

11. Comerç internacional *online*

- 11.1 Punts clau
- 11.2 Consideracions prèvies
- 11.3 Procés del comerç electrònic directe vs. l'indirecte
- 11.4 Models de negoci en el comerç electrònic
- 11.5 Mercat web vs. botiga pròpia
- 11.6 Logística en el comerç electrònic
- 11.7 Mètodes de pagament en el comerç electrònic
- 11.8 Marc legal en el comerç electrònic
- 11.9 Temes de la guia relacionats amb el comerç electrònic internacional

11.1 Punts clau

Disseminem amb el nom de **comerç electrònic o e-commerce** totes les transaccions que es desenvolupen a través d'internet. La seva simplicitat és només aparent i, per això, abans d'engegar un projecte en aquest camp, cal conèixer-ne les particularitats al detall. Cal distingir entre **comerç electrònic directe i indirecte**, segons si la transacció és de béns immaterials tramesos per via electrònica o de béns materials que exigeixen el transport físic.

Hi ha diversos **models i canals de comerç electrònic**, en funció de la tipologia del venedor i del client, i és essencial avaluar quin és el model més adequat segons l'estratègia d'entrada al mercat.

La **logística** és un dels pilars fonamentals d'aquest tipus de comerç, ja que engloba la gestió d'estocs, l'emmagatzematge, el transport logístic i les devolucions. Si l'empresa no la pot assumir, és important considerar externalitzar-la. Cal comptar amb un **mètode de pagament** segur, tant per a l'exportador com per al client, adaptat al mercat de destinació.

La **manca d'un marc legal** de caràcter internacional fa que cada país apliqui les seves pròpies normes, motiu pel qual és molt important conèixer-les i adaptar-se a elles segons el país i evitar-hi incidències.



Claus de l'èxit:



Triar el model que millor s'adapti al nostre projecte.



Aprofitar els recursos que ofereixen les plataformes de desenvolupament.



Compatibilitzar el comerç electrònic amb el tradicional per assolir l'«omnicanalitat».



Garantir la seguretat dels pagaments triant els sistemes més eficients.

Recomanacions:

- Tingueu en compte que la normativa és diferent en cada país.
- És tan important la bona atenció del client en les compres com en les devolucions i en l'atenció de la garantia.
- Adapteu-vos a les particularitats de cada mercat local.
- Oferiu més d'un sistema de pagament, per atendre a les necessitats de cada client.



11.2 Consideracions prèvies

El comerç electrònic consisteix en la distribució, venda, compra, màrqueting i subministrament d'informació de productes o serveis per mitjà d'internet. Per reeixir-hi, cal comptar amb una estratègia digital i invertir en temps i en recursos humans i financers.

Avantatges

- ✓ Facilitat per accedir a nous mercats.
- ✓ Permet mostrar i oferir una gamma de productes més gran.
- ✓ Costos, tant d'inici com de manteniment, molt més reduïts que en un negoci de comerç tradicional.
- ✓ Una major oferta d'informació al client.
- ✓ Possibilita oferir una comparativa exhaustiva de productes, amb els preus i les característiques.

Inconvenients

- ✓ Molta competència.
- ✓ Necessitat d'adaptar el producte al mercat de destinació.
- ✓ Inversió en màrqueting digital per posicionar els productes i diferenciar-se de la competència, com en els canals tradicionals.
- ✓ Despeses d'enviament molt cares en el cas de volums petits.
- ✓ Dubtes dels clients potencials sobre la seguretat del lloc web.
- ✓ Manca d'immediatesa en l'adquisició del producte.



Cal tenir present:

- ✓ Aconseguir bons resultats en el comerç electrònic comporta molt de temps i esforç. La mala atenció del client, com ara no complir els terminis compromesos o obviar la legislació, a més de perjudicar la vostra reputació, us podria comportar seriosos problemes amb els compradors a mig i llarg termini.



Ampliar la informació:

- ✓ El Programa International eTrade d'ACCIÓ ofereix capacitació i eines sobre la internacionalització en el canal *online*. Consulteu el [capítol 13.8](#).



11.3 Procés del comerç electrònic directe vs. l'indirecte

Procés d'exportació en el comerç electrònic directe:
sense transport ni lliurament físic.



Comanda



Verificació del
pagament



Confirmació de
la compra



Recepció del
producte

Procés d'exportació en el comerç electrònic indirecte:
amb transport i lliurament físic.



Comanda



Verificació del
pagament



Confirmació de
la compra



Ordre de
sortida del
magatzem



Facturació



Transport



Recepció del
producte



Cal tenir present:

✓ Comerç electrònic directe:
comercialitza béns i serveis immaterials en què la comanda, el pagament i el subministrament del producte es fan de manera electrònica. Per exemple, la compra de llibres virtuals, bitllets d'avió, entrades de concert, etc.

✓ Comerç electrònic indirecte:
comercialitza béns i serveis materials en què la comanda i el pagament es fan *online* però el lliurament comporta l'ús de mitjans de transport. Per exemple, la compra virtual de productes com ara roba, sabates, accessoris, etc.

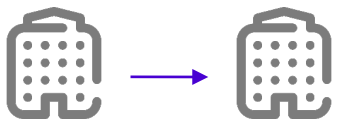


Ampliar la informació:

✓ El Programa International eTrade d'ACCIÓ ofereix capacitat i eines sobre la internacionalització en el canal *online*. Consulteu el [capítol 13.8](#).

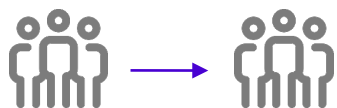
11.4 Models de negoci en el comerç electrònic

Hi ha diversos models de comerç electrònic en funció de la tipologia del venedor i del client:



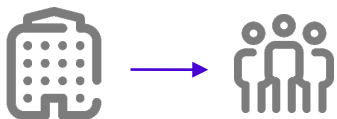
Business to business

B2B: compravenda entre empreses.



Consumer to consumer

C2C: compravenda de béns i serveis entre consumidors, amb el nom d'«economia col·laborativa».



Business to consumer

B2C: venda de béns i de serveis d'empreses a consumidors. És la botiga *online* tradicional.



Consumer to business

C2B: particulars que venen els seus béns i serveis a empreses. Per exemple, blocs de particulars que ofereixen el seu espai per inserir publicitat d'empresa.

Canals de venda *online*

- ✓ Botiga *online* pròpia
- ✓ Mercat web (*marketplace*)
- ✓ *Dropshipping*
- ✓ *Flash sales*



Cal tenir present:

- ✓ Els models de negoci electrònic han de coexistir amb els models tradicionals, tot preservant el negoci que generen, per mitjà d'una estratègia omnicanal.
- ✓ Abans de llançar-vos a un projecte de comerç electrònic, heu d'avaluar quin model *online* s'adequa més a les vostres necessitats.



Ampliar la informació:

- ✓ El Programa International eTrade d'ACCIÓ ofereix formació i eines sobre la internacionalització en el canal *online*. Consulteu el [capítol 13.8](#).

11.5 Mercat web vs. botiga pròpia

Marketplace

Avantatges

- ✓ Menor inversió en prospecció de mercats.
- ✓ Accés gratuït a eines de màrqueting.
- ✓ Solucions logístiques i gestió de cobraments.
- ✓ Pertinença una comunitat on compartir experiències i dubtes.
- ✓ Atenció al client externalitzada.

Inconvenients

- ✓ En general, hi ha molta competència i poca imatge de marca.
- ✓ L'èxit o el fracàs no depenen del tot de l'empresa.
- ✓ És difícil avaluar una comissió de venda correcta.

Botiga online pròpia

Avantatges

- ✓ Generació d'imatge de marca.
- ✓ Punt de venda especialitzat.
- ✓ Capacitat per millorar l'experiència del client.
- ✓ Eliminació de les comissions d'intermediaris.

Inconvenients

- ✓ Necessitat d'una gran inversió d'implantació, màrqueting i gestió.
- ✓ Necessitat d'un departament especialitzat per gestionar la botiga i els estocs.
- ✓ Actualització i sincronització d'eines.



Cal tenir present:

- ✓ Cada mercat geogràfic i sectorial té el seus propis mercats web, que haureu de conèixer abans de prendre la iniciativa. És recomanable apostar pel caràcter local i especialitzat.
- ✓ Si opteu per la botiga física, una bona fórmula és tenir-ne una de pròpia però aprofitar plataformes ja desenvolupades que ens puguin ajudar en aspectes com els mitjans de pagament.
- ✓ Podeu combinar estratègies en funció del que us convingui en cada mercat.



Ampliar la informació:

- ✓ El Programa International eTrade d'ACCIÓ ofereix formació i eines sobre la internacionalització en el canal *online*. Consulteu el [capítol 13.8](#).



11.6 Logística en el comerç electrònic

La logística del comerç electrònic és tan complexa com fonamental. Engloba la gestió d'estocs, l'emmagatzematge, el transport logístic i les devolucions.

Claus per a una bona logística en el comerç electrònic:

- Informar sobre les despeses, els serveis i el temps de lliurament.
- Optimitzar el temps de lliurament.
- Assegurar la traçabilitat i el seguiment de la tramesa.
- Garantir l'embalatge correcte dels productes.
- Flexibilitzar els horaris de lliurament.
- Incloure la política de devolucions.
- Disposar d'una xarxa de distribució a escala internacional.
- Cobrir l'atenció al client.

Atenció a les normatives d'enviament:

Dins la UE

- ✓ No es requereix documentació duanera.
- ✓ No es paguen aranzels.
- ✓ S'ha de complir amb l'IVA que correspongui.

Fora de la UE

- ✓ S'apliquen la regulació i la normativa del mercat de destinació.
- ✓ S'apliquen aranzels i impostos d'importació.
- ✓ Es requereix documentació duanera.
- ✓ S'ha de complir amb l'IVA que correspongui.



Cal tenir present:

- ✓ Són tan importants la bona política de gestió de l'enviament com la de devolucions i d'atenció de la garantia.
- ✓ Externalitzar la logística pot ser una solució beneficiosa per a empreses que no tenen els recursos propis i vulguin delegar en un operador logístic les funcions de gestió dels estocs, els lliuraments i les devolucions.



Dubtes:

- ✓ L'Oficina tècnica de barreres a la internacionalització atén consultes de forma gratuïta. Podeu contactar-hi a través del [formulari](#).

11.7 Mètodes de pagament en el comerç electrònic

Targetes

El pagament amb targeta es fa a través d'una passarel·la de pagament. És el mètode més emprat i un dels més segurs, tant per al comprador com per al venedor.

Contra reembossament

La botiga *online* envia el producte acompanyat d'una ordre de pagament. El client, quan el rep, abona l'import a l'empresa de missatgeria. Per a la botiga virtual, és el mètode de pagament menys segur.

Transferència bancària

La botiga *online* proporciona al client un número de compte bancari perquè el client hi faci una transferència per l'import de la compra. Quan rep la transferència, la botiga fa la tramesa.

Plataformes especialitzades en pagament electrònic

El client abona l'import de la comanda a través d'una plataforma externa (com PayPal). És un mètode segur perquè protegeix contra frau, devolucions de càrrec i apropiació de dades financeres.

Pagament en custòdia

El client abona l'import de la compra pel mitjà de custòdia de tercers, que s'encarreguen de notificar-ho al venedor perquè faci la tramesa corresponent.

Pagament per mitjà d'un mòbil

És la possibilitat d'abonar la comanda amb qualsevol mòbil que disposi de les aplicacions adequades.



Cal tenir present:

- ✓ Garantir la seguretat dels mitjans de pagament és un aspecte prioritari en el comerç electrònic.
- ✓ És convenient que us adapteu als mètodes de compra que prefereixin els consumidors del mercat de destinació.
- ✓ És aconsellable que ofereu diferents modalitats de pagament, per adaptar-vos a les necessitats del client final.



Dubtes:

- ✓ L'Oficina tècnica de barreres a la internacionalització atén consultes de forma gratuïta. Podeu contactar-hi a través del [formulari](#).



11.8 Marc legal en el comerç electrònic



Important: no hi ha cap llei ni normativa global que reguli el comerç electrònic internacional; cada país aplica les seves pròpies normes i és molt important conèixer-les per no incórrer en negligències.

La informació sobre els requisits legals que regulen el comerç electrònic en cada país és de vital importància.

Requisits específics:

- Legislació de vendes a distància.
- Condicions generals de contractació.
- Facturació electrònica.
- Política de protecció del consumidor.
- Política de garanties per als béns de consum.
- Política de privacitat de les dades.
- Tractament de la transferència de dades.
- Política de devolucions.
- Normativa sobre galetes (*cookies*).



Cal tenir present:

- ✓ Cada mercat té la seva pròpia normativa sobre els aspectes legals del web. L'incompliment d'aquestes lleis pot comportar problemes i multes als responsables de la pàgina. Per això, us recomanem l'assessorament a càrrec d'experts.
- ✓ La Comissió de les Nacions Unides per al Dret Mercantil Internacional ha elaborat un conjunt de textos legislatius, adoptats per més de cent Estats, per tal de facilitar l'ús de mitjans electrònics en les activitats comercials.



Dubtes:

- ✓ L'Oficina tècnica de barreres a la internacionalització atén consultes de forma gratuïta. Podeu contactar-hi a través del formulari.



11.9 Temes de la guia relacionats amb el comerç electrònic internacional

86



Estratègia internacional

El capítol 1 detalla les pautes per dur a terme un pla d'internacionalització i identificar clients internacionals, així com una estratègia de màrqueting per a la promoció.



Fiscalitat internacional

El capítol 5.7 recull informació sobre la tributació de les operacions a través del canal *online*.



Contractes internacionals

El capítol 6 analitza els principals tipus de contracte i els mitjans per protegir la propietat industrial.



Procediments reguladors

El capítol 4 planteja les exigències de caràcter normatiu i regulador dels mercats d'exportació.



Procediments duaners

El capítol 3 exposa els punts clau dels procediments duaners en les exportacions.



Transport internacional

El capítol 2 informa sobre els diversos tipus de transport, la documentació pròpia de les exportacions i els incoterms.