

Cajeros¹

Los españoles amamos los cajeros automáticos. Nos permiten disponer de fondos a cualquier hora y casi en cualquier sitio. Ante nuestra imprevisión, el dinero para pagar la entrada del cine o el parking, nos lo proporciona el cajero más próximo. Nos resulta conveniente disponer de fondos en cualquier cajero. Pero ¿A qué precio? Antes era un servicio gratuito. Ahora no lo sabemos muy bien. El cajero más próximo puede ser de un banco ajeno, del que no somos clientes, y cuyos recargos desconocemos. Incluso tratándose de un cajero de la red de nuestro banco, si el cajero es ajeno a nuestro banco, puede haber recargo.

Es lo cierto que ya estamos acostumbrados a pagar un sobrepago cuando compramos en tiendas especiales. El establecimiento de carretera o la tienda 24 horas tienen precios algo superiores a los habituales. No importa, pagamos el recargo por poder comprar lo que deseamos en esos lugares y esas horas. Asimismo, disponemos de efectivo a través de los cajeros y estamos dispuestos a pagar un sobrepago. Pero queremos hacerlo conociendo de antemano el precio que vamos a pagar. De tal modo que si lo consideramos excesivo, siempre podremos buscar el cajero de la red de nuestro banco para disponer sin coste del dinero o, simplemente, abandonar la idea de retirar el efectivo.

Sorprende que en España los cajeros no proporcionen al usuario información sobre el precio de las operaciones que van a realizar. Ni siquiera advierten de que exista un recargo a los no clientes.

El sistema actual de información de tarifas de los bancos es confuso e incompleto. Los bancos elaboran un folleto de tarifas y comisiones que registran en el Banco de España, y comunican a la clientela. Pero la compleja estructura de tarifas bancarias hace que sean difíciles de entender por el público. Convendría informar de forma personalizada al cliente de los costes asociados a cada una de las operaciones que pretende realizar. Por otro lado, el folleto es incompleto pues no contiene información sobre algunos de los recargos

en que puede incurrir el cliente, como el derivado del uso de cajeros ajenos.

El usuario de un cajero tiene derecho a disponer, antes de ejecutar la operación, de información sobre el coste que ésta le va a suponer. De este modo, podrá decidir si la realiza o la cancela. El precio del servicio debe aparecer en pantalla o mediante nota impresa generada por el propio cajero. Con esta información se pueden evitar los errores más habituales, destacados en Inglaterra por el Informe Cruickshank. Por ejemplo, no usar un cajero por que pensamos que el recargo es mayor de lo que en realidad es, o, por el contrario, utilizar un cajero con cuyo recargo no contábamos. Tomada la decisión de realizar la operación, el recibo de su ejecución debería indicar con claridad el recargo en el que ha incurrido el usuario.

Suministrar esta información, puede requerir la mejora de los sistemas, con nuevas inversiones en las redes de cajeros. Por esta razón, en Estados Unidos, al establecer estas nuevas obligaciones informativas se ha concedido a la banca un amplio periodo transitorio para adaptar sus sistemas (v. *Amends Regulation E*, de 28 de febrero de 2001). Pero estos problemas técnicos no deben ser una dificultad para la banca española, cuyos servicios de pago electrónico se sitúan en la vanguardia mundial del sector.

Estas obligaciones informativas no cuestionan la libertad contractual. Los bancos pueden fijar libremente sus tarifas, incluidas las asociadas al uso de cajeros automáticos. Son empresas que ofrecen servicios a cambio de una remuneración. El precio que cobran por el uso de cajeros, les permite recuperar los gastos en que incurren al tramitar la operación a través de una red, y obtener una ganancia financiera.

No se puede silenciar, sin embargo, la importante oposición que ha surgido en Estados Unidos a los recargos por uso de cajeros automáticos. Diversas ordenanzas locales han prohibido estos recargos. Este movimiento tiene hasta un portal en Internet (www.atmsurcharges.com).

Lo que aquí objetamos es la falta de transparencia, y la necesidad de proteger la competencia. En relación con esta última cuestión conviene señalar que los sistemas de precios asociados al uso de cajeros pueden discriminar entre clientes y no clientes, limitando los recargos a los no clientes. Lo que no es admisible, por ser desleal, es que se fijen recargos a los no clientes cada vez más elevados con el fin de agravar su situación hasta que se sientan presionados a cambiar de banco para evitar tales penalidades. Precisamente son los clientes de bancos con reducidas redes de cajeros, los que con mayor frecuencia se encuentran ante la necesidad de

utilizar un cajero ajeno. En esta situación tienen diversas opciones. Pueden caminar para evitar el recargo, pagar el recargo, o decidirse a cambiar de banco. Según informa el Boletín Económico del Banco de España del mes de abril, los precios por el uso de cajeros ajenos se han acelerado en el último año. De este modo se puede estar incentivando a los clientes de los bancos con reducidas redes de cajeros a cerrar sus cuentas y abrirlas en la gran banca, para evitar el pago de comisiones.

Fernando Zunzunegui,
fernando@zunzunegui.net

¹ Publicado en *Expansión*.