



Suiza. Entre la apertura y el proteccionismo



Cuando en una carrera de resistencia se acerca la recta final, invariablemente la meta parece alejarse. Queda lo más fácil, el último impulso para disfrutar del objetivo conseguido y, sin embargo, las piernas de repente pesan el doble. Con su alta renta per cápita, su apuesta por la innovación y un tipo de cambio con el euro que, tradicionalmente, favorecía a nuestras empresas, Suiza se perfilaba como una carrera sin demasiadas cuestas y con el viento a favor. No obstante, la carrera, al menos para algunos sectores, es bastante más sinuosa.

Suiza es un país que ha apostado por un modelo basado en una intensa relación económica con el resto del mundo. Se trata de un país de pequeñas dimensiones geográficas y con una población reducida, que ha alcanzado y sostiene su elevadísima renta gracias a la supremacía de su sector exterior y la apertura de su economía al mundo. Dicho esto, apertura y libre comercio no significan lo mismo. Suiza es una economía tremendamente abierta, pero también, al mismo tiempo, muy



República federal

"La Confederación protege la libertad y los derechos del pueblo y garantiza la independencia y seguridad del país". (Art. 2.1 de la Constitución de 1999)



41.285 km²

Superficie del país



8,4

Millones de habitantes



Idiomas oficiales

Alemán, francés, italiano y romanche

Distancia Madrid-Berna

1.150 km  2,0 horas de vuelo

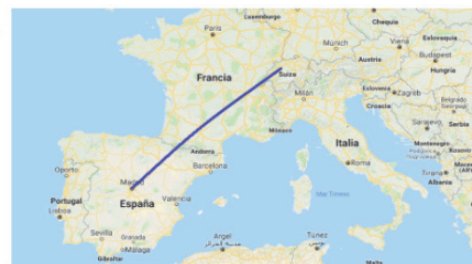
No se necesita visado



Diferencia horaria



No hay con la España peninsular



Principales ciudades



Berna (capital): 133 mil habitantes
 Zúrich: 402 mil habitantes
 Ginebra: 199 mil habitantes
 Basilea: 176 mil habitantes



protegida. Siempre ha negociado muy inteligentemente con sus socios para conseguir acceder a sus mercados, logrando mantener sus sectores menos competitivos (agricultura y servicios, principalmente) lo más alejados posibles de la competencia internacional”, resume Ricardo Santamaría, consejero económico y comercial jefe de la Embajada de España en Berna.

Santamaría se apoya en informes de la OMC para hacer esta afirmación. Ciertamente, Suiza es uno de los países con los sectores agrícola y de servicios más protegidos del mundo. La razón estriba en una suerte de “excepción cultural” que define las actividades tradicionales de agricultura de montaña como algo consustancial a su paisaje e identidad nacional.

“Al mismo tiempo, Suiza se ha dotado de unas fuertes barreras para la prestación de servicios por parte de trabajadores y profesionales extranjeros desplazados, puesto que solo así puede pervivir el diferencial de salarios reales con el resto de los países que la rodean”, comenta Santamaría.

En su contra ha jugado la histórica for-

Franco suizo (CHF)

Moneda nacional
Tipo de cambio en diciembre de 2017: 1 euro = 1,14 CHF

 **66.394**

PIB per cápita en 2015

 **0,325 Coeficiente Gini**

Suiza ocupó el segundo puesto en el Índice de Desarrollo Humano de la ONU en 2016

Fuente: Ofecomes Berna

taleza del franco suizo, que ha lastrado en cierta medida a su sector exportador más tradicional (relojes y aparatos de precisión). Bien es cierto que las continuas mejoras de productividad, fruto de la constante innovación, y una demanda internacional más inelástica en el segmento farmacéutico (principal componente hoy de la exportación suiza) y de los productos de lujo han permitido contrarrestar ese lastre.

Aun así, la mayor prioridad del Banco Nacional de Suiza en los últimos tiempos ha sido frenar la apreciación de la moneda. “Durante los últimos meses, la mayor debilidad del dólar, la intensa intervención en los mercados y el persistente diferencial negativo de tipos de interés con la UE, ha propiciado una pérdida de valor del franco suizo sin precedentes en los

últimos años -el tipo de cambio con el euro ha alcanzado los 1'17 francos suizos. Sin duda, esta depreciación es un balón de oxígeno para el sector exterior suizo y una oportunidad para acelerar sus exportaciones”, concluye el consejero.

Comercio intraindustrial

Desde que estalló la crisis, la balanza comercial de España con Suiza siempre ha arrojado un saldo positivo, alcanzando una tasa de cobertura de nada menos que el 175% en 2012. No obstante, una caída de las exportaciones -3.997 millones de euros en 2016, 4.619 millones cuatro años antes-, acompañada de un incremento sostenido de nuestras importacio-

 **72,0%**

Tasa de apertura comercial (export+import/PIB)

 **45.853 millones de euros**

Balanza por cuenta corriente en 2016

 **1,51 billones de dólares**

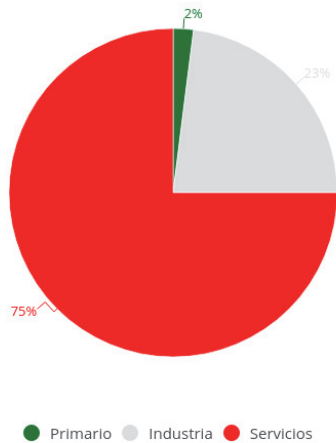
Deuda externa en 2016

 **AAA estable y Aaa estable**

Calificación de riesgo según Standard & Poor's y Moody's, respectivamente

Fuentes: Ofecomes Berna, Standard & Poor's, Moody's

Estructura del PIB en 2016

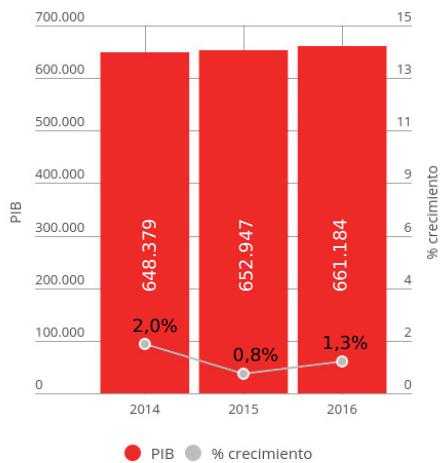


Fuente: Ofecomes Berna a partir de datos del Banco Nacional Suizo



Evolución del PIB

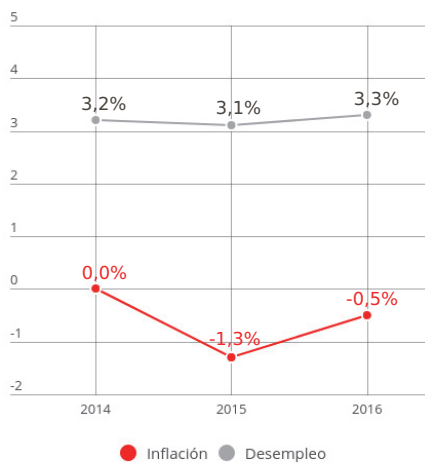
En millones de euros



Fuente: Ofecomes Berna a partir de datos del Banco Nacional Suizo y la Administración Federal de Finanzas de Suiza

Inflación y desempleo

En porcentaje



nes, está limitando ese saldo.

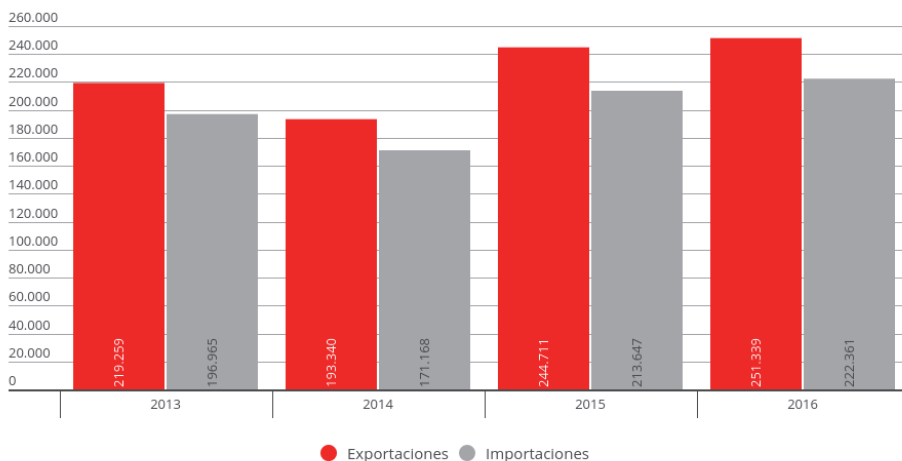
Ricardo Santamaría, en todo caso, es optimista. “Se viene consolidando un superávit para España con una cifra de exportaciones muy relevante y, de hecho, similar a la que tenemos en otros mercados muy importantes para nosotros como China, Brasil o México”. Sin embargo, cualquier afirmación sobre tendencias en las relaciones comerciales siempre será sesgada si no se tiene en cuenta el efecto -y la potencial distorsión- que provoca el comercio intraindustrial dentro del sector farmacéutico.

La primera partida de nuestras exportaciones pertenece a este tipo de productos y, con un valor de 1.626 millones de euros, supone casi la mitad de total exportado. “Suiza es sede de importantísimas multinacionales del sector farmacéutico, entre ellas Roche y Novartis. Por otro lado, en España, y más concretamente en Cataluña, radica una muy importante industria farmacéutica que tiene su origen en la fabricación de tintes para la industria textil. Novartis mantiene una importantísima filial de producción cerca de Barcelona y podemos afirmar sin equivocarnos que esa filial explica en gran medida ese comercio intraindustrial”, aclara Santamaría.

Por lo tanto, las fluctuaciones en nuestras exportaciones a Suiza pueden deberse en algunos casos más a decisiones estratégicas internas dentro de una o dos multinacionales que de una tendencia que sirva para interpretar o anticipar

Comercio exterior

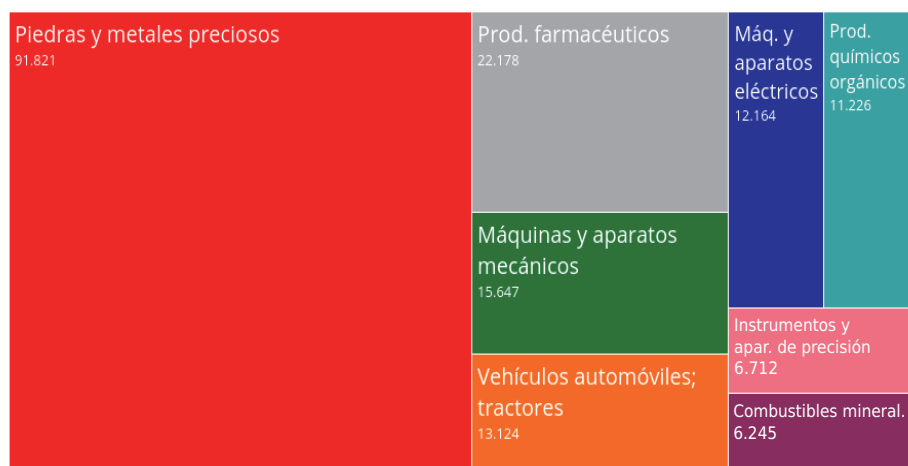
En millones de euros



Fuente: Banco Nacional Suizo

Principales compras mundiales en 2016

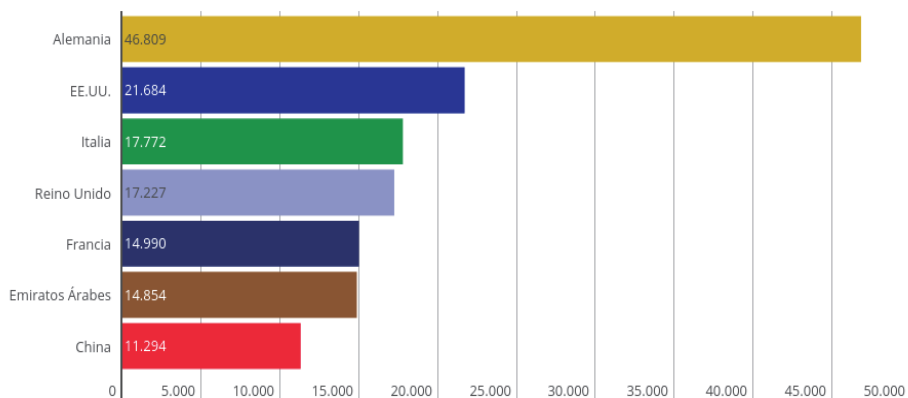
En millones de euros, por capitulos



Fuente: Aduanas suizas

Principales proveedores en 2016

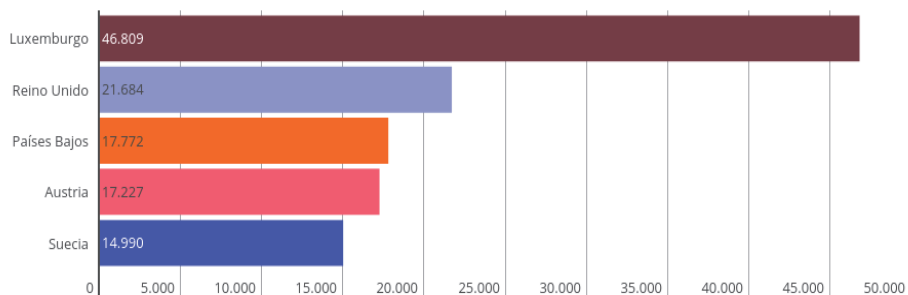
En millones de euros



Fuente: Aduanas suizas

Inversión extranjera directa en 2015

En millones de euros



Fuente: Banco Nacional Suizo

TODOS LOS DATOS QUE FIGURAN A CONTINUACIÓN SE REFIEREN EXCLUSIVAMENTE A BIENES
(Fuente: Bases de datos ICEX)

Documentación

Informe Económico y Comercial. Suiza
Ed. Ofecom Berna, mayo 2017, 40 págs., en español

carencias u oportunidades comerciales.

De hecho, una mirada rápida a las principales partidas de nuestras exportaciones puede dar una idea equivocada de los nichos donde existen las mejores oportunidades para nuestro tejido empresarial. Ya se ha mencionado el sector farmacéutico. El siguiente capítulo corresponde a la industria de la automoción, también dominado por multinacionales. Santamaría identifica otros ámbitos de actividad más halagüeños, como veremos a continuación.

Alimentos y vinos de calidad

Como se ha señalado anteriormente, el sector agroalimentario está altamente subvencionado y protegido, ya sea “con sistemas arancelarios complejos, ayudas a la exportación o exigentes medidas fitosanitarias y técnicas”, avisa el consejero. Por lo tanto, parecería una contradicción incluirlo aquí. No obstante, existen nichos interesantes.

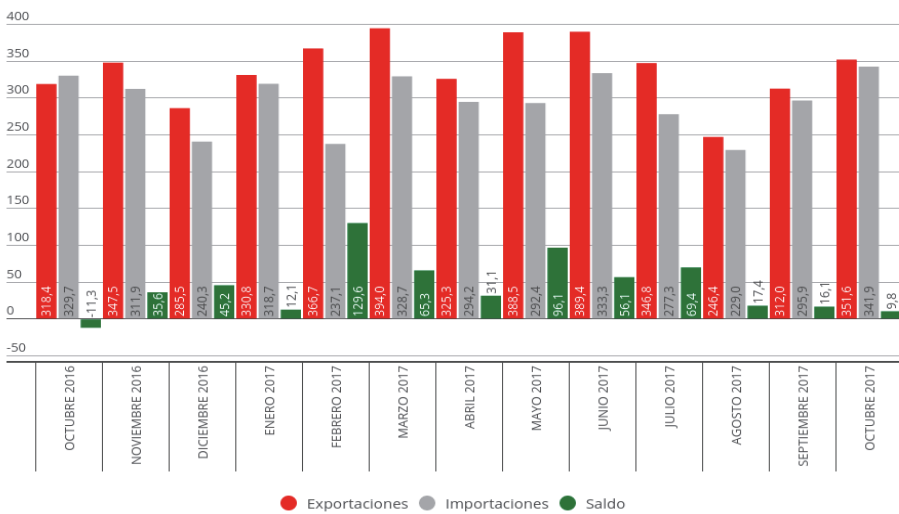
“Podemos decir, muy resumidamente, que la clave del éxito para exportar productos agroalimentarios a Suiza radica en intentarlo con aquellos que no se produzcan localmente o durante las estaciones en que ellos no puedan hacerlo. Esta regla es especialmente aplicable a las frutas, uno de los productos más demandados. Asimismo, hay mercado para el aceite de oliva virgen extra y otros artículos *gourmet*, siempre que se sepa transmitir calidad, salud y compromiso medioambiental”, resume Santamaría.

Para entender la posición prioritaria que el consumidor suizo otorga a las marcas locales, vale la pena señalar que los dos grandes grupos de distribución agroalimentaria, Migros y Coop, identifican claramente los productos helvéticos con la bandera nacional. En cuanto a su estrategia, “Migros apuesta por la marca blanca primando la máxima calidad de sus contenidos, mientras que Coop ha optado por las marcas en sus lineales”, agrega.

Por su parte, la presencia de nuestros

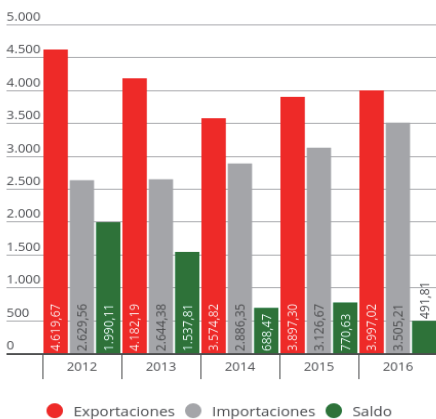
Balanza comercial España - Suiza. Evolución mensual (octubre 2016-octubre 2017)

En millones de euros



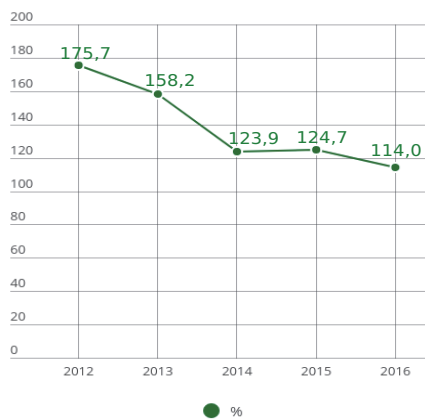
Balanza comercial España - Suiza

En millones de euros



Tasa de cobertura

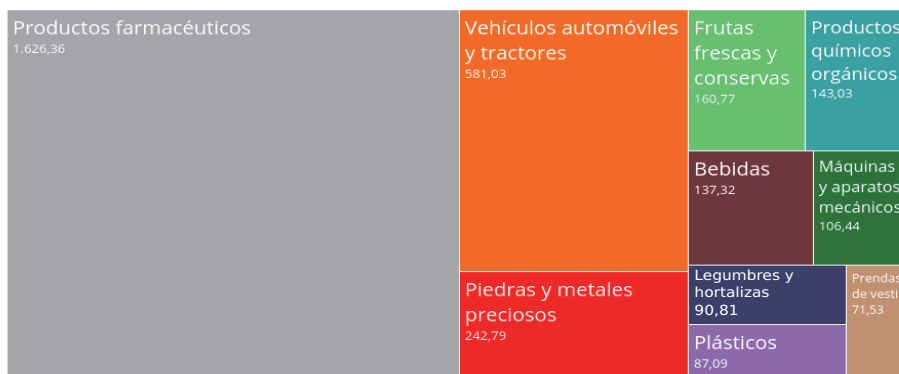
En porcentaje



“ En 2016, España fue el proveedor número 11 de Suiza y su cuota de mercado allí fue del 2%.”

Principales exportaciones españolas a Suiza en 2016

En millones de euros



ENLACES

Asociación Económica Hispano-Suiza

<http://www.aehs.info>

Market Access Database.

Comisión Europea

<http://madb.europa.eu>

Portal de barreras comerciales.
Secretaría de Estado de Comercio de España

<http://www.barrerascomerciales.es>

Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO)

<http://www.seco.admin.ch>

Switzerland Global Enterprise - Agencia para la promoción de la inversión y el comercio

<https://www.s-ge.com/es/invertir-en-suiza>

vinos -el tinto, sobre todo- en el mercado está muy afianzada. Muchos años de trabajo permiten que nuestras bodegas y marcas posean una muy buena imagen y unos precios relativamente elevados. A pesar de su reducido tamaño, Suiza es el cuarto destino de exportación para los vinos españoles, después del Reino Unido, Alemania y Estados Unidos y las oportunidades para nuestras empresas siguen siendo apreciables.

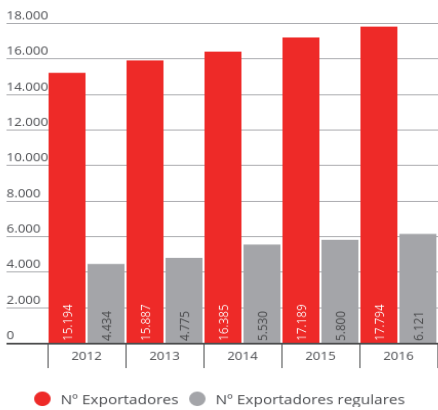
Para estos sectores, así como para otros bienes de consumo relacionados con el hábitat, la moda o los materiales de construcción, es necesaria “la diferenciación y el posicionamiento en gamas altas. La variable precio no es el atributo más importante, mientras que sí cobran especial protagonismo -insiste Santamaría- factores como la calidad, el diseño o el respeto medioambiental”.

Especial énfasis en nuevos sectores

Más allá de los sectores tradicionales, hay otras áreas donde existen importantes oportunidades. Se trata especialmente de la ingeniería, la arquitectura y los servicios de consultoría y TIC, con particular

Perfil de los exportadores españoles

Número de empresas



Variación interanual en %



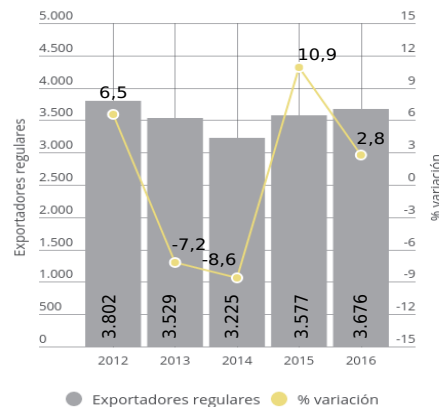
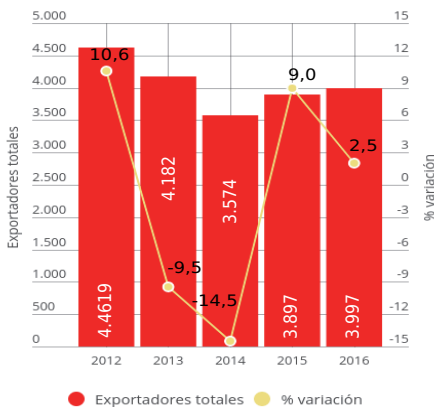
● Nº Exportadores ● Nº Exportadores regulares

● Exportadores ● Exportadores regulares

Un total de 1.306 exportadores regulares vendieron productos por valor de más de 50.000 euros en 2016. (empresas que exportan durante cuatro años seguidos o más)

Facturación según tipo de exportador

En millones de euros



● Exportadores totales ● % variación

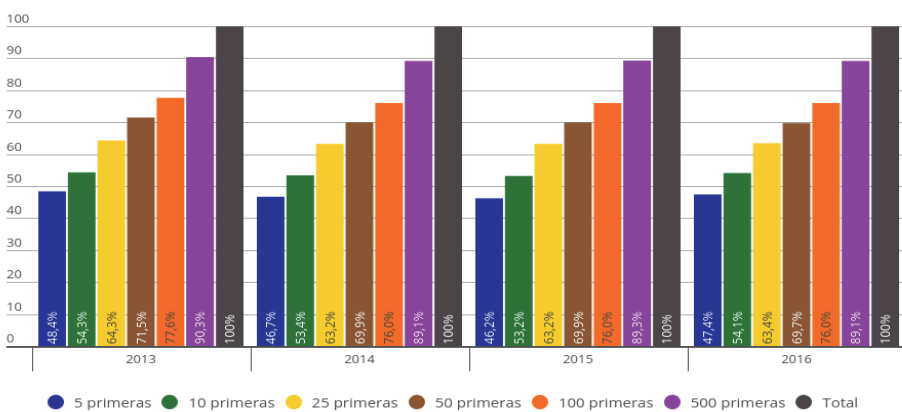
● Exportadores regulares ● % variación

Los exportadores regulares representaron el 92% de las ventas en 2016.

En valor: 3.676 millones de euros

Exportación por grupos de empresas

En porcentaje acumulado, según volumen de exportación



Las 5 primeras empresas exportadoras sumaron el 47,4% del total en 2016.

En valor: 1.894 millones de euros

DIRECCIONES DE INTERÉS

EN SUIZA

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Berna
Guttenbergstrasse, 14
3011 Berna
Tel. 00 41 313 812 171
berna@comercio.mineco.es

EN ESPAÑA

ICEX España Exportación e Inversiones
Pº de la Castellana, 278
28046 Madrid
Tel. 900 349 000
informacion@icex.es

Oficina Comercial de Suiza en Madrid

Swiss Business Hub Spain
C/ Núñez de Balboa, 35 A-7
Edificio Goya
28001 Madrid
Tel. 914 320 466

referencia al sector de las *fintech*. Por un lado, nuestras pymes conforman un tejido industrial sobradamente competitivo en estos sectores. Por otro, Suiza carece de suficientes profesionales en estas disciplinas. Un cuadro propicio *a priori* para el estrechamiento de relaciones económicas, aunque con muchos matices.

“Una prueba de la elevada protección del mercado suizo es, precisamente, la ausencia de empresas extranjeras de infraestructuras trabajando en proyectos, con la excepción de aquellas que hayan podido contratar los organismos internacionales -la ONU, por ejemplo- establecidos en el país. Aunque Suiza es signataria del Acuerdo de Compras Públicas de la OMC y no se observa ninguna restricción en los llamados y concursos, la aplicación de otro tipo de normas técnicas cercena de facto la competitividad de las compañías extranjeras en el mercado. Mención especial merecen las denominadas *'flanking measures'*, en virtud de las cuales las empresas foráneas tienen serias limitaciones para el desplazamiento de trabajadores al territorio suizo”, resume Santamaría.

Por si fuera poco, a estos obstáculos hay que sumar el conservadurismo con el que los actores locales suelen seleccionar



proveedores, optando, siempre que sea posible, por proveedores ya establecidos en el país. “Ambas barreras invitan a las empresas españolas a fijar alianzas, *joint-ventures* o participaciones en el capital de firmas suizas ya establecidas. De hecho, con carácter general, la inversión directa debe ser considerada como la vía más adecuada en estos sectores de oportunidad, cuando se desee escapar a los nutridos sistemas de protección de la industria nacional”, aconseja el consejero económico y comercial jefe de la Embajada de España en Berna.

Trayectoria firme

COSENTINO. La firma almeriense dedicada al mármol y la piedra natural empezó su relación con Suiza en 2004. Por aquel entonces, los clientes helvéticos eran atendidos desde las filiales de la empresa en Alemania. “En septiembre de 2007 se decidió establecer un almacén de 5.000 m² en la localidad de Schmerikon, en el cantón de San Galo. El objetivo era garantizar un servicio *'just-in-time'* a nuestros clientes suizos”, afirma Florian Kammerer, *general manager* de Cosentino Suiza.

“Suiza es un mercado excelente para Cosentino por la popularidad de los mate-

riales modernos y de diseño, sin desdeñar lo tradicional”, sintetiza Kammerer, definiendo de manera acertada el gusto e inclinaciones de la mayoría de los suizos no solo en este sector particular.

No obstante, la compañía andaluza tuvo que trabajar, principalmente, en la promoción de marca. “Debido al desconocimiento de Silestone, nuestra marca principal, tuvimos que hacer una inversión fuerte para hacernos oír en un mercado suizo tradicionalmente dominado, sobre todo, por el granito. Una vez consolidadas las relaciones con nuestros clientes y habiendo apoyado nuestro mensaje en puntos de venta como *showrooms* y tiendas de cocinas, la aceptación creció y, en la actualidad, somos líderes del mercado en encimeras de cocina”, concluye Kammerer.

GLOBAL EXCHANGE. 21 años y 21 países. Este podría ser el resumen de la trayectoria internacional de Global Exchange, compañía especializada en ofrecer al público viajero servicios de cambio de moneda. La expansión de esta firma, cuya marca ya es habitual en las terminales de numerosos aeropuertos de América Latina, el norte de África y Asia, no contem-

plaba, en un primer momento, el continente europeo. Hasta que surgió la ocasión.

“En el año 2015, Global Exchange presenta su candidatura para la licitación del servicio de cambio de moneda en el concurso público que presenta el aeropuerto internacional de Ginebra y se lo adjudica”, explica Isidoro Alanís, presidente de la empresa. Las instalaciones en el aeropuerto comprenden siete oficinas, tres en el área de llegadas y cuatro en salidas, y cuenta con 54 empleados.

“Desde su apertura, -continúa Alanís-, Suiza se ha convertido en un importante activo para el grupo, pues contribuye con más de 590.000 clientes atendidos y un volumen de operaciones hasta la fecha equivalente a 186 millones de euros”.

Según Alanís, esta presencia en Suiza ha servido para “redirigir nuestra estrategia y apostar de manera firme por nuestro continente de origen. Suiza se perfilaba como la opción perfecta, ya que cuenta con moneda propia y una gran movilidad internacional”.

JAVIER FERNÁNDEZ

Fiscalidad en Suiza

Suiza es un estado federal compuesto por 26 cantones. La constitución otorga a estos competencia en materia fiscal y recaudatoria, a excepción de algunos supuestos en los que su tributación será competencia exclusiva del Gobierno federal. La competencia de los cantones en materia fiscal viene establecida desde 2001 por la Ley Federal de Armonización de Impuestos, que busca la armonización de las leyes tributarias en materia de impuestos directos.

Impuesto sobre Sociedades (IS)

Serán sujetos pasivos del impuesto entidades con personalidad jurídica, sociedades, cooperativas, asociaciones, fundaciones y sociedades de inversión que tengan su residencia en Suiza. Para ello deberán estar legalmente registradas como tales o tener en territorio suizo su sede de dirección efectiva de negocios.

Las sociedades residentes en Suiza están sometidas al impuesto por su renta mundial a excepción de los ingresos procedentes de establecimientos permanentes o propiedades inmuebles localizadas en el extranjero.

En cuanto al tipo de gravamen, el tipo general es del 8.5% a nivel federal. Los cantones también tienen competencia para gravar los beneficios empresariales. La ya mencionada Ley Federal de Armonización de Impuestos establece los límites de esta competencia. La mayoría de los cantones siguen el modelo federal de impuestos directos. Tienen cierta autonomía a la hora de fijar determinados aspectos del impuesto, como el tipo impositivo o la facultad de establecer exenciones. No hay gravamen a nivel cantonal para *royalties*, dividendos o intereses.

La duración del período impositivo coincide con el año natural. Existe la posibilidad de que las empresas tengan un período impositivo diferente al año natural,



pero los ingresos gravables en estos casos serán los ingresos financieros del 1 de enero al 31 de diciembre.

El impuesto es gestionado y recaudado por los cantones, que actúan en nombre del Estado, y el plazo para ingresar la deuda tributaria es de dos meses tras la finalización del período impositivo.

Son deducibles los gastos necesarios para la obtención del beneficio bruto. Los intereses derivados de préstamos son considerados gastos normales de negocio.

Los intereses derivados de los préstamos que los propios accionistas hacen a favor de la sociedad serán deducibles cuando el tipo de interés quede dentro de los límites establecidos por la autoridad federal.

Existe una desgravación para los dividendos obtenidos de una participación sustancial en sociedades residentes o no residentes. Una participación sustancial existe cuando una compañía posea al menos un 10% del capital de la sociedad pagadora de dividendos o el valor de la participación en la sociedad sea como

mínimo un millón de francos suizos (848.500 euros aproximadamente). Dicha participación debe mantenerse por un período mínimo de un año. Esta deducción también es aplicable a las ganancias de capital, incluyendo las generadas por la suscripción de derechos sobre las participaciones. Sin embargo, no podrá aplicarse a la revalorización de dichas ganancias.

Aspectos internacionales

- Empresas residentes: normalmente, todos los ingresos y ganancias de capital de fuente extranjera son gravables por el IS.

Se permite una exención por doble imposición para los dividendos recibidos del exterior por empresas del grupo, ingresos recibidos por negocios o establecimientos permanentes en el extranjero y por propiedades inmobiliarias situadas fuera de Suiza.

En otros casos, la doble imposición es generalmente mitigada por el método de la deducción: los impuestos pagados en un país extranjero serán deducibles en la medida en que esos ingresos tributarían en Suiza.

• **Empresas no residentes:** los ingresos y ganancias de capital de las empresas no residentes serán objeto del IS cuando son obtenidos a través de negocios, establecimientos permanentes y propiedades inmobiliarias situados en Suiza.

Los dividendos e intereses obtenidos por un no residente sin establecimiento permanente en Suiza estarán sujetos a una retención del 35%. La retención se considerará final si no hubiese convenio de doble imposición al respecto.

El acuerdo del 26 de octubre de 2004 entre Suiza y la UE, con vigencia desde el 1 de julio de 2005, establece que Suiza deberá dejar exento el pago de dividendos e intereses a compañías residentes en un estado miembro de la UE en los mismos términos que lo establecido por la Directiva Matriz-Filial y la Directiva de Intereses y Cánones. Adicionalmente, no hay retenciones federales a los *royalties* pagados a una empresa extranjera.

En 2011 se pactó un nuevo protocolo al Convenio de Doble Imposición Hispano-Suizo, que entró en vigor el 24 de agosto 2013 y modificó el convenio del 26 de abril de 1966, actualizado anteriormente por el protocolo del 26 de junio de 2006.

En virtud del Convenio con España, los porcentajes máximos de retención (recordemos que en Suiza es de aplicación la Directiva Matriz-Filial) que se aplican a los dividendos pagados por sociedades residentes en Suiza a personas o empresas residentes en España serán con carácter general del 15% y del 0% si el receptor de los dividendos es una sociedad que es propietaria de al menos un 25% del capital de la empresa distribidora de dichos dividendos, o si esos dividendos proceden de un fondo de pensión.

Los intereses procedentes de un Estado contratante (Suiza) y pagados a un residente del otro Estado contratante (España) solo pueden someterse a imposición en ese otro Estado (España).

Imposición indirecta

Solo hay recaudación del IVA a nivel federal. Los cantones no podrán gravar nueva-

IMPUESTOS	
IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES. TIPO IMPOSITIVO FEDERAL	8,5%
NO RESIDENTES. TIPO IMPOSITIVO	
Beneficio empresarial (a través de establecimiento permanente)	SÍ (8,5%)
Ganancias de capital	35%
Intereses	35%
<i>Royalties</i>	NO
Dividendos	35%
IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO	SÍ
Tipo de gravamen general	7,7%
Tipo de gravamen reducido	3,7%- 2,5%-0%
Tipo de gravamen incrementado	NO
¿Se prevén exenciones?	SÍ
¿Grava las exportaciones?	NO
IMPUESTO SOBRE BIENES INMUEBLES.	Depende del cantón
INCENTIVOS FISCALES	SÍ
Devolución de retenciones sobre intereses y dividendos	SÍ
Deducciones unilaterales por doble imposición	NO
Compensación de bases impositivas negativas de ejercicios anteriores	SÍ
ARANCELES A LA IMPORTACIÓN	SÍ
CONVENIO DE DOBLE IMPOSICIÓN CON ESPAÑA	SÍ
Dividendos	15%-0%
Intereses	0%
Cánones	5%-0%
CONVENIO DE DOBLE IMPOSICIÓN CON OTROS PAÍSES	SÍ

mente operaciones que hayan sido gravadas ya por este concepto. Su esquema y estructura sigue el modelo de IVA establecido en la Directiva 2006/2112 de la Unión Europea.

Serán sujetos pasivos de este impuesto los empresarios o profesionales en el desarrollo de su actividad. El IVA recae sobre los diferentes niveles de producción, la distribución de bienes y la prestación de servicios. Existen supuestos exentos como la educación, la sanidad y las actividades culturales, y otros de no sujeción como las exportaciones.

Los sujetos pasivos con un volumen de negocio por debajo de los 100.000 francos suizos anuales (150.000 francos suizos para actividades deportivas y culturales que no produzcan beneficios o algunas instituciones de caridad), podrán solicitar no tributar por el IVA.

La importación de bienes está igualmente sujeta al IVA. También está gravada la importación de servicios por empresas

que tienen su establecimiento principal fuera de Suiza, cuando importen servicios por un importe superior a los 10.000 francos suizos anuales.

La base imponible se determina por el precio de los bienes o servicios. El tipo general a partir del 1 de enero de 2018 es del 7,7% (anteriormente era del 8%).

Existe un tipo reducido del 3,7% (anteriormente el 3,8%) aplicado a servicios de hotelería, hospedajes, etc. y un tipo súper reducido del 2,5% para ciertos bienes y servicios de necesidad primaria como alimentos, medicinas y material impreso.

NATALIE HALLA-VILLA JIMÉNEZ

Información elaborada por David Mülchi & Asociados



Desde la Ofecomes en Berna

La persistencia de barreras no arancelarias en algunos sectores se suele erigir en el principal foco de tensión no solo en las negociaciones comerciales entre Suiza y la UE, sino también dentro del propio país, entre aquellos que defienden un mayor acercamiento a los vecinos europeos y quienes lo rechazan. Ricardo Santamaría, consejero económico y comercial jefe de la Embajada de España en Berna, profundiza en esta y otras cuestiones relevantes para entender el mercado helvético.



EL EXPORTADOR: En un futuro cercano, ¿Suiza apostará por mantener este tipo de proteccionismo más o menos encubierto, o por una mayor desregulación?

RICARDO SANTAMARÍA: Podemos decir que el país está muy dividido entre aquellos que apuestan por una mayor protección de su economía frente a la UE, esgrimiendo argumentos parecidos a los que triunfaron recientemente con el Brexit en el Reino Unido, y aquellos otros, más vinculados al mundo empresarial, que conocen la absoluta dependencia que Suiza tiene de la mano de obra extranjera cualificada y de los mercados exteriores y que defienden, si no una mayor integración económica con la UE, al menos el mantenimiento del vigente *statu quo*. Entre uno y otro grupo, el Ejecutivo tiene una difícil gestión por delante, tratando de buscar siempre un sano equilibrio interno.

En paralelo, el propio devenir de las relaciones con la OMC, la OCDE y muy especialmente la UE termina ejerciendo cierta presión sobre el país para que este flexibilice algunas de sus barreras. En este contexto, sorprende la capacidad de Suiza para sacarse nuevos procedimientos, normas y mecanismos que permiten mantener las barreras de facto, aunque adaptándose a los estándares requeridos.

EE: ¿Cómo afectará una posible ruptura del Acuerdo de Libre Circulación de Personas?

RS: El Acuerdo de Libre Circulación de Personas (en adelante ALCP) firmado con la UE contiene una cláusula llamada "cláusula guillotina", en virtud de la cual el incumplimiento de dicho acuerdo supondría la caída del resto de los importantes y numerosos acuerdos suscritos entre las partes. Como ya se ha comentado, la UE es el principal socio comercial de Suiza, y si la UE está satisfecha con dichos acuerdos, más moti-

Podemos decir que el país está muy dividido entre aquellos que apuestan por una mayor protección de su economía frente a la UE y aquellos otros más vinculados al mundo empresarial

vos aún tiene Suiza para estarlo. Así pues, las consecuencias de esa ruptura serían, en un principio, dramáticas. Precisamente, esta cláusula guillotina ha sido la principal responsable de que el ALCP UE-Suiza siga todavía hoy vigente. En efecto, de no haber existido la misma, a estas alturas el acuerdo ya habría sido denunciado.

El referéndum en contra de la migración masiva aprobado en Suiza en 2014 por una exígua mayoría -pero mayoría al fin y al cabo- puso de manifiesto la voluntad de la población helvética de limitar los flujos de entrada de trabajadores. En este contexto, Suiza trató de negociar con la UE una reforma del ALCP, circunstancia a la que se opuso la UE.

Tras casi dos años de difíciles negociaciones y múltiples tensiones en la relaciones Suiza-UE se ha conseguido un nuevo marco regulador sobre migración en Suiza que, respondiendo al resultado del referéndum, resulta razonablemente compatible con el texto del ALCP.

EE: ¿En qué medida influye la descentralización de su territorio en la actividad comercial de Suiza? ¿Varía mucho la legislación de un cantón a otro en lo que respecta a la exportación o a la inversión directa?

RS: El proceso de descentralización política de Suiza es inverso al español en el siguiente sentido: mientras que nosotros hemos partido del centralismo para transferir posteriormente competencias a las comunidades autónomas, Suiza surge por la adhesión de regiones con competencias propias que deciden transferir, bajo el principio de subsidiariedad, muchas de ellas a un Estado

central. Hay por ello un elevado grado de competencias en materia fiscal, mercantil, laboral, etc., que son propias de los distintos cantones. De hecho, existe una sana competencia entre cantones para atraer tejido empresarial extranjero.

No obstante, muchas de estas competencias parten de normas que son de obligado cumplimiento en todo el Estado, por lo que difícilmente existen procedimientos o requisitos distintos entre unos cantones y otros, aunque sí diferentes tipos impositivos o autoridades de supervisión. Por todo ello, se recomienda consultar con la Ofecomes aquellos aspectos concretos que puedan interesar.

EE: ¿Hasta qué punto aspectos como la ecología o la sostenibilidad afectan a la decisión de compra de los suizos?

RS: Ambos atributos han pasado a ser fundamentales para el consumidor nacional. No solo en los supermercados, sino también en el textil, la automoción etc. En general existe una firme apuesta del consumidor por lo saludable, lo natural, lo ecológico, lo eficiente energéticamente, similar a la que se practica en otros mercados desarrollados por los segmentos con mayor poder adquisitivo.

La mayoría de esos atributos concurre en el producto local, diferenciado del resto por el sello con la bandera nacional. Este sello permite, en igualdad de calidades con un producto extranjero, un incremento medio del precio del 50%, que el consumidor suizo está dispuesto a pagar con agrado.

EE: Con un número tan elevado de personas acaudaladas, ¿es Suiza un buen mercado para los productos de lujo? ¿Está España bien posicionada en este punto?

RS: Tanto por el tamaño de la población como por su renta per cápita y por el número de visitantes acaudalados que recibe el país, podemos afirmar que Suiza es un extraordinario mercado para los productos

Tanto por el tamaño de la población como por su renta per cápita y por el número de visitantes acaudalados que recibe el país, podemos afirmar que Suiza es un extraordinario mercado para los productos de lujo

de lujo, si bien debemos hacer alguna matización.

El ciudadano suizo presume, por lo general, de ser austero. Esto se traduce en que su propensión marginal a consumir es inferior a la de otros perfiles de similar renta per cápita y que existe, muchas veces, cierto afán por evitar las apariencias. Muchos coches de lujo permanecen escondidos en los garajes la mayor parte del tiempo esperando a ser utilizados tan solo unas horas los fines de semana mientras, a su lado, están estacionados los viejos utilitarios que sí se usan a diario.

En el sector de bienes de lujo, España ha apostado tradicionalmente por la joyería y la vivienda vacacional, así como por grandes vinos. Existe en este momento un esfuerzo por el posicionamiento de otros sectores, entre los que destaca el sector *gourmet* en la alimentación.

EE: ¿Existe una apuesta del país por las energías renovables?

RS: El pasado mes de mayo se aprobó mediante referéndum nacional la denominada estrategia 2050, una iniciativa que sentó las bases de la política energética. La estrategia prevé cero inversiones en energía nuclear y el progresivo desmantelamiento de la industria, así como una clara apuesta por las energías renovables y por la eficiencia energética.

Ahora bien, tenemos que decir que la estrategia resulta más sólida en todo lo que

se refiere a eficiencia y su instrumentación (adaptación de viviendas, de la industria, del parque móvil, etc.), que en lo que respecta a incrementar la potencia instalada en generación limpia. En este sentido, no se debe olvidar que la potencia hidráulica ya está maximizada en gran parte, que la eólica tiene un desarrollo muy limitado, puesto que no se quiere asumir el impacto visual de sus instalaciones, y que la energía solar tiene un potencial limitado por factores climáticos.

EE: ¿Qué recomendaciones generales ofrecería a una empresa española que se disponga a exportar bienes de consumo por primera vez a Suiza?

RS: En primer lugar, que identifique claramente el producto que mejor se adapta a las características del mercado (calidad, atributos medioambientales, etc.). El diseño debe transmitir con sencillez y eficiencia todas esas características.

En segundo lugar, que busque el apoyo interno idóneo. Cada importador o distribuidor se caracteriza por trabajar un área geográfica, un tipo de cliente y una clase de producto distinto. Es preciso saber dónde tiene que llegar el producto y, de acuerdo a ese objetivo, elegir al importador adecuado. Asimismo, hay que apostar por una implicación con el importador y distribuidor en la promoción del producto.

En tercer lugar, asumir un compromiso de plena dedicación y respuesta óptima a las exigencias del mercado. Puntualidad, rapidez, calidad del servicio, etc. constituyen requisitos imprescindibles para ganarse su confianza. Por último, se debe fijar un precio que compense todos los esfuerzos anteriores, garantizando, además, un elevado margen al distribuidor. Las políticas de precios de descarte funcionan con éxito en este mercado.

JAVIER FERNÁNDEZ



Cuaderno de bitácora: Basilea



Moveirse por la ciudad

Basilea cuenta con una amplia red de transporte público: tranvías y autobuses que llegan, incluso, a cruzar la frontera con Francia y Alemania. En la web o en la *app* de transporte público SBB se pueden consultar planos y horarios. El precio de un trayecto oscila entre los 2,30 y los 4,70 francos suizos (unos 2 y 4 euros, respectivamente). Existen tarjetas de un día y de hasta siete días, así como un abono mensual. Todos los huéspedes de hotel tienen derecho a tarjetas de movilidad totalmente gratuitas (*Mobility Ticket*). En ver-

no, se recomienda recurrir al alquiler de bicicletas.

Horarios y Fiestas

Días festivos

Año Nuevo; Viernes Santo; Lunes de Pascua; 1 de mayo; Ascensión del Señor; Lunes de Pentecostés; 1 de agosto (fiesta nacional de Suiza); 25 y 26 de diciembre.

Vacaciones

Hay un mínimo de cuatro o cinco semanas, que normalmente se reparten en función de las vacaciones escolares, las

cuales tienen lugar en febrero/marzo, julio/agosto, octubre y diciembre/enero.

Diferencia horaria

Ninguna.

Jornada laboral

Por ley, la jornada laboral se distribuye en 45 o 50 horas semanales. El almuerzo tiene lugar de 12:00 a 13:30 h, y la cena entre las 18:30 y las 21:30 h, aunque la mayoría de los restaurantes cierra a las 21:00 h.

Habitualmente, los comercios abren entre las 8:00 y las 9:00 h y cierran, de



DIRECCIONES DE INTERÉS

Embajada de España en Berna

24, Kalcheggweg
3006 Berna
Tel. 00 41 031 350 52 52
emb.berna@maec.es

Consulado de España en Berna

12, Marienstrasse
3005 Berna
Tel. 00 41 031 356 22 20
cog.berna@maec.es

lunes a viernes, a las 19:00 h, mientras que los sábados lo hacen a las 17:00 h. Por lo general, los domingos cierran todos los establecimientos, salvo los de las estaciones centrales de tren (supermercados, peluquerías y tiendas de moda, generalmente), que cierran a diario a las 22:00 h.

Clima

El clima de Basilea es continental, aunque las temperaturas pueden alcanzar mínimas de -4°C y máximas de 35°C, dependiendo de la época del año.

Salud

No existen vacunas obligatorias para viajar a Suiza; sin embargo, se recomienda la vacunación contra la garrapata. También conviene contar con cobertura médica, ya

TIEMPO LIBRE

Si dispone de 2 horas

Diríjase a Elisabethstrasse, enfrente de la estación central, y camine por el centro histórico de la ciudad. Encontrará infinidad de opciones, tanto para pasear junto al río, como para admirar monumentos históricos y probar especialidades gastronómicas.

Si dispone de 5 horas

Recorra Elisabethstrasse hasta la Fuente de Tinguely y, de ahí, acérquese hasta el Puente del Medio, que une ambos lados de la ciudad. Por el camino podrá visitar la Catedral Basler Münster. Aunque un poco más alejada, también vale la pena conocer la Spalenter, una puerta amurallada del año 1400.

Si dispone de un día

Se recomienda visitar tanto el Museo de Cultura como el Museo de Ciencias, entre una amplia oferta de más de 30 museos en la ciudad. Siempre es aconsejable consultar la oferta de ocio del día, que puede incluir desde conciertos a obras de teatro, así como mercadillos nocturnos. Dependiendo del tiempo, también se puede dar un paseo en barco por el río Rin y disfrutar de una *fondue* a bordo.

ENLACES

Eventos

<https://www.ronorp.net/basel/events>

Guía turística de Basilea

<https://www.basel.com>

Programación cultural

<http://www.programmzeitung.ch>

Vida nocturna

<http://www.usgang.ch>

que los costes de la atención sanitaria son bastante más elevados que en el resto de Europa. Además, algunos medicamentos de uso corriente requieren receta.

Propinas

No es necesario dar propina. Si se desea, se puede dejar hasta un 5%.

SÍGANOS

