

16/07/2019

Libra: 10 preguntas de Euroconsumers a Mark Zuckerberg

Libra se ha anunciado con el objetivo de cambiar las reglas de juego en el mundo de los pagos, si bien, surgen muchas preguntas que aún permanecen sin respuesta. Preguntas sobre cuestiones financieras, compatibilidad con la regulación de los Gobiernos, competencia y ... privacidad. Pero la pregunta principal es si Libra realmente trata de crear valor para los consumidores o si por el contrario es solo la última especulación de un actor del mercado con una posición dominante gracias al mal uso de los datos de los consumidores y ahora quiere usar su plataforma para monetizar su posición de dominio mundial en beneficio propio. Euroconsumers prefiere conceder a Facebook el beneficio de la duda y pide despejar estas dudas a la mayor brevedad posible con pruebas sólidas y todas las garantías necesarias de que el proyecto Libra está realmente destinado a beneficiar a los consumidores y es, por lo tanto, una innovación confiable. Si ese fuera el caso, Euroconsumers está listo para ocupar un lugar en la Fundación Libra para representar el papel principal y el interés de los consumidores.

#ConsumerPower

Llegó a las noticias de todo el mundo: el ambicioso plan de Facebook para lanzar en la primera mitad de 2020 una nueva moneda digital llamada "Libra" (almacenada en una billetera digital "Calibra") que transforma la forma en que el dinero se mueve en todo el mundo. La posibilidad de crear un sistema de pagos unificado a escala global y a un coste potencialmente menor puede ser verdaderamente revolucionaria y atractiva.

No hay duda, en términos de marketing, de que Libra tuvo un buen comienzo. Pero cuando se trata de proporcionar información oficial sólida y detalles técnicos, no tanto. Euroconsumers, la unión de organizaciones de consumidores de Bélgica, Italia, España, Portugal y Brasil, da la bienvenida a ideas innovadoras como Libra que, en teoría, podrían crear oportunidades para los consumidores. Sin embargo, con 2020 a menos de un año, aún quedan pendientes muchas preguntas urgentes para los consumidores que es necesario responder con información oficial y detalles técnicos y no con anuncios grandilocuentes propios de una campaña de marketing.

EUROCONSUMERS



Por lo tanto, Facebook debe responder a las siguientes cuestiones:

1. **¿Qué costes tiene el proyecto y cómo se garantizará la seguridad de las transacciones?** Dado que la moneda de Libra no será el euro, habrá costes de transacción para los consumidores. Aún no está claro cuáles serían. Otra pregunta importante se relaciona con la seguridad de las transacciones. Facebook debe aclarar si va a requerir una autenticación reforzada para que los consumidores accedan a la cuenta

2. **¿Qué ocurre si el consumidor es víctima de un hackeo?** Facebook dice que en caso de piratería u otro tipo de fraude, cualquier pérdida sufrida por los consumidores será totalmente reembolsada por Calibra (la plataforma que servirá de monedero digital) pero no ha proporcionado ningún tipo de información sobre las condiciones que se aplicarían y sigue siendo incierto si la plataforma de Calibra tendrá los medios financieros para reembolsar a todos los consumidores agraviados.

3. **¿Un futuro mercado de Libra es legal?** Los servicios financieros nacionales y las autoridades del mercado podrían considerar el comercio en Libra utilizando la plataforma Calibra ilegal en ciertos casos. A modo de ejemplo, en Bélgica es ilegal ofrecer a los consumidores la oportunidad de invertir en productos de inversión en criptomoneda. En España no hay regulación legal del mercado de criptomonedas, pero si hay reciente sentencia del Tribunal Supremo sobre el Bitcoin que no lo considera dinero, ni electrónico ni de otro tipo.

4. **¿Cómo protegerá Facebook a los consumidores de posibles actividades delictivas de lavado de dinero?** Por el momento, sigue sin estar claro qué estándar de mecanismos antifraude y de lavado de dinero aplicará Libra / Calibra y es este un motivo claro de preocupación, ya que los consumidores podrían participar o incluso ser utilizados en actividades delictivas sin que ellos lo supieran.

5. **¿Conlleva algún riesgo fiscal?** Es necesario que Facebook aclare si las dificultades del cálculo de las ganancias y / o pérdidas de las transacciones de Libra generadas en pueden poner a los consumidores en riesgo de cometer evasión fiscal o fraude sin saberlo.

6. **¿Cumplirá Libra con la ley básica del consumidor en Europa?** Las organizaciones de Euroconsumers advierten que todavía no hay información sobre los términos y condiciones estándar de Libra / Calibra, y por tanto no se puede verificar a día de hoy el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones

de protección al consumidor, como por ejemplo el derecho a tener acceso a los tribunales de sus jurisdicciones locales.

7. **¿Pueden las autoridades europeas supervisar a Libra y garantizar a los consumidores que el uso de esta criptomoneda es seguro?** Las primeras reacciones del mundo político y los reguladores temen lo contrario. El Congreso estadounidense solicitó que el proyecto quedara en suspenso, los reguladores británicos aún están investigando el asunto, y el Banco Central Europeo admitió que no tiene reglas claras establecidas para un escenario de Libra. En España la opinión emitida tanto por la CNMV y el Banco de España advierten de los riesgos que implican y no recomiendan su uso.

8. **¿Cómo afecta a la competencia y la libre elección del consumidor?** Facebook ya es grande y poderoso, Libra fortalecerá aún más su dominio global y su posición en el mercado. Aunque se dice que Calibra no es exclusiva de la “aplicación de Facebook”, en la práctica, corre el riesgo de favorecer productos de Facebook como WhatsApp y Messenger dando lugar una reducción de la competencia reducida y ofreciendo por tanto menos opciones para los consumidores.

9. **¿Tienen los usuarios garantías del uso legítimo de sus datos?** Facebook declara que no utilizará la información financiera contenida en la billetera digital de Calibra para la segmentación de anuncios, salvo que el consumidor dé su consentimiento. Lamentablemente, todo el mundo conoce el historial de Facebook cuando se trata de usar datos del consumidor, solicitar el consentimiento y, en general, respetar la ley de privacidad básica. Euroconsumers incluso tiene acciones colectivas pendientes en cuatro países contra Facebook por el mal uso de los datos del consumidor. Más de 250.000 consumidores ya se han unido a esta batalla común y esperan una compensación adecuada. #notyourpuppets #mydataismine. De forma reciente ha recibido una sanción por parte de las autoridades de Estados Unidos. Con la puesta en marcha de Libra las apuestas Facebook dispondrá de una gran base de datos de usuarios y podría vincular las transacciones de Libra a individuos específicos. Con esa información ¿quién sabe qué hará Facebook a continuación? A modo de ejemplo la empresa y mostro interés en el negocio de los créditos de consumo y presentó una patente hace algún tiempo sobre cómo usar las interacciones sociales para evaluar la solvencia crediticia.

10. **¿Dónde está esta empresa Libra?** Hay serias sobre la ubicación de la empresa. Recientemente, el periódico italiano Il sole 24 Ore descubrió que en

13 Quai de l'Ile en Ginebra, donde se supone que la Asociación Libra que debería financiar y controlar el nuevo proyecto de Facebook tiene su sede central, está completamente ocupada por una compañía que ofrece espacios de coworking. Es determinante para concretar los derechos de los consumidores concretar y conocer la ubicación de la empresa, y el fuero aplicable.

Queda claro que todavía hay muchas preguntas que amenazan el potencial innovador del proyecto Libra. Si Facebook realmente quiere que esto funcione, tendrá que involucrar a los consumidores y reconocer su papel de liderazgo, ya que, después de todo, estamos hablando de su dinero y sus datos. Los consumidores deben ocupar un papel central y obtener una buena parte del valor generado por Libra. Todavía no se ha escuchado o leído ni una palabra sobre la participación de los consumidores en todo el proyecto Libra. Muchas promesas sobre el diálogo con los reguladores y los responsables políticos, pero ¿qué pasa con los consumidores y las organizaciones de consumidores?

Ahora depende de Facebook mostrar sus verdaderas intenciones. ¿El proyecto Libra se trata realmente de crear valor para los consumidores? ¿O es solo la última especulación de un actor del mercado con una posición dominante gracias al mal uso de los datos de los consumidores y ahora quiere usar su plataforma para monetizar su posición de dominio mundial en beneficio propio? Euroconsumers todavía quiere darle a Facebook el beneficio de la duda y, por lo tanto, pide despejar estas dudas a la mayor brevedad posible con pruebas sólidas y todas las garantías necesarias de que el proyecto Libra está realmente destinado a beneficiar a los consumidores y es, por lo tanto, una innovación confiable. Si ese fuera el caso, Euroconsumers está listo para ocupar un lugar en la Fundación Libra para representar el papel principal y el interés de los consumidores, porque ahí es donde debería estar el lugar de los consumidores si el proyecto Libra es realmente confiable. Porque no hay innovación real si no beneficia a los consumidores. #ConsumerPower