

La CNMC apuesta por medidas como la retirada de efectivo en los comercios para suplir la falta de cajeros automáticos en zonas rurales

- La población rural, las personas con menos competencias digitales y los mayores son los más afectados por la exclusión financiera.
- A petición del Defensor del Pueblo, la CNMC recomienda varias medidas y analiza el impacto en la competencia de iniciativas públicas y privadas.
- Si se recurre a la empresa pública Correos, los servicios que preste a las entidades bancarias deben ser abiertos y evitar exclusividades.

Madrid, 19 de noviembre de 2024.- Facilitar la retirada de efectivo directamente en los comercios es una de las medidas que propone la CNMC en un reciente estudio elaborado a petición del Defensor del Pueblo. La institución solicitó identificar fórmulas para garantizar, en términos prácticos, la competencia en entornos donde no esté asegurada la presencia de varias entidades bancarias ([INF/CNMC/028/24](#)).

Iniciativas públicas y privadas

Desde 2008, el 30 % de los cajeros han desaparecido en España debido al cierre de oficinas bancarias y la digitalización del sector. Los habitantes de las zonas rurales, las personas mayores y quienes tienen menos competencias digitales han sido los más afectados por la exclusión financiera. La CNMC sigue con atención el desarrollo del sector financiero y su impacto en la competencia.

Para atajar esos problemas, se han puesto en marcha acciones privadas como el “Protocolo estratégico para reforzar el compromiso social y sostenible de la banca”, firmado por las patronales bancarias, y medidas públicas, a través de expedientes de contratación, de ayudas o de prestaciones ofrecidas por empresas como Correos.

Recomendaciones

El estudio de la CNMC analiza las citadas medidas y realiza varias sugerencias.

En el caso de las iniciativas privadas:

- **Desarrollar una regulación específica** de los servicios de [cashback y cash-in-shop](#), para implantarlos como sistemas alternativos o complementarios a los cajeros automáticos.
 - El *cashback* permite al cliente comprar en una tienda y, al pagar con su tarjeta (o aplicación), solicitar el cobro del producto más una cantidad. Esa cantidad adicional se le devolverá directamente en dinero.

- El *cash-in-shop* no necesita vincular la retirada de efectivo a una compra. A modo de cajero, en la tienda puede solicitar retirar dinero.
- **Implementar programas de información y/o formación** financiera sobre el uso, funcionalidad, límites y riesgos de estos dos servicios.
- **Diseñar una solución de mercado** que permita implementar el *cashback* y el *cash-in-shop* mediante tarjetas de crédito o débito, compensando y liquidando las operaciones. El uso de tarjetas los convertiría en servicios más accesibles para los colectivos vulnerables o con menos habilidades digitales.

En el caso de las iniciativas públicas:

- **Constatar que existe una necesidad** que los operadores presentes en el mercado no satisfacen (ni real ni potencialmente).
- **Plantearse calificar jurídicamente ciertos servicios financieros básicos** como servicios económicos de interés general de cara a establecer obligaciones de servicio público. Todo ello sin perjuicio de que adicionalmente pueda optarse por otras vías, como procedimientos de contratación o subvenciones públicas.
- **Valorar alternativas** (por ejemplo, utilizar “ofibuses” o medidas como el “*cashback*”, “*cash-in-shop*”) y justificar su elección, aplicando los principios de buena regulación del ordenamiento jurídico.
- **Evaluar las intervenciones públicas** —logro de objetivos o su consecución de forma más eficiente con otros métodos (evaluación intermedia y *ex-post*)—.
- En **procedimientos de contratación o de ayudas públicas**:
 - Recurrir a la concurrencia competitiva siempre que sea posible.
 - Evitar limitaciones injustificadas a que participen operadores como proveedores de servicios o beneficiarios de las ayudas.
- En el caso de la **empresa pública Correos**:
 - Insistir en el carácter abierto de las prestaciones que puede ofrecer a las entidades bancarias, evitando exclusividades vinculadas a ciertos perfiles de operadores o zonas territoriales.
 - Potenciar que los colectivos vulnerables conozcan sus servicios para realizar operaciones bancarias.

- Diferenciar en su contabilidad interna entre los servicios y productos parte del servicio postal universal y los demás servicios y productos.

La CNMC puede actuar de oficio ([artículo 5.1.h](#) de la Ley de creación de la CNMC) o a partir de una consulta de las Cámaras Legislativas, el Gobierno, los departamentos ministeriales, las Comunidades Autónomas, las Corporaciones locales, los Colegios Profesionales, las Cámaras de Comercio y las Organizaciones Empresariales y de Consumidores y Usuarios ([artículo 5.2](#)).

Contenido relacionado:

- [\(INF/CNMC/028/24\)](#)
- [BlogCNMC](#) (26/08/2022): ¿Cómo facilitar el acceso a efectivo en España? ¡Promoviendo el cashback y el cash-in-shop!
- [E/CNMC/001/18](#): Estudio sobre el impacto en la competencia de las nuevas tecnologías en el sector financiero o Fintech
- [G-2021-01](#): Decálogos sobre regulación, contratación y ayudas públicas
- [E/CNMC/003/21](#): Estudio sobre el servicio de retirada de efectivo a través de cajeros automáticos
- [INF/CNMC/005/23](#): Informe sobre la consulta de la Comunidad Autónoma de Cantabria sobre las ayudas a empresas privadas para la instalación de cajeros automáticos en municipios en riesgo de despoblamiento