

¿Cómo perciben los consumidores las criptomonedas?

La controversia respecto a las criptomonedas ha estado fundamentalmente circunscrita a las relaciones entre las empresas emisoras y los organismos reguladores y supervisores. Sin embargo, se han analizado menos los factores que determinan el interés o desinterés de los consumidores por estos activos.



El regulador de mercados del Reino Unido (FCA, por sus siglas en inglés) acaba de publicar un estudio explicando cómo y por qué los consumidores compran criptoactivos¹. El estudio muestra que:

- Muchos consumidores perciben los criptoactivos como una vía de riqueza “fácil”.
- Muchos consumidores no comprenden completamente lo que están comprando.
- Hay evidencia contrastada de una elevada propensión al riesgo entre los compradores.

¹ How and why consumers buy cryptoassets. A report from the FCA. 6 March 2019.



Además, se muestra que el 23% conocieron originalmente los criptoactivos a través de la prensa digital, mientras que el 22% lo han hecho a través de los medios de comunicación escritos o televisión. Tan sólo el 16% los conoce por amigos o familiares y el 15% a través de las redes sociales. En cuanto al tipo de criptoactivos, Bitcoin parece ser el criptoactivo más conocido entre los usuarios. Más de la mitad de los consumidores incluidos en el estudio tienen Bitcoins, mientras que solo uno de cada tres (34%) tienen Ether.





Estos resultados son similares a los realizados en EE.UU². Más de un tercio (36%) de los millenials norteamericanos creen que las criptomonedas tendrán más aceptación en el futuro.

Las notas comunes de estos estudios muestran que los consumidores asocian los cryptoactivos a realizar inversiones y no tanto como un medio de pago, una visión que está en sintonía con los análisis académicos hasta la fecha.

² YouGov Omnibus. Septiembre 2018.