



Artículo de Opinión

EL COMERCIO ELECTRÓNICO FRENTE A LA REGULACIÓN



Lic. Germán Vázquez Asenjo
Jefe del Área Internacional Postal de la
Subdirección General de Régimen Postal
del Ministerio de Transportes, Movilidad y
Agenda Urbana.

Licenciado en Geografía e Historia con la especialidad de Historia Contemporánea y estudios de postgrado en Relaciones Internacionales. Funcionario español del Cuerpo Superior Postal y de Telecomunicación. Con 16 años de experiencia trabajando en el Operador Postal español Correos y Telégrafos en diversos puestos, entre ellos, responsable nacional del servicio de Atención al Cliente. Desde el año 2014 ejercer su actual puesto de Jefe del Área Internacional Postal de la Subdirección General de Régimen Postal del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. Actualmente también ocupa los puestos de Presidente de la Unión Restringida de los ministerios y reguladores postales europeos (CERP), Copresidente del Comité IV de la UPU "Facilitación del Comercio, Inclusión Financiera Postal y Comercio Electrónico" y copresidente del Grupo de Trabajo de Asuntos Regulatorios de la UPAEP.



En primer lugar, me gustaría alabar la iniciativa del Secretario General, Don Roberto Cavanna, al crear esta serie de artículos de opinión sobre los desafíos esenciales que ha de afrontar el mundo postal. Al generar este espacio de reflexión, se ofrece a todos los lectores una visión estratégica a la que muchas veces no podemos prestar la debida atención debido al exigente trabajo diario.

Qué oportuno es tratar este tema de regulación y comercio electrónico en la situación de emergencia nacional e internacional que hoy vivimos por el tema del coronavirus, y que mantiene a gran parte de la población confinada en sus hogares.

El comercio electrónico se ha convertido, de repente, en el único medio para gran parte de esa población de adquirir determinados productos y, los servicios postales, la actividad esencial que permite llevarlo a término.

Pero comencemos por los fundamentos. La regulación no significa ni intervención en los mercados ni el estrangulamiento de su actividad mediante la fijación de un exceso de normativa, como algunos piensan. La regulación tiene que basarse, por una parte, en la firme creencia de la capacidad de mercado de prestar servicios a los ciudadanos de forma eficiente y, por otra, garantizar que determinados servicios básicos sean prestados a precios asequibles y calidad razonable a toda la población. Analicemos los elementos de esta definición al amparo del auge del comercio electrónico.

La primera cuestión que se ha de plantear la regulación es saber qué servicios básicos son los que debe garantizar a toda la población. Aquí cabe hacerse la primera pregunta. ¿La normativa actual garantiza esos servicios básicos que son esenciales a los ciudadanos?. La respuesta es no.

La normativa tanto nacional como internacional trata de proteger y garantizar las comunicaciones entre los ciudadanos cuando hace ya tiempo que el sector postal ha dejado de ocupar un papel central en las mismas. Hoy, internet y las redes sociales han sustituido el papel tradicional de los Correos como eje de las comunicaciones entre los ciudadanos y entre estos y sus gobiernos. Pero no nos engañemos, esto no quiere decir que los Correos no ocupen todavía un papel importante en estas comunicaciones y, de hecho, las mismas suponen todavía gran parte de la financiación de muchos operadores designados hoy en día.

En la situación actual en la que muchos ciudadanos están confinados en sus hogares ¿qué servicios postales son esenciales para ellos? Para la mayoría, sus comunicaciones están garantizadas por las redes sociales al igual que, cada vez más, las gestiones administrativas se realizan a través de internet.

Para los ciudadanos lo esencial ahora es recibir las compras que realiza a través del comercio electrónico. Los poderes públicos han de reformar su regulación para garantizar que esas compras sean recibidas por todos los ciudadanos con la calidad debida a precios asequibles.

Pero ¿sigue siendo válido los conceptos de calidad que tenemos hoy en día y que tradicionalmente se han aplicado a las comunicaciones postales? De nuevo no, y en dos sentidos. El primero es que en los tiempos del comercio electrónico la calidad no se puede circunscribir al ámbito de la entrega en plazo sino, también, al de la información. Tan importante es entregar un paquete como el de informar de este proceso al destinatario y al remitente, si no más.

En la UPU, al amparo del llamado Plan de Productos Integrados, asistimos a los tímidos intentos de hacer obligatorio la facilitación de información sobre determinados productos a los ciudadanos. El problema para tomar la decisión no es el convencimiento de que esa información es algo esencial para el ciudadano, sino las retribuciones de los operadores designados por dicha labor. El mundo al revés. La regulación debería hacer obligatorio esos requerimientos de información y después los operadores deberían acordar los sistemas de retribución.

Pero también habría que cuestionar la calidad en cuanto a plazos de entrega. La herramienta para garantizar esta calidad, desde el punto de vista tradicional, es establecer las veces que el cartero pasa cada semana por el domicilio de los ciudadanos. Así, en la mayoría de los países, se establece el reparto de cinco veces a la semana. ¿Es esta la forma de medir la calidad de la paquetería?. Creo que no. La regulación en los tiempos del comercio electrónico y el auge de las redes sociales debería buscar formas distintas de medir esa calidad de una forma más eficiente que la de obligar que los carteros salgan a la calle un número determinado de veces.

Por último, “a precios asequibles” ¿Qué decir sobre algo tan necesario y tan poco aplicado? La necesidad de tener una contabilidad analítica debería ser un requisito esencial para contar con la financiación de los poderes públicos y una fijación de precios que cumpla con ese requisito de asequibilidad. Aquí quiero hacer una mención al tan oído mantra de “los gobiernos deberían invertir más en los operadores designados”. A todos los operadores designados los gobiernos ya les ofrecen algo más importante como es el acceso exclusivo al mercado que supone la red postal de la UPU y eso a menudo se suele olvidar.

Además, los estados fijan los precios de determinados servicios postales con la preocupación de que estos no supongan una carga financiera injusta al operador, y ello, a través de dos mecanismos: o aceptando precios que cubran costos o otorgándoles algún beneficio que cubra esa carga financiera injusta.

Sin embargo, nada de lo anterior, se puede realizar sin poseer una verdadera contabilidad de costos.

En conclusión. El comercio electrónico no solo ha obligado a los operadores postales a reorientar su negocio y operaciones, sino que supone también un reto mayúsculo para la regulación postal en los siguientes anteriormente mencionados tres aspectos:

Se ha de redefinir cuáles son los productos y servicios esenciales para los ciudadanos. El ámbito actual basado en las comunicaciones se ha de complementar por otro decididamente centrado en la entrega de paquetería. El lenguaje y las normas del ámbito de las comunicaciones postales no siempre sirven para el mundo del comercio electrónico.

La calidad ha de ser redefinida haciendo que el criterio de la información sea tanto o más importante que los plazos de la entrega de los envíos. Además, también tenemos que repensar si las herramientas actuales para la medición de esa calidad en plazo son las más adecuadas.

La eficiencia ha de ser introducida como un elemento clave de la regulación. Los poderes públicos tienen el deber de garantizar la prestación eficiente de determinados servicios postales a los ciudadanos y para ello han de conocer los costos de los mismos.

Por último, como presidente de la unión restringida que agrupa a los ministerios y reguladores postales europeos, CERP, quisiera acabar este artículo de opinión felicitando al Secretario General de la UPAEP, Don Roberto Cavanna, por el excelente papel de liderazgo que durante todos estos años ha ejercido al frente de esta organización. Mi enhorabuena.





Opinion Article

ELECTRONIC COMMERCE TOWARDS REGULATION



Lic. Germán Vázquez Asenjo
Head of the International Postal Area of the
General Deputy Office of Postal Regime of
the Ministry of Transport, Mobility and
Urban Agenda

Graduate in Geography and History specialized on Contemporary History and postgraduate studies in International Relations. Spanish official of the Higher Postal and Telecommunication Entity. He has 16 years of experience working in the Spanish Postal Operator Correos y Telégrafos in various job positions, including national head of Customer Service. Since 2014 he has held his current position as Head of the International Postal Area of the General Deputy Office of Postal Regime of the Ministry of Transport, Mobility and Urban Agenda. He also currently holds these additional positions as President of the Restricted Union of European Postal Ministries and Regulators (CERP), Co-Chair of UPU Committee IV "Trade Facilitation, Postal Financial Inclusion and Electronic Commerce" and co-chair of the Regulatory Affairs Working Group of PUASP.



First of all, I would like to praise the initiative of the Secretary General, Mr. Roberto Cavanna, in creating this series of opinion articles on the essential challenges that the postal world has to face. By creating this space for critical thought, all readers are offered a strategic vision to which we often cannot pay attention due to demanding daily work.

What an opportunity is to deal with the issue of regulation and e-commerce in the national and international emergency situation that we are experiencing today due to the coronavirus, and which keeps a large part of the population confined to their homes.

Electronic commerce has suddenly become the only way for a large part of this population to acquire certain products, and postal services are the essential activity that allow its purpose.

But let's start with the basics. Regulation does not mean either intervention in the markets or creating bottleneck in its activity by setting regulation in excess, as some people may think. Regulation must be based, on one hand, on the firm belief in the market's capacity to provide services to citizens in an efficient way; and on the other, to control that basic services are provided at affordable prices and reasonable quality throughout the country. Let us analyze the elements of this definition under the view of the rise of e-commerce.

The first question that regulation has to ask is knowing which basic services are the ones that the entire population should control. Here the first question should be, Does the current regulation guarantee those basic services that are essential for citizens? The answer is no.

Both national and international regulations try to protect and guarantee communications between citizens when the postal sector has long ceased to occupy a central role in them. Today, the internet and social networks have replaced the traditional role of the Post Office as the cornerstone of communications between citizens and between them and their governments. But let us make no mistake, this does not mean that the Post Office does not still play an important role in these communications and, in fact, they still represent a large part of the financing of many designated operators today.

In the current situation, in which many citizens are confined to their homes, what postal services are essential for them? For the majority, their communications are guaranteed by social networks as, increasingly, administrative procedures are carried out through the internet.

For citizens, the essential thing now is to receive the purchases they make through e-commerce. Public authorities must reform their regulations to guarantee that these purchases are received by all citizens with the due quality at affordable prices.

But, is the quality concepts that we have today and that have traditionally been applied to postal communications still valid? Not again, and in two senses. The first is that in the days of e-commerce, quality cannot be limited to the scope of delivery on time, but also to the information provided. Delivering a package is just as important as informing the recipient and sender of this process, if not more important.

At the UPU, under the so-called Integrated Products Plan, we witness the timid attempts to make the provision of information about products compulsory to citizens. The problem in making the decision is not the conviction of this useful information, which is essential for the citizen, but rather the remuneration of the operators for this task. The world upside down. The regulation must make these information requirements mandatory and afterwards the required operators should agree on the remuneration systems.

But the quality in terms of delivery times should also be questioned. The tool to guarantee this quality, from the traditional point of view, is to establish the times that the postman goes around the citizens' homes each week. Thus, in most countries, the delivery scheduled is established five times a week. Is this the way to measure the quality of the parcel? I think not. Regulation in the days of e-commerce and the rise of social media should seek different ways of measuring that quality in a more efficient way than forcing mail carriers to go out a certain number of times.

Finally, "at affordable prices" What to say about something so necessary and enforced so little? The need for analytical accounting should be an essential requirement for financing from public authorities and pricing that meets this affordability requirement. Here I want to make a mention of the much-heard mantra of "governments should invest more in designated operators." Governments are already offering something more important to all the designated operators, such as the exclusive access to the market provided by the UPU postal network, and this is often forgotten.

In addition, States set prices for postal services with the concern that they do not impose an unfair financial burden on the operator, and this, through two mechanisms: either accepting prices that cover costs or granting them some benefit that covers that unfair financial burden.

However, none of the above can be done without having true cost accounting.

In conclusion e-Commerce hasn't only forced postal operators to redirect their business and operations, but it also represents a major challenge for postal regulation in the following three aspects:

It should be redefined which products and services are essential for citizens. The current field based on communications has to be complemented by another decidedly focused on parcel delivery. The language and rules of the field of postal communications do not always serve the world of e-commerce.

The quality has to be redefined making the criteria of the information be as important or even more important than the delivery deadlines of the shipments. In addition, we also have to reconsider if the current tools for measuring that quality on time are the most appropriate.

Efficiency has to be introduced as a key element of regulation. Public authorities have a duty to communicate the efficient capacity of postal services to citizens and for this they must know their costs.

Finally, as president of the restricted union that assembles together the European postal ministries and regulators, CERP, I would like to end this opinion piece congratulating the Secretary General of PUASP, Mr. Roberto Cavanna, for the excellent leadership role that has shown during all these years in charge of this organization. My congratulations.

