lo ocurrido con la acción de Tesla en el 2019 y Apple en 2017, los cuales experimentaron ocurrencias semejantes a lo que describiremos a continuación en el trabajo (Anexo III).

Luego, más cercano a la fecha de ocurrencia del alza del precio de la acción, otro usuario con el nombre de u/mirkan realizó un posteo el día 17 de enero de 2021 en el cual analizaba en profundidad la actualidad de GameStop, y su valuación. Dentro del preámbulo del posteo, el usuario u/mirkan presagiaba que “GME va a experimentar un *short squeeze* en el corto plazo”, mientras que a su vez intuía que “junto con la atención de los medios, van a llegar pedidos de regulación sobre los derivados financieros” debido a lo que iba a suceder. En este posteo, el usuario u/mirkan explica que “las posiciones abiertas de venta en corto (short) de la compañía es de 79,52 millones de acciones, cuando la compañía solo tiene emitidas 69,75 millones de acciones”, lo que se traducía en un aumento posiciones abiertas de venta en corto del 17% en comparación a solo 18 días atrás. Hacia el final de su posteo, termina con una frase premonitoria “Las posiciones abiertas de venta en

corto arriba del 100% no tiene precedentes, y esta por lejos debería ser el *short squeeze* más agresivo que los mercados financieros hayan presenciado.

COTIZACION ACCION Y EXPOSICIÓN A POSICIONES CORTAS DE FONDOS



Fuente: u/Mirkan, Reddit

Fuente: u/Mirkan, Reddit (2021)

Gráfico 15. Cotización Acción y Exposición a Posiciones Cortas de Fondos– Fuente: Reddit

En el gráfico 15, se puede ver como el precio de la acción de GME en verde venía en claro declive durante el 2020, mientras que el interés de posiciones cortas (en línea violeta) iba creciendo en la segunda parte del 2020 y principios de 2021.

Producto de este y otros posteos en la plataforma Reddit, muchos internautas decidieron que la mejor opción para poder aprovechar este desequilibrio que se había producido, era salir a comprar la mayor cantidad de acciones posibles de la compañía, y luego evitar venderlas provocando de esta manera un aumento fuerte en la demanda, y poca oferta para la venta. Si muchos inversores minoristas salían a comprar, haciendo que suba el precio de la acción, muchos fondos de inversión deberían salir a comprar también para poder “cerrar” sus posiciones abiertas en corto (ya que habían vendido acciones que tomaron prestadas), provocando un

efecto puerta 12 y haciendo subir aún más el precio de la acción. Recordemos que las pérdidas de comprar una acción o también llamado ir “long” o en largo, es limitada, ya que, si compramos una acción a USD 20 y luego el precio se va a USD 0, solamente perdimos esos USD 20. Sin embargo, en una operación *short*, las pérdidas son virtualmente ilimitadas, ya que si shorteé una acción en USD 20, y el precio se va a USD 1.000, perdí USD 980. Por eso es tan riesgosa esta operación, y las sociedades de bolsa piden garantías para poder operar estos instrumentos.

Comenzando el día 22 de enero, la acción empezó a experimentar las primeras volatilidades importantes sobre su cotización, con inversores minoristas empezando a comprar, y haciendo un hold de sus posiciones. Como se puede ver en el cuadro debajo, el día 28 de enero de 2021 la acción tuvo un pico en su cotización que se aproximó a los USD 480 por acción, lo que se traduce en una ganancia 23,5 x sobre la gente que compró tan solo unos días atrás a USD 20 por acción, o de 94x si se había comprado a lo largo del 2020 a solo USD 5 por acción. Por supuesto con estas cotizaciones, muchos inversores salieron a vender sus posiciones para poder asegurar sus ganancias, lo que hizo que el precio de la acción se desinfla rápidamente.

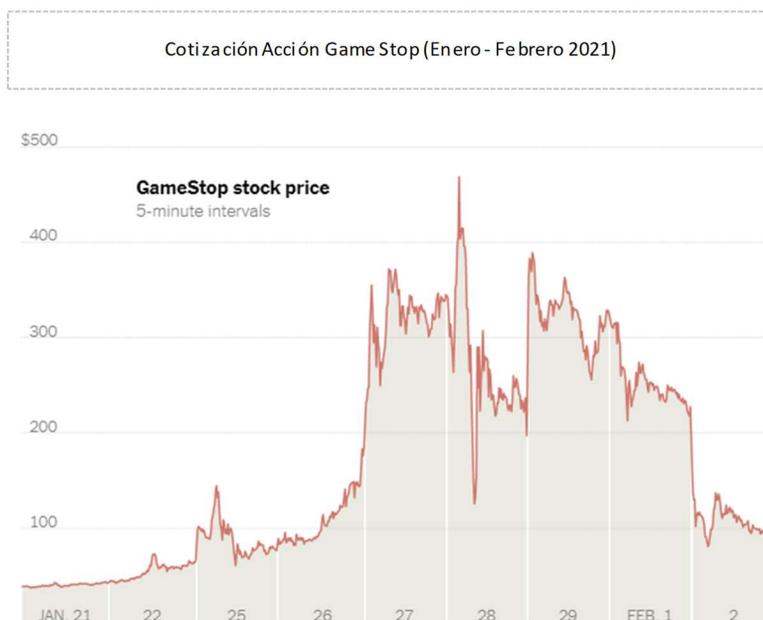


Gráfico 16. Cotización Acción Game Stop (Enero – Febrero 2021) – Fuente: Reddit

Fuente: Phillips, Friedman and Lorenz, New York Times (2021)

Sin embargo, esto provocó pérdidas muy significativas en muchos de los fondos de inversión y otros inversionistas que tenían posiciones cortas en contra de la cotización de la acción. Acorde al respetado portal de inversiones Fortune.com, al 29 de enero de 2021 este grupo había perdido la suma aproximada de 19.750 millones de dólares durante el mes de enero, producto del incremento de precio de la acción. Para ponerlo en perspectiva de la enorme pérdida de estos fondos, el autor explica que durante un turbulento 2020 donde muchos apostaban en contra de la acción de Tesla (37x el valor de mercado de GME) y el precio de esta subió, la pérdida de quienes apostaron en contra de esa acción durante todo el año fue de 40.000 millones. Estos números demuestran brevemente el rol y potencial que tienen las redes sociales para agrupar a inversores desconocidos entre sí, pero con una plataforma para unificar estrategias y mover al mercado que hubiese resultado imposible realizarlo de una manera desagregada.

Cabe mencionar también, que Reddit no fue la única red social que se hizo eco de este suceso, y no fue la única plataforma que masificó su repercusión en las inversiones minoristas. El mundialmente famoso, innovador e inversor disruptivo, tuvo un papel no menor en la difusión de la estrategia del grupo WallStreetBets. Musk, quien tiene 75,5 millones de seguidores en la red social Twitter, realizó el siguiente posteo, representado en la imagen 3, que obtuvo casi 240.000 likes y cerca de 34.000 retweets.



*Imagen 3. Tweet Elon Musk – Fuente: Twitter*

Como se puede ver en el gráfico 17, este tweet, junto con la información que se estaba diseminando a través de los medios y las redes sociales, tuvo su correlación en el precio de la acción.

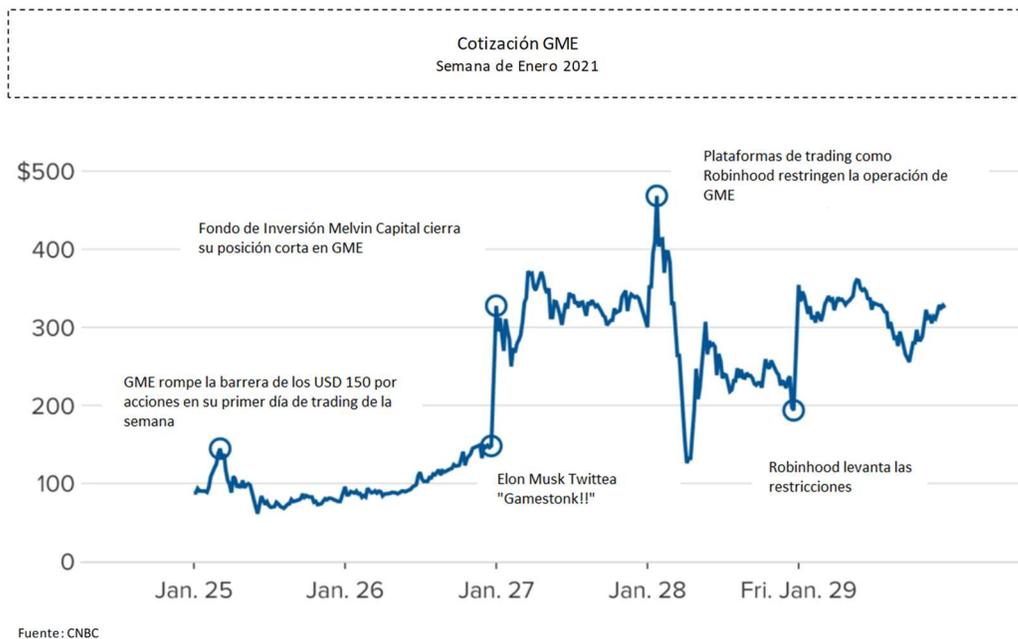


Gráfico 17. Cotización GME (Semana Enero 2021) – Fuente: CNBC

Lo ocurrido con la acción de GameStop no es el único caso rutilante de un *short squeeze* en el último tiempo y producto de las redes sociales. Si bien no fue de la misma escala e intensidad, la empresa AMC Entertainment Holdings (AMC), una cadena estadounidense de cines experimentó algo similar por la acción conjunta de internautas de la plataforma Reddit. En el lapso de 3 meses, la acción subió un 550% por la estrategia de inversores minoristas para empujar hacia arriba el precio de la acción, y cortar la oferta de venta en las acciones de la compañía. En este caso, las pérdidas estimadas para los que apostaron en contra de la acción ascendieron a la suma de 1.200 millones de dólares.

Estos casos antes mencionados expresan una gran transferencia de poder, de los grandes fondos de inversión y Bancos que nuclean a gente con grandes capitales, hacia el inversor minorista y con poco capital.

Sin embargo, el caso de GameStop genera una nueva disyuntiva, y es si lo que hicieron los inversores minoristas de actuar en conjunto es ético, y más aún, si es legal. Es sabido que manipular al mercado, vía las estrategias de *pump and dump*, o la difusión de noticias falsas para incrementar su valor y luego vender cuando el precio ha subido lo suficiente, va en contra de la ley y es penado severamente por la SEC en el caso de ocurrir en Estados Unidos. En los casos de IPO, donde la compañía pasa de ser privada a pública, lo que dificulta su valoración por el mercado en una primera instancia, la ley le brinda protección a los inversores haciendo responsable a la compañía para que las cosas prometidas en su *roadshow* para buscar inversores, se cumplan y no sean solo una manera de buscar un precio por acción alto, lo que más tarde puede traducirse en un daño económico para quienes decidieron comprar dicha acción. En caso de no cumplirse las premisas y promesas en el proceso de IPO, puede resultar en *class action lawsuits* o demandas colectivas en caso de que la SEC considere que hubo responsabilidad e intención de manipular a los inversores con noticias falsas.

En un ensayo publicado por Doug McConnell (febrero 2021), el autor analiza el caso de Game Stop, y explica que para que una operación sea considerada ilegal, “la transacción que influencia el precio de la acción también tiene que tener la intención de manipular el precio de la misma”. Según explica el autor, en el caso de GME, los inversores minoristas no estaban difundiendo información falsa respecto del valor por acción de la compañía, por lo que una estrategia de perjudicar a quien apuesta a la baja no necesariamente es una manipulación. Lo mismo hubiese ocurrido si la situación de la compañía hubiese mejorado repentinamente, generando un interés masivo por adquirir acciones de esta, sin implicar necesariamente un complot organizado por hacer subir el precio de la misma. Tal cual escribe McConnell en su artículo, sin embargo, “si inversores institucionales hicieran esto para inflar los precios, más allá del valor fundamental de la acción, recibirían multas enormes por manipular al mercado”. Sin embargo, la diferencia entre un inversor institucional e inversores minoristas, y es que en un fondo de inversión que maneja 6.000 millones de dólares podría él solo mover el precio de casi cualquier compañía si así lo quisiera. En el caso de los inversores minoristas no es así.

Luego el autor discute la parte ética sobre la operación de coludir entre extraños para sacar una ganancia en la operación antes descrita. Si bien uno puede leer una estrategia publicada en la red Reddit por el grupo WallStreetBets/, no se puede saber las motivaciones y tren de pensamiento de decenas o cientos de miles de inversores que accionaron sobre el precio de la acción de la compañía. Según explica McConnell, “solo algunos de los inversores minoristas tuvieron la intención de manipular el precio de la acción de GME en foros online”. El resto simplemente se sumó a comprar una acción que no paraba de subir en el lapso de horas sin saber probablemente que estaba ocurriendo. Pero si volvemos a la premisa que solo se puede considerar manipulación si uno tiene los medios y el poder necesario para influenciar sobre el precio de la misma, considero que este no es el caso.

McConnell se queda con 2 posibles escenarios producto de lo ocurrido con el caso GME.

- Primer escenario: Hay que aceptar que a veces los inversores se van a salir con la suya en organizar short squeezes. De esta manera, se incrementa el riesgo para la gente o instituciones que venden en corto, generando un desincentivo hacia esta práctica.
- Segundo escenario: Eliminar las ventas en corto. Según explica el autor, en plena crisis de la burbuja inmobiliaria estadounidense en el 2008, las operaciones en corto se vieron suspendidas para bajar la volatilidad del mercado. Pero a su vez, tal como es conocido, poder apostar a la baja de la acción de una compañía hace que la valuación de la acción de una empresa sea más cercana al valor “real” de la misma.

#### 4.3. Entrevistas a Referentes del Mercado

El propósito de este capítulo es recoger la opinión de referentes/participantes del mercado, los cuales manejan carteras de inversión de minoristas, realizan

inversiones propias, y en algunos casos, aconsejan a personas a través de las redes sociales y en podcasts de Spotify.

Para esta parte del trabajo, se entrevistó a 3 personas, las cuales dieron sus opiniones a la siguiente lista de preguntas, las cuales se encuentran asociadas a los distintos capítulos del Marco Teórico, y con el caso Game Stop mencionado en el Marco Empírico precedente.

El perfil de los entrevistados es el siguiente:

Perfil Entrevistados

Entrevistado	Perfil Profesional	Años Experiencia	Trabajo
#1	Administrador de Empresas, MBA	30 Años	Administrador de Portafolio
#2	Economista, Ms in Finance	20 Años	Gerente en Sociedad de Bolsa
#3	Economista, Ms in Finance	12 Años	Operador en Sociedad de Bolsa

- 1) “¿Qué redes sociales utiliza para mantenerse informado? ¿Cuándo utiliza redes, sobre que tema le interesa dar su opinión o conocer la del resto de los usuarios? ¿Por qué utiliza redes para estos temas?”

Todos los entrevistados en esta parte nos comentaron que utilizan redes sociales, tales como Twitter, Instagram, Whatsapp y Telegram, en las cuales se informan de diversos temas, pero principalmente de inversiones. Esto coincide con lo expuesto en el Capítulo I, parte II, donde se menciona la importancia de las redes sociales como medios de comunicación para diversos temas.

Adicionalmente, no solo se informan con el uso de redes, sino que los 3 entrevistados postean activamente sobre sus temas de interés, que en este caso suelen ser sobre temas financieros e inversiones. Sin embargo, difieren en la manera de presentarse en las redes sociales, ya que 2 entrevistados realizan

posteos con sus nombres reales en sus perfiles, mientras que el tercer entrevistado detalla que sus redes tienen un pseudónimo para no ser identificado.

La razón por la que utilizan redes, explican los entrevistados, es porque es la manera más rápida, sin filtros y edición que encuentran para informarse de distintos temas. Según me explican, si no estuviesen estas herramientas, les resultaría imposible estar actualizados con todo lo que ocurre en los mercados financieros.

Así mismo, uno de los entrevistados, el cual maneja inversiones de terceros, me comentó que se encuentra en más de 15 grupos distintos de Whatsapp y Telegram relacionados a inversiones, lo cual le permite estar conectado a miles de personas que opinan, recomiendan, e informan sus actividades con desconocidos.

Todos los entrevistados me comentaron que no dan consejos explícitos en las redes y en sus grupos, pero sí informan sobre su actividad financiera, que algunos casos pueden llegar a tomarse como un consejo por terceros.

2) “¿Sobre qué temas suelen consultarle gente desconocida a través de redes sociales?”

Frente a esta pregunta, los 3 entrevistados coincidieron que en efecto reciben diariamente consultas y recomendaciones sobre cómo manejar sus carteras e inversiones. Tal como nos explican, las consultas provienen de grupos muy heterogéneos, de distintos poderes adquisitivos y de un amplio rango etario. Esto está relacionado a la influencia que ejercen las redes sociales sobre la manera de pensar y de actuar por parte de los inversores minoristas, tal lo comentado en el Capítulo II, parte II del trabajo.

Así mismo, nos comentaron que en más de un caso gente desconocida les ha ofrecido entregarles efectivo o realizarles transferencias para que les manejen los fondos tras tan solo un encuentro, lo cual, según los entrevistados, indica la excesiva confianza que depositan las personas ante personas que conocen

recientemente en las redes sociales. Esto es un indicativo de como muchas personas son víctimas de estafas de todo tipo, tal como lo vimos en el Capítulo III del presente trabajo.

Aprovechando la difusión de las redes sociales, 2 de los entrevistados relataron que tuvieron encuentros en persona con gente que le han realizado consultados online, y en algunos casos han armado seminarios y “cafés financieros” con sus seguidores para poder responder consultas y conocer gente que se mueve en el mercado local para ampliar sus redes de contacto.

3) “¿Le ve algún riesgo en seguir a cuentas que no sabe quien las maneja?”

En este punto, relacionada también al Capítulo I, parte II del trabajo, los 3 entrevistados coincidieron que siguen cuentas en Twitter e Instagram que no saben que persona/s están detrás de las mismas. Sin embargo, hacen la aclaración que tratan de chequear a través del tiempo si la información que reciben de estas cuentas consideran que es confiable o no. Como bien lo indica uno de los entrevistados, “en redes sociales, hay que saber separar el trigo de la paja, porque opiniones abundan y no todas son acertadas”.

Otro de los entrevistados comenta que cuando sigue a una cuenta nueva que habla sobre temas de inversiones, les suele dar un período de prueba para ver si vale la pena mantenerla como fuente recurrente de información, ya que muchos perfiles no suelen dar información certera.

4) “¿Como hace para evitar ser influenciado por malos consejos en redes, y que mecanismos utiliza para validar la información a la que está expuesto?”

En esta pregunta se trató de verificar lo expuesto en el Capítulo II, parte II donde se estudia la influencia de lo leído en redes sociales sobre las decisiones y expectativas

de los inversores. Los 3 entrevistados nuevamente coincidieron en que consideran que efectivamente lo leído en redes como Whatsapp, Telegram o Twitter puede haber afectado sus decisiones, pero indican que tratan de chequear la información y recomendaciones a través de distintas fuentes para llegar a una decisión de inversión antes de concretarla. Ninguno de los entrevistados expresó que era imposible ser influenciado por lo leído en las redes.

Tal como lo mencionaron en la pregunta 3), los entrevistados coincidieron que en las redes uno está expuesto a mucha información, la cual puede ser demasiado difícil de digerir si se siguen a todas las cuentas que ofrecen opiniones y consejos de inversión, por lo que es de suma importancia depurar y elegir los perfiles que uno considera como fuentes confiables de información. Este proceso lo logran mediante la validación de sugerencias expresadas por estas cuentas, con lo que finalmente sucede en el mercado, y por recomendaciones de otras personas que ellos consideran que son confiables.

Respecto a la última pregunta de esta parte, los entrevistados nos comentan que nunca han realizado una inversión puramente por consejo que les ha llegado a través de redes sociales, sino que pudo haberles hecho llegar el interés y que siempre realizan chequeos con distinta información antes de avanzar con la decisión de inversión. Esto, como lo hemos comentado en la pregunta 2), difiere con lo experimentado “del otro lado del mostrador” por los entrevistados donde desconocidos les han ofrecido su dinero para que ellos se lo inviertan sin demasiadas preguntas de por medio.

- 5) “¿Qué plataformas utiliza al momento de invertir? ¿Cómo cree que ha impactado la participación de los inversores minoristas en el mercado durante los último 10/20 años?”

Nuevamente, debido al perfil de los entrevistados, los mismos coinciden en la utilización de plataformas de inversión minoristas similares a las expuestas en el

Capítulo II, parte I del trabajo. Los entrevistados suelen operar en distintas plataformas como InvertirOnline, BullMarket para la compraventa de acciones, bonos, ADR, CEDEARs y ETFs, y plataformas como Binance y Ripio para la operación de criptomonedas.

Uno de los entrevistados comentó como la plataforma Patagon.com, pionera en el mercado minorista argentino en el año 1999, cambió el mercado bursátil argentino con cotizaciones en línea y foros, en una época donde las cotizaciones aparecían solamente una vez al día en el diario, y la conexión a internet era vía “dial up” con todas las limitaciones que ello conllevaba. Con las plataformas actuales, explica el entrevistado, “le permitió al inversor minorista participar de un mercado al que antes solamente podía participar los grandes capitales y con asesores que estaban en el piso de la bolsa de Buenos Aires”.

Si bien los porcentajes pueden resultar menores a otros participantes, tal cual se menciona en el Capítulo II, parte I, los 3 entrevistados coinciden que, a su criterio, los inversores minoristas tienen cada vez más influencia en el mercado bursátil de argentina y el mundo en general.

6) “¿Que riesgos considera que existen en el uso de redes sociales para las decisiones financieras?”

Los entrevistados en este punto coincidieron que existen riesgos inherentes de muchos tipos en las inversiones de todo tipo, los cuales se ven potenciados cuando se involucran las redes sociales tal cual lo expuesto durante el capítulo III del trabajo.

Uno de los entrevistados hizo una especial diferenciación en los riesgos de seguir consejos de inversión de una persona en las redes, debido a los riesgos propios de una inversión en acciones, por ejemplo, y los riesgos de caer en estafas. Por un lado, puede haber “un mal consejo de inversión”, mientras que por el otro hay

malicia. El entrevistado remarca, que “hay que tener cuidado con ambos, porque en el anonimato de las redes hay mucho de los dos”.

Sin embargo, los 3 entrevistados comentan que las estafas piramidales se han hecho más masivas por el uso de redes sociales, y según comenta otro entrevistado, “inversores que han entrado a una estafa piramidal (sin aún saberlo) tratan de meter a más gente en esta inversión para validar su propia decisión, haciendo que las estafas piramidales se propaguen con mucha velocidad”. Por esta razón, remarcan que antes de apostar capital propio o de terceros en una inversión, se debe conocer exactamente los riesgos/beneficios y evitar tomar decisiones apresuradas de las que se puedan arrepentir en el futuro.

7) “¿Cómo conviven e interactúan las redes sociales y las criptomonedas?”

Sobre esta pregunta relacionado a lo tratado en el Capítulo III, Parte I, uno de los entrevistados fue muy enfático en su opinión. Él expresó que “no hay manera de estar al tanto del mundo cripto si uno no está en redes sociales o foros específicos del tema”. Tal como lo explica, el mundo cripto es aún más dinámico que el mundo bursátil, y “los ciclos alcistas y bajistas, cuando hace 20 o 30 años podían ser de meses o años en las bolsas mundiales, ahora ocurren de manera diaria en el mundo cripto” explica el entrevistado con experiencia en el rubro.

Los otros 2 entrevistados también remarcaron la importancia de estar informado todo el tiempo para poder invertir en cripto, pero consideraron que no conocían ese segmento tanto como lo hacían con los otros instrumentos más convencionales que se operan en las bolsas del mundo.

8) “¿A qué punto considera que llega el poder de los inversores minoristas para realizar una estrategia conjunta de manera habitual, al estilo *pump and dump*?”

Los entrevistados, sobre este punto, explicaron que hacer una estrategia conjunta para mover el mercado, sería de extrema complejidad y deberían estar alineados en gran escala con un mismo objetivo temporal, lo que resulta casi imposible en la mayoría de los mercados globales con mucha capitalización de mercado. Sin embargo, tal como se analizó en el caso GameStop, reconocen, es una excepción y que demuestra que rara vez puede ocurrir esto.

Uno de los entrevistados, sin embargo, nos cuenta que participa de grupos de Whatsapp con gente desconocida pero relacionadas a inversiones, y que en la bolsa Argentina, con acciones con poco volumen ha habido casos donde una recomendación de un usuario de comprar determinada acción, ha hecho que la misma suba producto de la actividad en la bolsa de ese grupo (o al menos, así lo cree él). Nos comenta que esto genera movimientos fuertes en las cotizaciones de acciones con poco volumen de trading, que facilita una estrategia de *Pump and Dump* mencionado en el Capítulo III, Parte II del trabajo, pero que no considera que se pueda replicar en acciones con mayor volumen del mercado americano a gusto de un determinado grupo.

9) “¿Que cree que falló en el caso GameStop? ¿Qué opina desde la parte ético/legal que los inversores minoristas tomen una estrategia conjunta?”

Las opiniones de los entrevistados sobre este caso, con distinto nivel de conocimiento del tema, también fue bastante unánime. Los entrevistados creen que hubo un error de regulación al permitir un porcentaje de venta en corto tan grande por parte de los fondos tal cual lo analizado en el Capítulo IV, Parte II, y que no hubo un problema ético desde el lado de los inversores minoristas ya que no todos necesariamente leyeron los foros de Reddit y que simplemente pudo haber sido un oportunismo por parte de una gran parte de los inversores minoristas.

Por esa misma razón, consideran que no ocurrió algo ilegal desde el lado de la “estrategia conjunta” de los minoristas, en coincidencia con lo analizado en el caso GameStop en el apartado anterior, porque sería imposible determinar quienes participaron activamente en esta estrategia cartelizada, y quienes lo hicieron por elecciones propias.

## CONCLUSIONES GENERALES

Las redes sociales, podemos concluir, que ya son parte esencial en la manera de informarse por gran parte de la población con acceso a internet en el mundo. Con el 35% de la población como usuarios activos en algún tipo de red social, la información a través de estas se mueve con extrema rapidez.

Las redes sociales, a su vez, tienen especial influencia en la manera de informarse por parte de las nuevas generaciones, siendo estas la principal fuente de información para el 30% de los *Centennials*, y del 26% de los *Milennials* de Estados Unidos en el 2021.

Cuando analizamos específicamente cómo se informan los inversores para arribar a sus decisiones de inversión, se hizo evidente que cada vez es mayor la utilización de redes sociales de todo tipo para recabar información relevante. No necesariamente sea la única fuente de información que utilizan para arribar a sus decisiones, pero tal como explicaron los entrevistados en el capítulo IV del trabajo, son de un uso indispensable para estar informado de lo que ocurre en los mercados, y especialmente en el relacionado a las criptomonedas.

Cuando se realiza un relevamiento de las fuentes de información primarias para información relacionado a inversiones financieras, tal cual lo visto en el capítulo II del trabajo, el 35% de los inversores entre 18 y 34 años considera que las redes sociales son la principal fuente de información para temas de inversión, mientras que la cifra baja al 15% para los inversores de 35 a 64 años. Esto indica que todavía

existe una diferencia generacional en la forma de informarse, pero deja en evidencia la importancia que cumplen las redes sociales sobre las nuevas generaciones. Dicha parte del trabajo estuvo enfocada al Objetivo específico A, abordado principalmente en el Capítulo I del Marco Teórico así como en las entrevistas a los referentes de mercados del Marco Empírico.

Respecto a la influencia de las redes sociales sobre las decisiones de inversión de los inversores minoristas, tal como lo analizado en el capítulo II del trabajo, debido a que las mismas son una de las principales fuentes de información de los inversores, ejercen una influencia consciente o subconsciente sobre las decisiones de sus usuarios. Tal cual lo visto en el estudio de Kadou, Mercer y Zhou (2019), los participantes se vieron influenciados en sus decisiones financieras y en sus pronósticos futuros dependiendo a que información fueron expuestos a través de las redes sociales. Aun cuando éstos contaban con la misma información numérica para hacer sus predicciones sobre el valor futuro de una acción, los pronósticos variaban según los mensajes de personas anónimas a los que fueron expuestos los participantes. El impacto sobre los pronósticos futuros fue aún mayor cuando los mensajes en redes sociales sobre una inversión en particular eran negativos, dejando en claro el sesgo de aversión al riesgo de los inversores.

De igual manera, en las entrevistas a referentes del mercado en el capítulo IV, los entrevistados coincidieron en aceptar que las redes tienen influencias sobre sus decisiones de inversión. Por esa razón, explicaron que es necesario hacer una depuración de las cuentas a las que se siguen en redes sociales, y tratar de validar la información que les llega a través de las mismas, para tener la confianza de estar tomando una decisión estudiada y no sesgada por los mensajes a los que se está expuesto. La influencia de redes sociales sobre los inversores se encontraba relacionada a los Objetivos Específicos B y D del trabajo, la cual fue abordada principalmente en el Capítulo II del Marco Teórico, y con ambas herramientas desarrolladas durante el Marco Empírico.

Así mismo, este trabajo se propuso profundizar en los riesgos relacionados a la utilización de redes sociales para la toma de decisiones financieras, el cual se

encontraba relacionado con el objetivo específico C. Los riesgos asociados a la fácil, rápida y económica difusión de información y desinformación, tal como lo vimos en el capítulo III del trabajo y luego con los testimonios de los entrevistados en el capítulo IV, son muy grandes. Tanta facilidad de difundir ideas e información viene asociado a un riesgo concreto que son los fraudes y estafas.

Las redes sociales, al conectar a gente desconocida a un costo bajo, son una herramienta ideal para difundir información falsa y perpetrar estafas varias, como pueden ser las estafas piramidales. Producto de la creciente utilización de redes sociales por parte de inversores para la toma de sus decisiones financieras, las estafas han crecido de forma vertiginosa en el mundo durante los últimos años. Tal como se indicó en el trabajo, tan solo en Estados Unidos se reportaron estafas por 770 millones de dólares durante el 2021 acorde a la FTC.

Los entrevistados, por su parte, pusieron especial énfasis en los riesgos a los que están expuestos al estar en contacto con tanta gente desconocida en redes, y expusieron la facilidad con la que gente, en su afán de invertir y no perderse oportunidades, está dispuesta a entregar dinero sin garantías a un extraño al que conocieron a través de las redes para que la inviertan. Esto explica también la rápida difusión y crecimiento que tienen las estafas piramidales en el mundo, las cuales a través de las redes sociales y del boca en boca, captan nuevas víctimas las cuales quieren invertir pero no necesariamente tienen el conocimiento necesario.

Así mismo, este trabajo hizo hincapié en el rol de los organismos de control para evitar que las estafas y en las acciones que se llevan a cabo para prevenirlas. Tal cual lo detallado en el trabajo, la *Securities and Exchange Commission* es la encargada de “proteger a los inversionistas y mantener la integridad de los mercados de valores” de Estados Unidos. La SEC controla a todo negocio o empresa que capta fondos de los inversores, por lo que ejerce controles para asegurar y resguardar a estos inversores.

Tal como lo expuesto en el trabajo, en muchas ocasiones, existen negocios que se originan de forma lícita, y al momento de captar fondos de inversionistas, superan

los controles de los organismos de control. Sin embargo, en algunas ocasiones, empiezan a convivir negocios lícitos e ilícitos en una misma estructura, lo que le dificulta la detección por parte de estos organismos, hasta que usualmente es demasiado tarde y los daños patrimoniales a los inversores son cuantiosos.

Para informar a los inversores, la SEC confecciona reportes en los cuales detallan las banderas rojas, o puntos a tener en cuenta para evitar las estafas y los fraudes. Sin embargo, como lo mencionamos en el capítulo III, la difusión de estos mensajes suele ser insuficiente para llegar al caudal de inversores que existen en el mundo, y estos reportes no resultan fáciles de encontrar en su web. Así mismo, la SEC se encuentra presente en las redes con Twitter, pero con tan solo 440.000 seguidores en su cuenta de Twitter, no parecería estar logrando difundir sus mensajes a todos los inversores a los cuales debería advertirle sobre las prácticas fraudulentas más usuales.

ANEXOS

ANEXO I



U.S. Securities and Exchange Commission  @SECGov · Mar 31   
HAPPENING NOW!

Safeguarding the Golden Years: Avoiding Financial Fraud

Click  to tune in 



**SEC INVESTOR  
ADVOCACY  
CLINIC SUMMIT**

PUBLIC OUTREACH EVENT  
MARCH 31, 2022 | 10 - 11:30 a.m. ET

**Safeguarding the Golden Years:  
Avoiding Financial Fraud**

sec.gov  
HAPPENING NOW: SEC Investor Advocacy Clinic Summit

 184

 16

 29



ANEXO II

**FIGURE 1**  
**EXPERIMENT 1—STOCKTWITS ADVICE BY EXPERIMENTAL CONDITION**

**Panel A: StockTwits by Condition**

	Negative Tone	Positive Tone
<b>Sentiment/Low Source Cred</b>	<p>Expecting bad things for <b>SLEZT</b> in Q1!!!!!! This company is DISAPOINT lately.</p> <p>NOT A FAN – <b>SLEZT</b> is going DOWN the crapper..</p> <p>Sorry but Ima Feeling BAD aboutt <b>SLEZT</b>.</p> <p>You're a moroon to buy <b>SLEZT</b> at this price! And if you already own <b>SLEZT</b>, SELL YOUR SHARES of this bad boy!!</p>	<p>Expecting great things for <b>SLEZT</b> in Q1!!!!!! This company is AWAZEBALLS lately.</p> <p>A HUGE FAN – <b>SLEZT</b> is going UP through the roof..</p> <p>Happy to say Ima Feeling GREAT aboutt <b>SLEZT</b>.</p> <p>You're a moroon if you don't buy <b>SLEZT</b> at this price! And if you already own <b>SLEZT</b>, BUY MORE SHARES of this bad boy!!</p>
<b>Sentiment/High Source Cred</b>	<p>Expecting bad things for <b>SLEZT</b> in Q1! This company is disappointing lately.</p> <p>NOT A FAN – <b>SLEZT</b> is going down.</p> <p>I am sorry to report that I'm feeling bad about <b>SLEZT</b>.</p> <p>You'd be foolish to buy <b>SLEZT</b> at its current price. And if you already own <b>SLEZT</b>, sell your shares.</p>	<p>Expecting great things for <b>SLEZT</b> in Q1! This company is amazing lately.</p> <p>A HUGE FAN – <b>SLEZT</b> is going up.</p> <p>I am happy to report that I'm feeling great about <b>SLEZT</b>.</p> <p>You'd be foolish not to buy <b>SLEZT</b> at its current price. And if you already own <b>SLEZT</b>, buy more shares.</p>
<b>Fundamentals/Low Source Cred</b>	<p>Expect intense competition and slow increase in same store sales for <b>SLEZT</b>. Newly update Eeeeeek forecasts say <b>SLEZT</b> will report lower than expected Q1 2017 revenue.</p> <p>National farm crisis will lead to goat cheese shortage in coming year.. Will increase <b>SLEZT</b> inventory costs and squeeeeeeeeze its margins.</p> <p>Consumers feel'n uncertain. Soooo we'll see decrease in consumer spend on restarants over the next couple years. Negative sign for <b>SLEZT</b> growth.</p> <p>Customer traffic; at <b>SLEZT</b> is DOWN from last year</p>	<p>Expect decreased competition and fast increase in same store sales for <b>SLEZT</b>. Newly update Eeeeeek forecasts say <b>SLEZT</b> will report higher than expected Q1 2017 revenue.</p> <p>National farm boom will lead to goat cheese surplus in coming year.. Will decrease <b>SLEZT</b> inventory costs and improooove its margins.</p> <p>Consumers feel'n confident. Soooo we'll see increase in consumer spend on restarants over the next couple years. Positive sign for <b>SLEZT</b> growth.</p> <p>Customer traffic; at <b>SLEZT</b> is UP from last year</p>
<b>Fundamentals/High Source Cred</b>	<p>Expect intense competition and slow increase in same store sales for <b>SLEZT</b>. Newly updated EarningsAlert forecasts say <b>SLEZT</b> will report lower than expected Q1 2017 revenue: <a href="http://earningsalerts.com/intro/letz?utm">earningsalerts.com/intro/letz?utm</a></p> <p>National farm crisis will lead to goat cheese shortage in coming year. This will increase <b>SLEZT</b> inventory costs and squeeze its margins.</p> <p>Consumers are feeling uncertain. As a result, we will see a decrease in consumer spending on restaurants over the next couple years. Negative sign for <b>SLEZT</b> growth.</p> <p>Customer traffic at <b>SLEZT</b> is DOWN from last year.</p>	<p>Expect decreased competition and fast increase in same store sales for <b>SLEZT</b>. Newly updated EarningsAlert forecasts say <b>SLEZT</b> will report higher than expected Q1 2017 revenue: <a href="http://earningsalerts.com/intro/letz?utm">earningsalerts.com/intro/letz?utm</a></p> <p>National farm boom will lead to goat cheese surplus in coming year. This will decrease <b>SLEZT</b> inventory costs and improve its margins.</p> <p>Consumers are feeling confident. As a result, we will see an increase in consumer spending on restaurants over the next couple years. Positive sign for <b>SLEZT</b> growth.</p> <p>Customer traffic at <b>SLEZT</b> is UP from last year.</p>

## ANEXO III

Publicado por u/Jeffamazon hace 2 años

8.2k

11 3 9 4 19 22 14 2 24

### The REAL Greatest Short Burn of the Century

DD

Disclaimer from Quora: A true short squeeze is a fairly rare event. There are probably 100 predicted for every 1 that occurs.\*

There needs to be an unexpected positive event. This could be a huge earnings surprise, a takeover offer, new patent, drug approval, etc.

Unscrupulous stock promoters (PUMPERS) often dangle a potential short squeeze as a carrot to entice inexperienced investors to buy a bad stock. For instance, you will find predictions of a "massive short squeeze" on virtually every message board for every penny biotech stock. If you point out that there is insufficient short interest for a squeeze, the promoters just add lies about "naked short selling".\*

There, nobody sue me for the pennies I have. The following is all for entertainment purposes only:

#### The intro:

Sup gamblers. Feel bad about missing the gain train on TSLA? Fear not - something much greater and stupider is here.

You know Citadel? The MM that took all our money today? Well now we finally won't be at the mercy of the MMs. Instead, we're going to temporarily join forces with the Galactic Empire and hijack the death star.

Our choice of weapon... \$GME.

### The setup:

Huh?? Isn't GME an absolute piece of trash stock? NO (will explain below), and even if it is, it's not entirely relevant. The this turn around is going to make TSLA's short burn look like warm afternoon tea.

Why? Well, most short squeezes are mostly math. This one is special because we have math AND great underlying news.

To be clear, this will happen whether or not we participate. I prefer us idiots to be a part of history. Here's what's up:

Short interest:

GME currently has between 85% - 99.8% short interest, depending on what site you use. For context, 20% is already considered high as the moon. TSLA and NFLX were around 30-40% at their peak. But GME'S ACTUAL SHORT INTEREST IS OVER 110%. In case you think I've gone nuts, look below:

===

Shares Outstanding (June 2) = 64.8M

- Insider Shares (June 30) = 8.9M

Total = Public Float = SO - IS = 55.8 M

- Ryan Cohen Shares (8/31) = 6.2M

Total = Adjusted Public Float - Ryan Cohen = 49.6M

===

Shares Shorted (9/2) = 55.7M

===

% Shorted (Total Shares) = 86%

% Shorted (Float) = 99.8%

**% Shorted (Adj. Float) = 112.3%**

This is unheard of. Also, the short interest ratio/days to cover is 16 DAYS right now. Shorts are beyond trapped in their position. And the insiders? They won't sell. In fact.. they've been BUYING.

Fine, what if the shorts are correct? They've been printing for 5 years. Ok fellow gamblers, here's where the real DD comes in. The reversal:

3 big things will cause this reversal. Ryan Cohen, retail option buying, and Kenny G (Citadel) himself.

Who's Ryan Cohen?

Ryan Cohen sold Chewy in 2017 for \$3.3 billion. He poured most of his money into Apple and Wells Fargo, saying he hates diversification and only goes all in into things he has high conviction in. Cohen is a Buffet-like investor. He is the largest individual owner of AAPL, and has sat on his hands doing nothing for 3 years.

**The trade:**

In order to capture the biggest upside, the highest strike call option is best. Remember when TSLA was going up so fast they didn't even have existing options to match the parabolic gains? Same will happen here. We only have \$30Cs now, so these will have to do.

15 Jan 2021 \$30.00 C.

Also, since we don't know when GME will skyrocket, this gives you time to capture any squeeze that happens.

16 Oct \$15.00 C.

This lets you capture more asymmetric upside in case the squeeze happens quickly.

LAST, and timing is crucial here. ONLY WHEN I get the confirmed signal that the squeeze is happening, I will pound weeklies 10-20% above strike price. Again forcing Kenny to hedge with shares, causing shorts to cover and BUY back, increasing the delta of the call, getting retail and institutional attention, buying more calls/shares, delta hedge, shorts cover, ad infinitum.

The weeklies have the highest delta, so Citadel will be forced to hedge the most by buying shares. In other words, we'll get the biggest bang for our buck in squeezing these.

There is a chance Citadel/MMs switches to buying puts to delta hedge. Like I said, they're asleep at the wheel for a second, retail will likely ram before they change their algos.

However, once the squeeze takes off, not even Citadel will be able to stop it. In any case, if they do start to buy puts, we can sell the puts as a bonus.

Like [/u/dlkdev](#) once said, the only way to beat a rigged game is to rig it even harder.

This is not fraud. There is no manipulation here. We aren't forcing anyone to do anything. It's going to happen with or without us. But I want to ride.

Earnings will light the match, but we can add all sorts of gasoline to the fire.

I stole some data/ideas from a couple of different articles on Seeking Alpha/reddit/google/youtube. I'm not claiming credit for this trade, I don't really care. In fact, I beg you to completely ignore me. I even dare you to short GME. I'll happily take your money.

## BIBLIOGRAFÍA

- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). *Social Media Use in 2021*. Pew Reserach Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Fletcher, E. (2021). *Cryptocurrency buzz drives record investment scam losses*. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/data-visualizations/data-spotlight/2021/05/cryptocurrency-buzz-drives-record-investment-scam-losses>
- Fitzgerald, M. (2021). *Retail Investors continue to jump into the stock market after GameStop mania*. CNBC. <https://www.cnbc.com/2021/03/10/retail-investor-ranks-in-the-stock-market-continue-to-surge.html>
- Fletcher, E. (2021). *Cryptocurrency buzz drives record investment scam losses*. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/data-visualizations/data-spotlight/2021/05/cryptocurrency-buzz-drives-record-investment-scam-losses>
- Fletcher, E. (2022). *Social media a gold mine for scammers in 2021*. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/data-visualizations/data-spotlight/2022/01/social-media-gold-mine-scammers-2021>

- Fox, M. (2021). *Social media is the most popular source of investment ideas for young investors, CNBC survey finds*. CNBC.  
<https://www.cnbc.com/2021/08/26/social-media-top-pick-of-young-investors-for-ideas-cnbc-survey-finds.html>
- *Telar de la abundancia: qué es y cómo funciona la estafa*. (2019). Diario Perfil. <https://noticias.perfil.com/noticias/informacion-general/2019-08-05-telar-de-la-abundancia-que-es-y-como-funciona-la-estafa.phtml>
- GameStop. (2021). *GameStop Investor Relations*. <https://gamestop.gcs-web.com/node/19651/html>
- Hajric, V., & Graffeo, E. (2021). *Retail traders slide back below 20% of market's total volume*. Bloomberg.  
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-11-17/retail-traders-retreat-as-choppy-markets-challenge-easy-profits>
- *We are social*. (2021). Hootsuite.
- Hu, C. (2022). *Social media scammers made off with \$770 million last year*. Popular Science. <https://www.popsci.com/technology/ftc-social-media-scams/>

- Jory, S., & Perry, M. (2011). *Ponzi Schemes: A Critical Analysis*.
- Kadous, K., Mercer, M., & Zhou, Y. (2019). *Do Individual Investors Understand How Social Media Advice Influences Their Investment Decisions?*
- Klang, M. (2014). *Sharing, Oversharing and Selfies*. Social Media. <https://pt.slideshare.net/klang/sharing-oversharing-and-selfies>
- McConnell, D. (2021). *Ethics of the GameStop Short Squeeze*. Practical Ethics. <http://blog.practicaethics.ox.ac.uk/2021/02/ethics-of-the-gamestop-short-squeeze/>
- Phillips, M., Friedman, G., & Lorenz, T. (2021). *Plunging GameStop Stock Tests the Will of Investors to Stick With the Ride*. New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/02/02/business/gamestop-investors-plunging-shares.html>
- Securities and Exchange Commission. (2014). *Updated Investor Alert: Social Media and Investing - Avoiding Fraud*. [https://www.sec.gov/oiea/investor-alerts-bulletins/ia\\_socialmediafraud.html](https://www.sec.gov/oiea/investor-alerts-bulletins/ia_socialmediafraud.html)
- Si, S. (2016). *Social Media and Its Role in Marketing*. Business and Economics Journal.

- Standard Chartered Bank. (2021). *Authorised Push Payment Fraud is on the rise in the Business World. Are you Prepared?* Standard Chartered. <https://www.sc.com/en/feature/authorised-push-payment-fraud-is-on-the-rise-in-the-business-world-are-you-prepared/>
- U/Jeffamazon. (2020). *The REAL Greatest Short Burn of the Century.* Reddit. [https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/comments/ip6jnv/the\\_real\\_greatest\\_short\\_burn\\_of\\_the\\_century/](https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/comments/ip6jnv/the_real_greatest_short_burn_of_the_century/)
- U/Mirkam. (2021). *Legacy of WSB: SME Short Squeeze.* Reddit. [https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/comments/kzftk2/legacy\\_of\\_wsb\\_gme\\_short\\_squeeze/](https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/comments/kzftk2/legacy_of_wsb_gme_short_squeeze/)
- YPulse. (2021). *3 Stats on Where Gen Z & Millennials are Getting their News.* [https://www.ypulse.com/article/2021/06/15/3-stats-on-where-gen-z-millennials-are-getting-their-news/#:~:text=Millennials%20are%20\(still\)%20most%20likely,just%2037%25%20of%20Gen%20Z.](https://www.ypulse.com/article/2021/06/15/3-stats-on-where-gen-z-millennials-are-getting-their-news/#:~:text=Millennials%20are%20(still)%20most%20likely,just%2037%25%20of%20Gen%20Z.)
- Zodziejko, M. (2021). *Federalismo Bursátil Universal.* Revista Bank, N° 72.