

GUÍA DE NEGOCIOS

Embajada de la República
Argentina
en la
Confederación Suiza

Berna, Septiembre de
2019



1) Exención de responsabilidad

El contenido de esta guía de negocios pretende facilitar información general sobre Suiza a posibles empresas argentinas interesadas, con el propósito de brindar una orientación preliminar sobre el mercado suizo. En consecuencia, los contenidos accesibles por medio de los enlaces electrónicos mencionados son exclusiva responsabilidad de sus autores, editores y de las entidades o instituciones que los publican.

2) La información de los enlaces ha sido relevada en septiembre de 2019, por lo que posteriormente podría estar sujeta a cambios.

3) La exención de responsabilidad respecto de los canales de comercialización nombrados exclusivamente a título ilustrativo no implica ningún respaldo a los mismos, involucramiento con sus responsables, ni con sus respectivas actividades.

4) Para todas las acciones que involucren procedimientos legales se sugiere la contratación previa de abogada/o del foro local.

ÍNDICE

1. DATOS GENERALES SOBRE SUIZA	3
1.1 La estructura económica en Suiza.....	3
Valor nominal de la estructura del Producto Bruto Interno (PBI) suizo (2018)	4
1.2 Comercio Exterior.....	4
Principales indicadores del Comercio Exterior Suizo	5
Principales socios comerciales de Suiza en 2018.....	5
Principales exportaciones suizas.....	6
Principales importaciones suizas	6
Comercio Exterior Suizo por Cantón (2018)	7
Comercio Exterior Suizo por grupos de productos	10
1.3 Comercio Bilateral Argentina-Suiza	11
2. EXPORTAR A SUIZA	14
2.1 Requisitos generales para la importación	14
Una breve guía de Tares: el Arancel aduanero electrónico suizo.....	14
2.2 Legislaciones y Certificaciones	15
Normativa Aduanera	15
Estándares en la Confederación Suiza	16
Certificados de Calidad	17
2.3 Marketing.....	23
Empaquetado y Etiquetado	23
2.4 Posibles canales de comercialización y distribución de un producto.....	24
2.5 Tendencias generales del consumo suizo	27
3. ESTABLECERSE EN SUIZA	28
3.1 Personería jurídica y formas legales en Suiza.....	28
4. DATOS A CONSIDERAR	30
4.1 Punto de contacto	30
4.2 Ferias Suizas	30

1. Datos Generales sobre Suiza

A modo de referencia, los principales indicadores socioeconómicos de Suiza muestran la siguiente evolución:

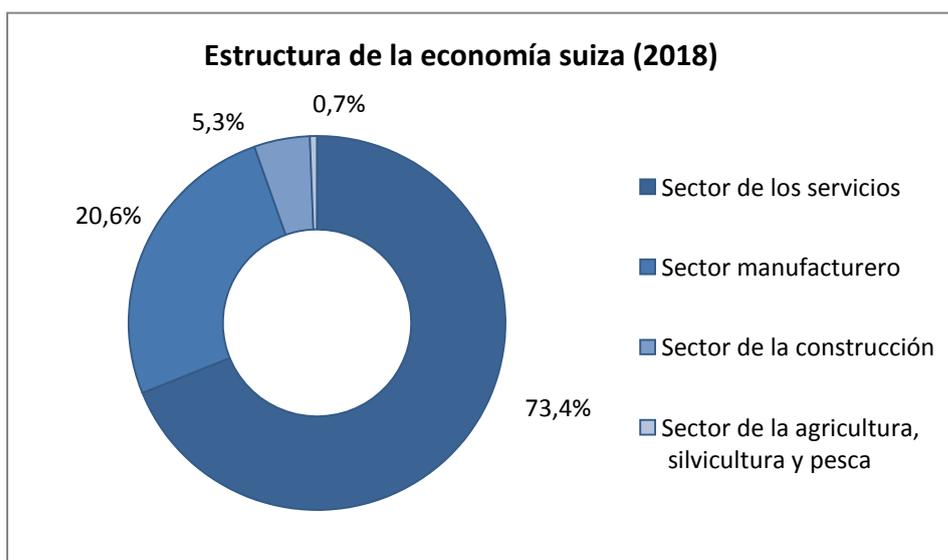
INDICADORES SOCIO-ECONÓMICOS	Promedio 2009-2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población (millones)	7,9	8,1	8,2	8,3	8,4	8,5*
PBI (miles de mill. US\$ corrientes)	636,2	709,5	679,7	670,2	679,0	709,1*
Crecimiento PBI real (Var %)	1,1	2,5	1,3	1,6	1,7	3,0*
PBI per capita (US\$ corrientes)	80.748,9	87.162,9	82.510,4	80.491,0	80.637,4	83.583,0*
Cuenta Corriente (% del PBI)	10,3	8,5	10,8	9,4	9,8	10,2*
Tasa de cambio oficial promedio	-	0,9	0,9	0,9	0,9	S/D
Total de reservas incl. oro (millones de US\$)	-	545.787	602.402	678.910	811.031	S/D
Exportaciones (millones de US\$)	254.664	311.146	291.959	304.691	299.309	311.599
Importaciones (millones de US\$)	231.239	275.054	253.152	269.157	267.501	279.974
Balanza comercial (mill. de US\$)	23.425	36.092	38.807	35.534	31.807	31.624

Fuente: FMI, Banco Mundial, COMTRADE (ONU)/ *Datos provisorios

1.1 La estructura económica en Suiza

La estructura económica en Suiza se caracteriza por tener dos sectores que prevalecen sobre el resto, el sector de los servicios, con una participación del 73,4% del PBI, y el sector manufacturero, con una participación del 20,6%.

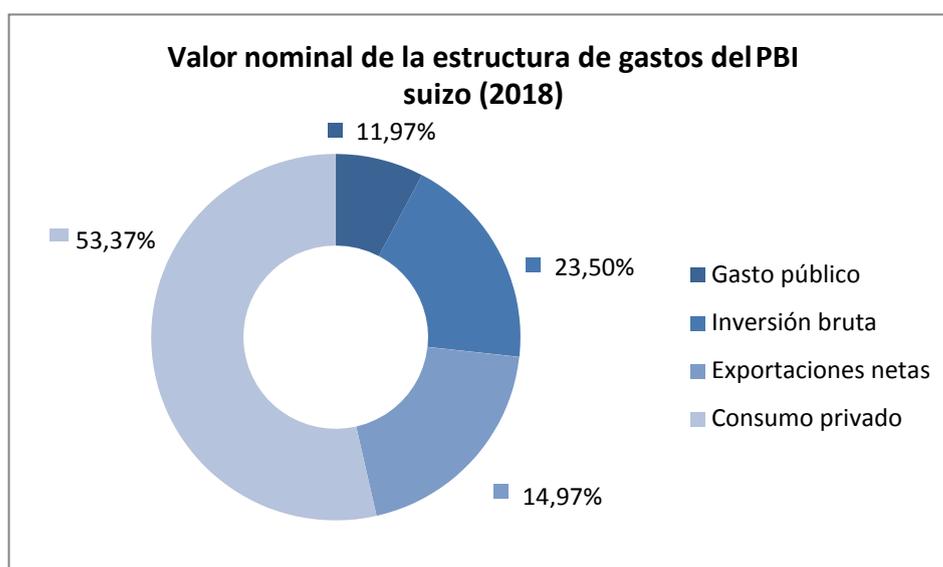
El sector de la construcción tiene una participación del 5,3% y por último se ubica el sector de la agricultura, silvicultura y pesca, con una participación del 0,7%.



Fuente: Country statistical profiles: Key tables from OECD, 2019

Valor nominal de la estructura del Producto Bruto Interno (PBI) suizo (2018)

El consumo privado tiene una participación de más del 53% en la economía suiza. Cabe destacar que la inversión bruta es de casi el doble que el gasto público.



Fuente: Bundesamt für Statistik (BDS)

1.2 Comercio Exterior

El superávit comercial suizo de 2018 fue considerablemente alto. Suiza exportó bienes por un valor de 310.831 millones de dólares, y a la vez importó mercaderías por un valor de 279.595 millones de dólares. Las exportaciones se incrementaron en un 3% en comparación con el año anterior y las importaciones en un 2,9%. El saldo de la balanza comercial tuvo un superávit de 31.236 millones de dólares.

La Unión Europea (UE) es el socio comercial más importante de Suiza. Más del 50% de las exportaciones y importaciones se llevan a cabo con la UE, siendo Alemania el socio comercial más destacado (20,7% de las importaciones y 15,5% de las exportaciones). Estados Unidos y China son los otros dos principales socios comerciales.

Principales indicadores del Comercio Exterior Suizo

Balanza comercial de la Confederación Suiza		
Año 2018		
Item	Valor (U\$S millones)	Variación porcentual interanual
Exportaciones	310.831	+3%
Importaciones	279.595	+2,9%
Balanza Comercial	590.426	+3%
Saldo comercial	31.236	+4%

Nota: Resultado comercial con lingotes de oro y otros metales preciosos, monedas, piedras preciosas y gemas, así como obras de arte y antigüedades.

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

Principales socios comerciales de Suiza en 2018

Principales socios comerciales de Suiza en 2018					
Socio comercial	Importaciones		Exportaciones		Importaciones + Exportaciones
	Valor (U\$S millones)	% del comercio total	Valor (U\$S millones)	% del comercio total	Valor (U\$S millones)
Alemania	57.858	20,7	48.313	15,5	106.172
Estados Unidos	21.372	7,6	40.930	13,2	62.302
China	14.761	5,3	30.343	9,8	45.103
Francia	20.178	7,2	20.139	6,5	40.318
Italia	21.277	7,6	16.854	5,4	38.132
Reino Unido	26.506	9,5	11.248	3,6	37.754
Hong Kong	3.930	1,4	16.080	5,2	20.010
India	1.886	0,7	17.820	5,7	19.706
Austria	8.505	3,0	7.647	2,5	16.152
Emiratos Árabes	1.400	3,7	4.946	1,6	15.346
Japón	4.788	1,7	7.943	2,6	12.731
España	5.703	2,0	7.018	2,3	12.721

Países Bajos	5.526	2,0	5.455	1,8	10.981
Irlanda	8.817	3,2	1.406	0,5	10.223
Bélgica	5.208	1,9	4.494	1,4	9.701
Singapur	2.731	1,0	6.821	2,2	9.552
Tailandia	2.664	1,0	3.841	1,2	6.506
Canadá	1.954	0,7	3.952	1,3	5.906
Turquía	2.431	0,9	2.857	0,9	5.288
Polonia	2.449	0,9	2.760	0,9	5.209
Total 2018	279.595	100,0	310.831	100,0	590.426

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

Principales exportaciones suizas

Los productos químicos y farmacéuticos, una vez más, hicieron la mayor contribución y, por lo tanto, registraron un nuevo saldo de CHF 54.200 millones. Este sector ha sido el mayor contribuyente a toda la balanza comercial suiza durante años. Se agregan las balanzas comerciales positivas para relojes (CHF +17.200 millones) e instrumentos de precisión (CHF +8.600 millones).

Principales grupos de productos		
Grupos de productos	CHF mM	Porcentaje (%)
Productos químicos y farmacéuticos	104	34,3
Metales preciosos y gemas	68	22,4
Instrumentos de precisión, relojería y joyería	50	16,3

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

Principales importaciones suizas

Todos los demás sectores sufrieron déficits comerciales: el excedente de importación de vehículos fue el más alto (CHF -14.300 millones).

Principales grupos de productos		
Grupos de productos	CHF mM	Porcentaje (%)
Metales preciosos y gemas	69	25,2
Productos químicos y farmacéuticos	50	18,3
Máquinas y electrónica	32	11,7

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

Comercio Exterior Suizo por Cantón (2018)

Los Cantones de la Confederación Suiza se ubicaron por volumen de comercio exterior de la siguiente forma en 2018:

Exportaciones suizas por Cantón (Principado de Liechtenstein incluido), 2014-2018

Valor en CHF millones

Cantones	Total de ciclo de negocios					Total general				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Total	208 357	202 919	210 473	220.582	233 224	285 179	279 155	298 408	294 894	303 886
Aargau	18.663	17.115	18.785	16.338	11.742	18.700	17.134	18.803	16.345	11.755
Appenzell Ausserrhoden	1.010	951	978	913	953	1 017	964	996	921	976
Appenzell Innerrhoden	79	89	95	93	110	79	89	95	93	110
Basel Landschaft	25.299	30.452	34.349	39.814	47.733	25 476	30 495	34 435	39.838	47 815
Basel Stadt	21.905	20.754	22.318	23.882	23.499	22 038	20 865	22 415	24.005	23 602
Bern	15.337	13.849	12.737	13.352	13.728	15 530	14 019	12 953	13.638	13 873
Fribourg	9.870	9.069	8.647	8.685	9.659	9 901	9 143	8 926	9.024	10 084
Geneva	18.618	19.300	18.982	19.672	20.570	32 447	21 926	22 515	23.427	25 154
Glarus	621	568	634	624	662	622	579	634	624	662
Graubünden	2.271	2.278	2.260	2.476	2.811	2 360	2 319	2 322	2.559	2 873
Jura	1.138	1.072	1.145	1.358	1.481	1 196	1 147	1 200	1.428	1 566
Lucerne	4.669	4.383	4.617	4.820	5.216	4 868	4 877	5 238	5.587	6 034
Neuchâtel	10.881	8.187	9.999	10.000	11.767	16 330	14 762	20 210	17.194	19 965
Nidwalden	1.263	1.592	908	875	1.194	1 281	1 669	964	994	1 216
Obwalden	815	801	846	891	967	823	818	860	898	985
Schaffhausen	1.694	1.537	1.452	7.995	9.346	1 698	1 569	1 457	7.999	9 351
Schwyz	1.290	1.318	1.444	1.763	1.888	1 299	1 325	1 453	1.803	1 907
Solothurn	5.382	5.228	5.179	5.442	5.960	5 403	5 247	5 182	5.445	5 961
St. Gallen	10.829	10.427	11.076	11.939	12.285	10 855	10 447	11 099	11.968	12 317
Thurgau	4.112	3.609	3.584	3.688	3.744	4 130	3 620	3 595	3.701	3 753

Ticino	5.946	5.804	6.575	6.357	7.254	46 961	58 651	63 830	54.301	51 410
Uri	564	520	549	579	619	571	535	551	581	620
Valais	3.256	3.276	3.104	2.973	2.991	3 269	3 285	3 128	2.978	3 004
Vaud	13.801	13.446	13.180	13.910	13.869	14 085	13 677	13 366	14.006	13 955
Zug	8.758	8.263	9.016	3.038	3.364	8 972	8 547	9 194	3.241	3 583
Zurich	14.610	14.062	13.361	14.287	14.224	29 538	26 439	28 244	27.413	25 620
Liechtenstein	3.400	3.177	3.267	3.316	3.517	3 453	3 217	3 355	3.372	3 657
No localizable	2.276	1.791	1.386	1.504	2.071	2 276	1 791	1 386	1.510	2 074

Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

Importaciones suizas por Cantón (Principado de Liechtenstein incluido), 2014-2018

Valor en CHF millones

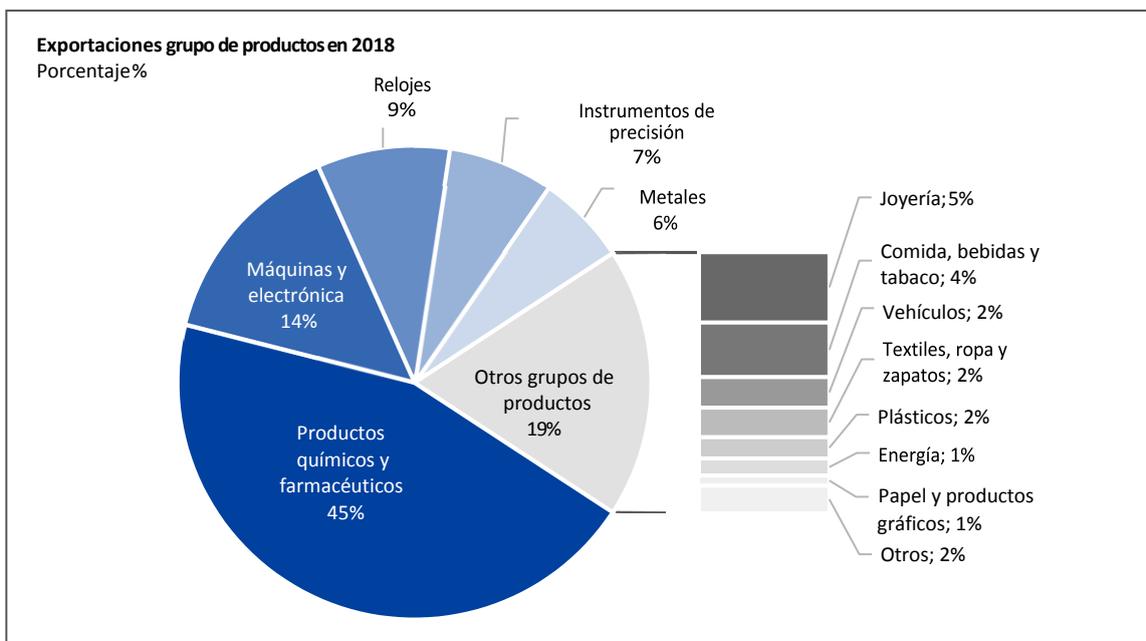
Cantones	Total de ciclo de negocios					Total general				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Total	178 605	166 392	173 542	185.774	201 849	252 505	243 772	266 137	265 572	273 389
Aargau	29.603	25.420	25.152	27.641	28.297	29.638	25.437	25.166	27.652	28.308
Appenzell Ausserrhoden	519	481	486	511	534	521	483	490	515	544
Appenzell Innerrhoden	106	110	120	128	147	109	111	121	129	148
Basel Landschaft	14.404	14.069	17.655	18.972	21.090	14 439	14 123	17 713	19.026	21 141
Basel Stadt	5.026	4.714	8.447	8.004	8.814	5.081	4.983	8.513	8.072	8.858
Bern	12.688	12.253	12.525	13.025	13.779	12 949	12 449	12 708	13.205	14 021
Fribourg	4.509	4.384	4.863	5.068	5.596	4.537	4.415	4.891	5.090	5.624
Geneva	11.900	13.023	12.196	12.998	14.361	15 005	16 103	15 412	16.629	17 818
Glarus	600	520	502	523	571	605	547	503	531	573
Graubünden	2.059	1.924	1.926	2.069	2.189	2 138	1 978	2 011	2.118	2 256
Jura	1.229	1.160	1.105	1.202	1.314	1.285	1.280	1.343	1.704	2.042
Lucerne	9.837	9.345	9.661	10.390	11.000	10 208	9 838	10 356	11.146	11 848

Neuchâtel	5.440	4.585	4.400	4.481	5.026	13.743	13.117	16.522	15.459	15.852
Nidwalden	884	782	736	888	974	902	848	899	906	1 018
Obwalden	449	421	429	481	502	466	451	452	505	518
Schaffhausen	2.543	3.207	3.076	4.518	5.314	2 548	3 214	3 081	4.522	5 317
Schwyz	1.649	1.600	1.624	1.694	1.649	1.661	1.610	1.636	1.707	1.677
Solothurn	6.810	6.470	6.877	7.169	7.307	6 820	6 480	6 890	7.177	7 313
St. Gallen	8.898	8.441	8.384	8.949	9.714	8.963	8.530	8.479	9.068	9.872
Thurgau	4.776	4.190	4.177	4.537	4.949	4 794	4 217	4 188	4.553	4 959
Ticino	7.002	6.246	7.302	9.165	13.520	56.697	53.759	71.080	59.592	49.528
Uri	413	347	364	397	443	413	347	365	398	443
Valais	4.890	3.289	3.151	3.166	3.711	4.915	3.302	3.162	3.181	3.734
Vaud	7.614	6.878	6.754	7.135	7.215	7 836	7 108	6 929	7.240	7 333
Zug	4.899	4.629	4.413	3.896	3.612	5.163	4.971	4.623	4.174	3.843
Zurich	26.349	24.641	23.810	25.142	26.526	37 468	40 676	35 092	37.541	44 994
Liechtenstein	1.953	1.784	1.876	1.896	1.904	2 040	1 916	1 980	2.002	2 015
No localizable	1.559	1.478	1.532	1.729	1.790	1 559	1 478	1 532	1.729	1 790

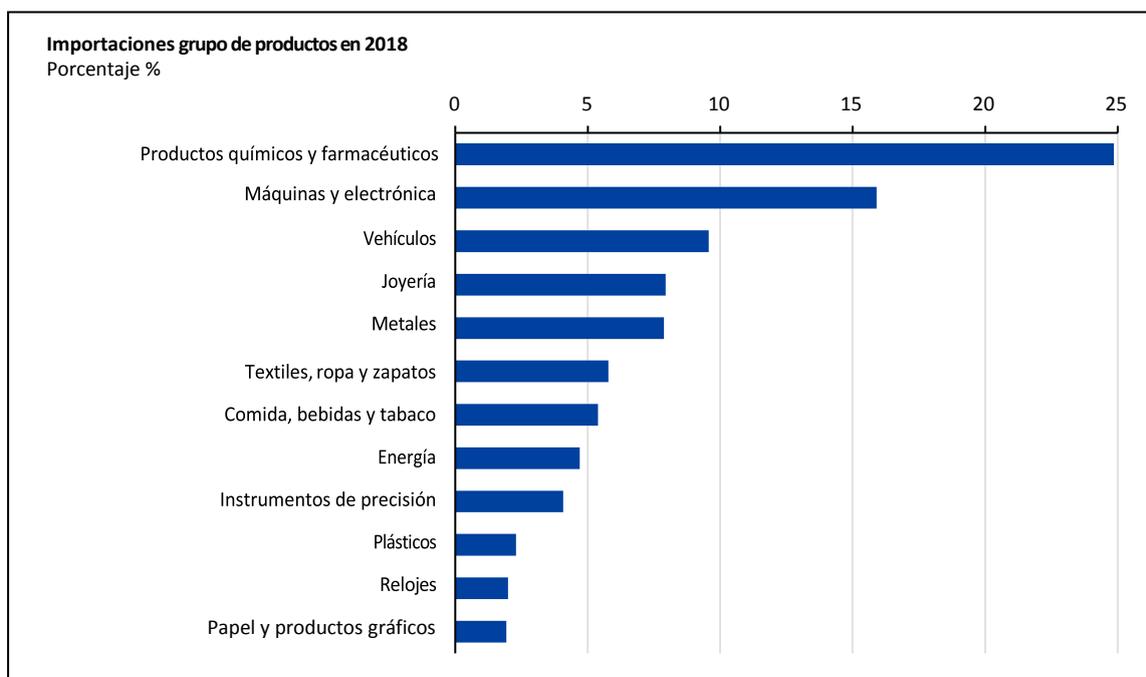
Fuente: *Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.*

Comercio Exterior Suizo por grupos de productos

En relación a las exportaciones, los cinco primeros grupos de productos tuvieron una participación del 81% en el total exportado por Suiza. Con respecto a las importaciones, los cinco principales grupos de productos concentraron en 2018 alrededor del 66% del valor total de las importaciones.



Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.



Fuente: Eidgenössische Zollverwaltung-EZV.

1.3 Comercio Bilateral Argentina-Suiza

El comercio bilateral entre Argentina y Suiza fue en los últimos cuatro años superavitarario para Argentina. A continuación, se adjuntan cuadros con las cifras totales del comercio bilateral argentino-suizo:

Evolución y análisis de la balanza comercial bilateral

Exportaciones argentinas a Suiza (U\$S millones)			
Período	Exportaciones (Valor FOB)	Participación de Suiza en las exportaciones de Argentina (%)	Variación anual de las exportaciones argentinas a Suiza (%)
2015	1.256,7	2,21	130,63
2016	1.137,4	1,97	-9,49
2017	1.261,2	2,16	10,88
2018	1.292,7*	2,2	2,49

Fuente: Dirección Nacional de Promoción de Comercio e Inversiones (DNESI)/Centro de Economía Internacional (CEI), en base a datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

*De acuerdo al *Eidgenössische Zollverwaltung-EZV*, el valor total fue de 1.374 millones.

Importaciones argentinas desde Suiza (US\$ millones)			
Período	Importaciones (Valor CIF)	Participación de Suiza en las importaciones de Argentina (%)	Variación anual de las importaciones argentinas a Suiza (%)
2015	689,5	1,15	29,57
2016	515,7	0,92	-25,20
2017	578,6	0,87	12,20
2018	579,7*	0,9	0,19

Fuente: DNESI/CEI en base a INDEC.

*De acuerdo al *Eidgenössische Zollverwaltung-EZV*, el valor total fue de 853 millones.

Evolución del comercio bilateral total (exportaciones + importaciones):

Período	Saldo comercial con Suiza (U\$S millones)	Comercio bilateral (X+M) (U\$S millones)
2015	567,2	1.946,2
2016	621,6	1.653,2
2017	682,5	1.839,9
2018	713,0*	1.872,4*

Fuente: DNESI/CEI en base a INDEC.

* De acuerdo al *Eidgenössische Zollverwaltung-EZV*, el saldo fue de 521 millones, y el comercio bilateral de 2.227 millones.

En 2018, Suiza ocupó la posición 38ª como destino de las exportaciones argentinas y 30ª como origen de las importaciones argentinas (Fuente: DNESI/CEI, en base a INDEC). En ese mismo período, Argentina ocupó la posición 39ª como destino de las exportaciones suizas y 31ª como origen de las importaciones suizas (Fuente: *Eidgenössische Zollverwaltung-EZV*).

La posición arancelaria 71081200 ("Oro p/uso no monetario, formas en bruto de aleación dorada o bullón dorado") tuvo una participación del 91,82% en las exportaciones argentinas a Suiza durante 2018.

Exportaciones argentinas a Suiza por principales productos Año 2018			
Posición	Descripción	Exportaciones (Valor FOB U\$S)	Participación del producto en las exportaciones argentinas a Suiza (%)
71081200	Oro p/uso no monetario, formas en bruto de aleación dorada o bullón dorado	1.186.427.476	91,82%
71069100	Plata en bruto	53.622.536,41	4,15%
22042100	Vinos excluidos espumosos; mostos de uva c/fermentación cortada p/añadido de alcohol, en envases <= a 2 l.	15.044.222,26	1,16%
20130000	Carne bovina, deshuesada, fresca o refrigerada	5.784.676,27	0,45%
40900000	Miel natural	3.365.833,09	0,26%
Subtotal de las cinco principales posiciones arancelarias			97,84%
Resto			2,16%

Importaciones argentinas desde Suiza por principales productos			
Año 2018			
Posición	Descripción	Importaciones (Valor CIF U\$S)	Participación del producto en las importaciones argentinas a Suiza (%)
30049069	Medicamentos c/compuestos heterocíclicos c/heteroátomos de Nitrógeno, ncop., acondicionados p/la venta por menor	58.624.613,00	10,11%
30021520	Basiliximab (DCI); bevacizumab (DCI); daclizumab (DCI); etanercept (DCI); gemtuzumab ozogamicin (DCI); oprelvekin (DCI); rituximab (DCI); trastuzumab (DCI)	56.508.723,00	9,74%
84119900	Partes de turbinas de gas ncop.	55.040.454,00	9,49%
29333919	Compuestos heterocíclicos c/heteroátomos de nitrógeno, c/flúor, bromo o ambos, ncop.	29.204.031,00	5,03%
30049039	Medicamentos c/compuestos c/función amina y aminados c/funciones oxigenadas, ncop., acondicionados p/la venta por menor	27.151.934,00	4,68%
Subtotal de las cinco principales posiciones arancelarias			39,05%
Resto			60,95%

Fuente: INDEC.

2. EXPORTAR A SUIZA

2.1 Requisitos generales para la importación

El arancel aduanero suizo, como la mayoría de los aranceles aduaneros en todo el mundo, se basa en el Sistema Armonizado (SA) internacionalmente válido. Los primeros seis dígitos de las partidas arancelarias suizas de 8 dígitos corresponden al SA.

La Administración Federal de Aduanas de Suiza pone a disposición en Internet el arancel de aduanas (Tares) de forma gratuita (www.tares.ch). Después de seleccionar la fecha, el país de origen o destino, la dirección de transporte (importación/exportación), el encabezado arancelario de 8 dígitos y cualquier clave estadística aplicable, un clic en el símbolo de la lupa muestra las posibles tarifas aduaneras (tarifa de aduana normal y tarifas de aduana otorgadas para ciertos usos bajo condiciones específicas o si hay un certificado de origen válido disponible, tarifas o impuestos adicionales, requisitos de licencia y otra información).

La aplicación también enlaza con información adicional: por ejemplo, decisiones de clasificación arancelaria, notas explicativas del arancel aduanero (que proporciona una descripción detallada de qué productos corresponden a qué códigos arancelarios) y observaciones (observaciones generales, notas sobre acuerdos de libre comercio, contingentes aduaneros, estadísticas comerciales, impuestos, licencias de importación y exportación y disposiciones especiales). La "Ayuda" lleva a un manual en línea, respuestas a preguntas frecuentes y las direcciones directas.

Una breve guía de Tares: el Arancel aduanero electrónico suizo

Encontrará posiciones arancelarias, tarifas de aduana e información relacionada con otros cargos como impuestos, así como información sobre prohibiciones, restricciones o requisitos de autorización en el Arancel aduanero electrónico-Tares.

www.tares.ch

1. Para iniciar la aplicación

- Haga clic en ENTER en la pantalla de entrada

2. Encabezado de la declaración y búsqueda de tarifas

- Seleccione la dirección de transporte (Importar desde, Exportar a) y
- Seleccione el país de origen o el país de destino de la lista y
- Buscar con número de tarifa: ingrese el número de tarifa (TN); posibles formatos: un número de dos, cuatro, seis u ocho dígitos. Por ejemplo, 49 (libros impresos, periódicos...) o 4911 (otro material impreso...) o 4911.10 (material publicitario comercial...) o 4911.1010 (material promoción turística); haga clic en ENTER/RETURN o en "Buscar".

El número de tarifa aplicable de ocho dígitos se puede determinar de la siguiente manera:

- Al consultar la "Lista de partidas arancelarias",
- O ingresando el TN internacional de seis dígitos. Este número generalmente incluye los primeros seis dígitos del número arancelario utilizado para la exportación desde el país de origen. Este número generalmente aparece en los documentos de transporte internacional,

una factura o un documento de exportación del país de origen,

Observación: Las clasificaciones y/o interpretaciones arancelarias pueden variar en casos individuales; la Administración de Aduanas de Suiza utiliza el número de arancel para la exportación desde el país de origen únicamente con fines informativos.

- O ingresando el término de búsqueda, por ejemplo "imprimir" o "material impreso" en el campo "buscar por texto" en la pantalla de búsqueda, y luego hacer clic en la palabra correspondiente en rojo.

3. Cuando se muestra la pestaña "Resultado de búsqueda":

- Haga clic en la pestaña gris oscuro "Capítulo completo" en la parte superior a la derecha
- Busque el número de tarifa de ocho dígitos aplicable
- Si hay un símbolo de lupa junto al número de tarifa de ocho dígitos correspondiente: haga clic en el símbolo de lupa
- Si no hay un símbolo de lupa junto al número de tarifa de ocho dígitos aplicable: haga clic en el número de tarifa aplicable: haga clic en el marco inferior del símbolo de lupa de la tecla correspondiente
- Los detalles para el número de tarifa respectivo o la clave respectiva, incluidos los tipos de derechos de aduana, el IVA y las observaciones especiales, se muestran en la pestaña "Mostrar detalles"
- Para comparar las tasas en diferentes países, haga clic en el símbolo de dinero junto al número de tarifa de ocho dígitos.

Puede verificar si el número arancelario recuperado es correcto y encontrar información adicional en las decisiones de clasificación arancelaria o en las notas explicativas del arancel aduanero. Para hacerlo, haga clic en Decisiones o Notas explicativas en la parte superior derecha debajo de "Mostrar detalles" para el número de tarifa.

2.2 Legislaciones y Certificaciones

Normativa Aduanera

Los principales fundamentos legales para la Administración Federal de Aduanas son la Ley de aduanas y la Ley de aranceles aduaneros.

La legislación aduanera comprende esencialmente la Ley de Aduanas del 18 de marzo de 2005, la Ordenanza de Aduanas, la Ordenanza de Aduanas del Departamento Federal de Finanzas y la Ordenanza de Aduanas de la Administración Federal de Aduanas.

La Ley de Aduanas rige:

- el monitoreo y control del movimiento de bienes y personas a través de la frontera aduanera;
- la recaudación de derechos de aduana;
- la imposición de derechos de conformidad con las leyes federales no aduaneras, en la medida en que su cumplimiento sea responsabilidad de la Administración de Aduanas;
- la implementación de las disposiciones no aduaneras de la Confederación y el cumplimiento de tareas, en la medida en que su cumplimiento sea responsabilidad de la Administración de Aduanas.

La Confederación Suiza no integra la Unión Europea ni el Espacio Económico Europeo, por lo que es siempre necesario verificar la propia normativa aduanera suiza aplicable. Incluso después de la adhesión de Suiza al Espacio Schengen, se realizan controles aduaneros porque Suiza no constituye una unión aduanera con la Unión Europea. En general, todas las mercaderías que cruzan la frontera aduanera deben declararse a la Administración de Aduanas para la evaluación y procedimientos aduaneros. En algunos casos, es posible aprovechar simplificaciones dispuestas por la autoridad aduanera.

La legislación aduanera vigente actualmente entró en vigor el 1º de mayo de 2007.

La Ley del Arancel de Aduanas contiene los principios legales relacionados con el arancel general (tasas máximas legalmente permitidas) y el arancel de trabajo (tasas arancelarias actualmente aplicables).

Estándares en la Confederación Suiza

La Asociación Suiza de Estandarización (SNV) es la organización paraguas suiza, establecida en 1919 como organización de derecho privado sin fines de lucro. Hay más de 650 miembros colectivos de todas las ramas de la industria y el sector de servicios. Otros miembros de SNV incluyen asociaciones e instituciones, así como empresas públicas y autoridades administrativas.

La estructura de la estandarización en Suiza se basa en un sistema descentralizado con responsabilidades delegadas dentro de los sectores autónomos de normas. Las secretarías de dichos organismos de estandarización están incorporadas en asociaciones profesionales relevantes o con SNV.

SNV es responsable de la coordinación, publicación, distribución, registro y venta de estándares y documentos relevantes, organizando reuniones y seminarios y representando los intereses sectoriales y nacionales en el campo de la estandarización.

SNV es miembro de la Organización Internacional de Estandarización (ISO) y del Comité Europeo de Estandarización (CEN).

De conformidad con la Ley Federal de Notificación, SNV tiene el mandato de operar el procedimiento de notificación de los reglamentos técnicos y las normas pertinentes y actuar como el Servicio Nacional de Información de la OMC.

Swiss Association for Standardization (SNV)

Sulzerallee 70
Postfach
CH-8404 Winterthur
Switzerland

Tel: +41 52 224 54 54

Fax: +41 52 224 54 74

E-mail: normung@snv.ch

Website : <https://www.snv.ch/en/>

Certificados de Calidad

Distintas certificaciones procuran transmitir confianza al consumidor sobre el origen, contenido, calidad y método de producción de productos y/o servicios. Si bien no todas son obligatorias en Suiza, es recomendable tenerlas en consideración.

a. Certificaciones Europeas:

La Asociación Suiza de Normas (*Schweizerische Normen-Vereinigung*) es miembro del Comité Europeo de Normalización (*Comité Européen de Normalisation-CEN*). CEN es una de tres organizaciones de estandarización europeas (junto con *European Committee for Electrotechnical Standardization-CENELEC* y *European Telecommunications Standards Institute-ETSI*) que han sido oficialmente reconocidas por la *European Free Trade Association (EFTA)*, que integra Suiza, como responsable de desarrollar y definir estándares voluntarios a nivel europeo. Cada Estándar Europeo se transforma en estándar nacional en los 34 países miembros.

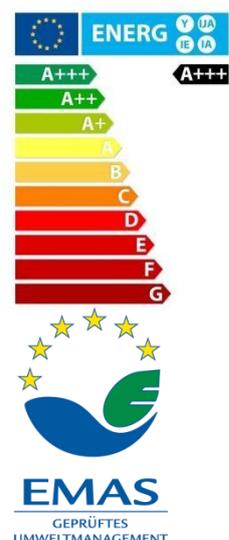
Las certificaciones europeas pueden dividirse en grupos. Dependiendo del tipo de certificación, demuestran calidad de producto, eficiencia energética y compromiso ecológico:

La Certificación Europea más importante es el “**Marcado CE**”. Con el **Marcado CE** el productor señala el cumplimiento de los requerimientos de seguridad, sanidad y protección del Medio Ambiente. En Suiza, el mercado CE de productos cubiertos por el *Mutual Recognition Agreement (MRA EG-CH)* es reconocido, aunque no es obligatorio sino para la exportación de tales productos suizos. Para más información:



<https://www.kmu.admin.ch/kmu/en/home/concrete-know-how/sme-management/standards-quality-guarantees-labels/certificates-labels/european-conformity-marking.html>

La **Etiqueta Energética** o **Energy label** muestra en una escala de A (de color verde) a G (de color rojo) la eficiencia energética del producto en referencia su consumo energético. Siendo A la marca más eficiente y G, la menos eficiente. Para varios productos hay **obligación de etiquetado**:



<https://www.bfe.admin.ch/bfe/en/home/efficiency/the-energy-label.html>

Certificación EMAS o **EU Eco-Management and Audit Scheme** es un instrumento desarrollado para promover el mejoramiento del desempeño ambiental de las compañías:

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/en/home/concrete-know-how/sme-management/standards-quality-guarantees-labels/standardization/quality-management/environmental-management-iso-14001/eco-management-audit-scheme.html>

La **Etiqueta Ecológica** o **Ecolabel** es una certificación europea, que puede ser otorgada a productos que tengan un menor impacto ambiental en comparación a otros artículos o servicios de la misma categoría, y es **voluntaria**. Expresa que el bien o servicio ofrecido superó un riguroso procedimiento de evaluación y que efectivamente contribuye a una reducción del impacto ambiental:



http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

b. Otras certificaciones en Suiza:

Los certificados de cumplimiento y las etiquetas de calidad en Suiza sirven tanto a los fabricantes como a los vendedores y compradores. Los fabricantes pueden obtener la certificación para las funciones específicas, propiedades y/o calidad de sus productos y servicios, proporcionando a los vendedores y compradores una referencia.

Las etiquetas de calidad son marcas gráficas o escritas pegadas a los productos. Diferencian la calidad de los productos y, según cuán conocidos sean sus estándares, pueden influir en las decisiones de compra de los consumidores.

En principio, cualquier empresa u organización puede crear su propia etiqueta de calidad. Por ejemplo, Migros y Coop, las dos mayores cadenas de supermercados de Suiza, han creado sus propias etiquetas.

Estas marcas o logotipos visuales a menudo se denominan "etiquetas de control" o "etiquetas de inspección". Los diversos nombres no están definidos con precisión y pueden generar confusión. En general, las etiquetas de calidad representan una calidad específica o usabilidad, mientras que las etiquetas de inspección indican que se han verificado y observado determinados requisitos de seguridad.

Los fabricantes y proveedores están formando cada vez más asociaciones de calidad para ciertos tipos de productos. También se han establecido instituciones basadas en algunos rubros, manejando como prioridad la organización, administración y emisión de etiquetas de control o calidad.

El número y la complejidad de los productos y servicios disponibles han aumentado exponencialmente. El aumento de la competencia y el progreso técnico han alterado radicalmente las condiciones imperantes para los actores del mercado. Si bien es cierto que estos cambios ofrecen excelentes oportunidades, también pueden implicar ciertos riesgos para los consumidores. Esta es la razón por la cual se creó la Oficina Federal Suiza de Asuntos del Consumidor (BFC) en 1965. Funciona como una agencia de enlace entre los consumidores y el Gobierno federal. Una de las tareas principales de BFC, en el contexto del proceso de desarrollo de leyes y estándares, es ayudar a crear las bases necesarias para la protección de los derechos del consumidor. En colaboración con la Secretaría de Estado para la Economía, la BFC también proporciona anuncios e información sobre la seguridad de productos y maneja el trabajo de secretaría de la Comisión Federal Suiza de Asuntos del Consumidor (CFC). Más información sobre el BFC (en alemán): <https://www.konsum.admin.ch/bfk/de/home.html>

El Centro Suizo de Alergia (*Allergiezentrum Schweiz*) lanzó en 2006 la certificación *Schweizer Allergie-Gütesiegel*: Los productos y servicios que reciben la etiqueta de alergia suiza indican que son especialmente adecuados para personas con alergias e intolerancias.



Varias etiquetas, como Agri Natura y Climatop, controlan la agricultura ecológica y la calidad de los alimentos.

La etiqueta **Bourgeon**, una marca **Bio Suisse**, garantiza que toda la producción agrícola y toda la fase de procesamiento del producto es orgánica. La etiqueta **Bio Suisse Bourgeon** garantiza que al menos el 90% de las materias primas de un producto son de origen suizo. La etiqueta **Bourgeon** significa que se importa más del 10% de las materias primas. Están sujetos a directivas y controles equivalentes a los que cubren los productos **Swiss Bourgeon**. Los productos que pasan por una transición de dos años de la producción convencional a la agricultura orgánica llevan la etiqueta Bourgeon de Reconversión. Y, por último, la etiqueta **Bourgeon Gourmet** se aplica a los productos galardonados con premios de calidad. Más información:



<https://www.bio-suisse.ch/en/home.php>

La etiqueta **Agri Natura** garantiza una cría de animales respetuosa del Medio Ambiente, apropiada para la especie respectiva, con alimento natural libre de OGMs, involucrando distancias cortas de transporte y en buenas condiciones:



<http://www.agrinatura.ch/de>

El símbolo de la **IP Suisse** garantiza la alta calidad de los alimentos y su producción doméstica, natural, sostenible, respetuosa del Medio Ambiente, biodiversidad y protección de recursos, así como el cumplimiento de principios de protección animal:



<https://www.ipsuisse.ch/?id=308>

Etiqueta alemana **Bio-Siegel** destinada a alimentos producidos a partir de agricultura ecológica controlada. El símbolo se basa en los requisitos del orden medioambiental CE:



<https://www.oekolandbau.de/en/bio-siegel/>

La etiqueta suiza "**aprobada por Climatop**" es para productos y servicios que son más ecológicos que productos comparables en la misma categoría:



<https://www.myclimate.org/>

Etiqueta internacional para productos agrícolas biodinámicos controlados. Las directivas de **Demeter** cumplen y superan los requisitos ambientales CE. Además, directivas de *Bio Suisse* también son aplicables:



<https://demeter.ch/>

Etiqueta alemana destinada a productos producidos en agricultura ecológica controlada. Las directivas de **Naturland** van más allá de la certificación orgánica de la UE. Desde 2005, *Naturland* también ha agregado requisitos relacionadas con el Empleo:



<https://www.naturland.de/en/>

Naturemade es una etiqueta de calidad diseñada para la energía producida de manera ecológica (*Naturemade Star*) y para la energía de fuentes renovables (*Naturemade Basic*). Es emitida por VUE, asociación para energía ecológica:



<https://www.naturemade.ch/en/guetesiegel.html>

La etiqueta de **Blue Flag** es una etiqueta internacional que se otorga a las playas y puertos deportivos por su calidad de agua, educación pública sobre el medio ambiente, gestión ambiental (clasificación de residuos) y seguridad. Se requiere el cumplimiento de todos los criterios obligatorios y tantos no obligatorios como sea posible:



<https://www.blueflag.global/>

La **etiqueta QS** cubre alimentos frescos como carne, embutidos, frutas, verduras y papas. Se otorga sujeto al cumplimiento de los requisitos legales en todos los niveles y con ciertos criterios adicionales:



<https://www.q-s.de/en/>

MINERGIE define y clasifica bienes y servicios que contribuyen a fomentar el uso racional de la energía y las energías renovables al tiempo que mejora la calidad de vida, garantiza la competitividad y reduce la contaminación ambiental.

Minergie-Eco y *Minergie-P* son extensiones del estándar *Minergie*:

MINERGIE

<https://www.minergie.ch/>

Etiqueta suiza **Fair-Fish** que identifica el pescado capturado, criado y comercializado de manera “justa” y ecológica, respetando la protección de los animales:



<http://www.fair-fish.ch/de/english/>

GoodPriv@cy certifica organizaciones que procesan datos personales de acuerdo con la definición de la Ley de Protección de Datos y / o Datos Confidenciales:



<https://www.sqs.ch/en/services/products>

En todos los casos y según corresponda, se recomienda consultar previamente a las autoridades argentinas competentes en cada sector. Por ejemplo, para la posible exportación de productos agroindustriales, el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

c. Otras certificaciones internacionales:

La Certificación **Fairtrade** es una de las más conocidas a nivel mundial, y goza de gran popularidad en Suiza. Mediante el cumplimiento de los criterios para el uso del sello, *Fairtrade* busca garantizar un contexto comercial más justo y sustentable para los productores e individuos al comienzo de la cadena productiva. A su vez, brinda información útil al consumidor a la hora de tomar su decisión de compra:



<https://www.fairtrade.net/es.html>

La **Asociación Internacional de la Industria de Textiles Naturales**, *Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft e.V.*, es una asociación internacional con más de 100 compañías asociadas que apoyan la producción ecológica y socialmente responsable. Ofrecen tres sellos o

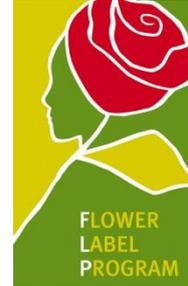


certificados de calidad que van desde textiles naturales (*Naturtextil*), cuero “natural” (*Naturleder*) hasta un Estándar Global de Textil Orgánico (*Global Organic Textile Standard*):

<http://naturtextil.de/en/ivn-quality-seals/>.

Etiqueta internacional **Fair Flowers** para flores producidas de manera respetuosa con el Medio Ambiente y el comercio justo. Se aplican criterios basados en convenios de la OIT, normas de derechos humanos y normas ambientales fundamentales; corresponden al código ético internacional para la producción de flores cortadas:

<http://fairflowersfairplants.com/en/home-2/>



Etiqueta internacional **GoodWeave** para fabricantes y exportadores de alfombras comprometidos con la producción y el comercio justo de alfombras:

<http://www.goodweave.de/home/>



El sello **Rainforest Alliance Certified** se otorga a granjas, bosques y empresas que cumplen con rigurosos estándares ambientales y sociales:

<https://www.rainforest-alliance.org/>



2.3 Marketing

Empaquetado y Etiquetado

Normas de Envasado

La Ley federal sobre productos alimenticios y artículos de utilidad, adoptada el 20 de junio de 2014 y en vigor desde el 1º de mayo de 2017, puede ser consultada en el siguiente link:

<https://www.admin.ch/opc/en/classified-compilation/20101912/index.html>

Deben tenerse en cuenta, entre otros aspectos, los idiomas oficiales de la Confederación Suiza.

2.4 Posibles canales de comercialización y distribución de un producto

Con poco más de ocho millones de habitantes, el mercado suizo es de una envergadura reducida. No obstante, cuenta con uno de los mayores PIB *per capita* del mundo. En general, el consumidor suizo es muy exigente no sólo en materia de calidad del producto sino también en cuanto a su diseño, presentación, embalaje y otros aspectos.

Hay dos minoristas de comestibles principales que dominan el mercado: Migros y Coop, con casi el 70% de la cuota de mercado. Los minoristas en línea tienen alrededor del 7% del mercado suizo, y muchos compradores suizos utilizan servicios *online* como Zalando y Amazon.

La mayoría de los minoristas son grandes almacenes, cadenas de tiendas, cooperativas de consumo, tiendas de descuento y supermercados. En estos puntos de venta, es fácil encontrar una amplia gama de productos y servicios.

En cuanto al comercio electrónico, según la Oficina Federal de Estadística, más del 90% de la población adulta en Suiza usó Internet en 2018. Hubo un crecimiento particularmente importante en los usuarios de 65 años o más. La cantidad de tiempo que se pasa en línea también ha aumentado. Suiza tiene la séptima velocidad de acceso a Internet más rápida del mundo. El alcance de Internet fue del 89% en 2018, un aumento del 2% desde 2017. La tasa de alcance en las áreas de habla francesa del país fue del 88%, mientras que fue del 89% en las regiones de habla alemana y del 81% en la parte del país de habla italiana. Las regiones con las tasas de conectividad más altas (90%) son Espace Mittelland, Zürich y Zentralschweiz. Por otro lado, Ticino es la región menos conectada, con una tasa del 81%. Google es, con mucho, el motor de búsqueda más popular del país. A julio de 2018, los principales motores de búsqueda en Suiza clasificados por cuota de mercado eran Google (93,36%), Bing (3,73%), DuckDuckGo (1,36%), Yahoo! (1,01%), MSN (0,3%) y YANDEX RU (0,1%).

En 2018, la facturación del comercio electrónico suizo B2C se estimó en U\$S 12.500 millones, un crecimiento del 10% respecto al año anterior. En Suiza, el 95% de la población de entre 16 y 65 años usa Internet con regularidad, y el 90% de ellos compró en línea al menos una vez en 2017. Según una investigación de Ecommerce Wiki, se espera que el comercio electrónico aumente significativamente en pocos años. El mercado de comercio electrónico también se está volviendo más completo, y el dominio de algunas grandes tiendas en línea está creciendo. Las computadoras portátiles y las computadoras de escritorio son los dispositivos más populares utilizados para comprar productos, ya que el 41% de los compradores en línea usan sus computadoras para realizar compras mensualmente. A pesar de que las computadoras de escritorio y las computadoras portátiles son los dispositivos más populares, los teléfonos inteligentes y las tabletas están ganando popularidad, especialmente entre la población masculina (se estima que el 69% de los usuarios de Internet que usan teléfonos inteligentes y tabletas para comprar en línea integran la población masculina). Sin embargo, sólo el 9% de los compradores suizos en línea usan con frecuencia teléfonos inteligentes para realizar una compra.

En 2017, había 6,6 millones de compradores electrónicos en Suiza. De todos los usuarios de Internet en el país, el 90% de ellos han comprado en línea al menos una vez. En promedio, los consumidores suizos gastan U\$S 2.460 en línea anualmente. Aunque los sitios web locales son populares, la mayoría de los compradores electrónicos suizos (64%) hacen sus compras de forma transfronteriza.

Esto se debe al alto valor del franco suizo y la transparencia de los precios. De esos sitios web extranjeros, los portales de comercio electrónico alemanes son los más populares, por lo que el 51% de las ventas transfronterizas provienen de Alemania. El segundo más popular es China, que representa el 23% de todas las compras extranjeras. Las compras en línea están aumentando entre todos los grupos de edad. Sin embargo, la mayor proporción de compradores electrónicos tiene entre 25 y 34 años, seguidos de los que tienen entre 35-44, 15-24, 45-54, 55-64, 64-74 y, por último, 75 años o más. El tiempo promedio que los compradores electrónicos pasan en línea es de tres horas y media al día, pero casi una cuarta parte de ellos (22%) pasan más de cinco horas en línea todos los días. Las categorías de productos más populares son ropa, transporte, libros y servicios de viaje y turísticos. Además, los métodos de pago en línea más populares en Suiza son pagar con factura, tarjeta de crédito, Paypal y contra-reembolso.

A grandes rasgos, en la distribución y comercialización en Suiza se destacan los siguientes canales:

Kaufhäuser (Grandes almacenes): dichos almacenes de carácter generalista se sitúan en los centros de las ciudades. Los principales almacenes son:

- COOP CITY - <https://www.coop-city.ch>
- GLOBUS - <https://www.globus.ch>
- LOEB - <https://www.loeb.ch>
- MANOR - <https://www.manor.ch>

Einkaufszentrum (Centro Comercial): los centros comerciales se sitúan en los alrededores de las ciudades. Poseen grandes superficies, en donde se encuentran diversas empresas o filiales de pequeñas y grandes empresas. A modo de ejemplo, se pueden nombrar en Berna los siguientes centros comerciales:

- Wankdorf Shopping Center - <https://www.ekz-wankdorf-center.ch/>
- Westside - <https://www.westside.ch/>
- Welle7 - <https://www.welle7.ch/>

Fach-Kaufhäuser (Grandes tiendas especializadas, por ejemplo, en electrónica, o en materiales de construcción). En electrónica y artículos eléctricos:

- InterDiscount - <https://www.interdiscount.ch>
- MediaMarkt - <https://www.mediamarkt.ch>
- Fust - <https://www.fust.ch>

Supermärkte (Supermercados): situados en el centro de las ciudades especializados en alimentación. Suelen tener, a su vez, tener líneas y marcas propias para productos Bio y orgánicos, entre otros. Las dos principales cadenas de supermercados en Suiza son:

- MIGROS - <https://www.migros.ch>
- COOP - <https://www.coop.ch>

Discounter (Supermercados y tiendas de descuento): se caracterizan por su política de precios relativamente bajos. Se sitúan tanto en el centro como en las afueras de las ciudades suizas. Entre ellos:

- DENNER - <https://www.denner.ch>
- ALDI - <https://www.aldi-suisse.ch>
- LIDL - <https://www.lidl.ch>
- MÜLLER - www.mueller.ch

Möbelgeschäfte (Grandes mueblerías): las mueblerías se sitúan en los alrededores de las ciudades para acomodar salones de venta de grandes superficies:

- Conforama - <https://www.conforama.ch>
- IKEA - <https://www.ikea.com/ch/en/>
- Pfister - <https://www.pfister.ch>

Märkte o Wochenmärkte (Mercados de frutas y verduras en el centro de las ciudades, al aire libre o cubiertos): estos se encuentran en los mercados semanales (a título informativo, en la ciudad de Berna se realizan los días martes y sábados).

Einzelhandel (comercio minorista): es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución.

Venta a distancia

El mercado alemán ocupa el primer lugar como origen de las compras por Internet al exterior desde Suiza. También es común la venta por catálogo o televenta. Los sitios más conocidos en la venta por Internet son los siguientes:

- Zalando - <https://www.zalando.ch/>
- Tchibo - <https://www.tchibo.ch/>
- Amazon - <https://www.amazon.de>

Otras marcas conocidas de venta por catálogo *online* son:

- Quelle - <https://www.quelle.ch>
- Lipo - <https://www.lipo.ch>
- Bonprix - <https://www.bonprix.ch>
- Otto's - <https://www.ottos.ch>

Es necesario establecer una relación comercial para operar en alguno de los canales normales de comercialización y distribución en el mercado suizo.

2.5 Tendencias generales del consumo suizo

Suiza es un país multicultural, con cuatro idiomas oficiales (alemán, francés, italiano y romanche), tiene uno de los poderes de compra *per capita* más altos del mundo: el PIB *per capita* es de aproximadamente U\$S 65.000. Este país también encabeza las clasificaciones de bienestar de vida. La mayoría de los consumidores suizos da gran importancia al origen de los productos, especialmente a los productos frescos, y al mismo precio, tiende a preferir un producto local. Para decidir una compra, los consumidores suizos tienden a ser más propensos que otros consumidores europeos a buscar una relación calidad-precio altamente satisfactoria para el cliente. Además, el servicio post-venta tiende a ser considerado muy importante para la decisión de compra. El mercado suizo es uno de los que más gastan en productos orgánicos en el mundo, y la demanda suiza es una de las mayores de Europa para este tipo de productos. Las certificaciones tienden a tener una creciente importancia en la evaluación de ofertas por parte de importadores y/o comercializadores. A pesar de la creciente popularidad del comercio electrónico, una tendencia de mercado consiste en comprar sólo en puntos de expendio físicos, lo que da oportunidad para evaluar el producto y hablar con un vendedor experto. Se estima que alrededor de la mitad de la población suiza realiza una compra en línea al mes.

El planeamiento y anticipación para el abordaje de una posible contraparte comercial en Suiza es imprescindible. Los abordajes exitosos tienden a ser aquellos realizados con anticipación suficiente, que comprenden la información básica esperable en un primer contacto y particularmente orientados a la contraparte con que se trate. Intentos de contacto de último momento o con información demasiado general normalmente ni siquiera son considerados.

3. ESTABLECERSE EN SUIZA

3.1 Personería jurídica y formas legales en Suiza

Cualquier persona que desee establecer o reestructurar un negocio debe decidir sobre una estructura legal. Es imprescindible tener cuidado, ya que no todas las estructuras legales son adecuadas para todas las empresas.

Las tres estructuras más comunes para las PyMEs en Suiza son: la empresa unipersonal, la sociedad limitada (SA) y la sociedad de responsabilidad limitada (SARL).

Las asociaciones y las firmas de capital se diferencian principalmente por la toma de riesgos. Cualquiera que desee, o pueda, asumir riesgos por su cuenta y asumir la responsabilidad de pasivos atados a activos propios, simplemente puede registrarse en el registro de comercio como un propietario único. Por otro lado, los emprendedores que se establezcan con colegas podrían experimentar una mejor *performance* al establecer una sociedad general o una sociedad limitada.

Cualquier persona que quiera tomar menos riesgos financieros puede limitarse a una cierta cantidad al establecer una empresa de capital, es decir, una sociedad de responsabilidad limitada (SARL) o una sociedad limitada (SA). También es posible proporcionar respaldo financiero para una actividad comercial dentro de una asociación o empresa cooperativa.

Aquí hay algunos factores a tener en cuenta al elegir la estructura legal:

- Capital: los costos de instalación, la financiación necesaria y los requisitos mínimos de capital varían según la estructura legal. Deben tenerse en cuenta los requisitos de capital para el año en curso, así como para los siguientes 3 a 5 años.
- Riesgo/responsabilidad: como regla general, cuanto mayor es el riesgo comercial o mayor es la contribución financiera, mejor es optar por una sociedad de responsabilidad limitada.
- Independencia: dependiendo de la estructura legal, el margen de maniobra está restringido. Por lo tanto, se trata de determinar si el emprendedor desea trabajar solo o con socios, y si prefiere incluir inversores o socios en su actividad.
- Impuestos: la estructura de la empresa suele determinar la categoría fiscal. Asimismo, debe tener en cuenta la localización geográfica, ya que cada Cantón dentro de la Confederación Suiza tiene su propia tabla impositiva empresarial.
- Seguridad social: la estructura de la empresa influye además en la cobertura de seguro social.

Para iniciar un análisis de qué tipo de estructura resultaría más conveniente en función de sus objetivos específicos y cuáles son los requerimientos correspondientes, se puede consultar el siguiente link:

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/en/home/concrete-know-how/setting-up-sme/starting-business/choosing-legal-structure.html>

Una vez decidido el tipo de estructura legal que se desea establecer para su emprendimiento, el

sistema de "egovernment" de la Confederación Suiza le permite hacer los trámites de establecimiento empresarial de forma online a través del siguiente portal:

<https://www.easygov.swiss/easygov/#/en>

Es fundamental tener en cuenta el cumplimiento de requisitos legales aplicables no solamente a nivel federal, sino también a nivel cantonal.

En cualquier caso, se recomienda siempre consultar previamente a abogada/o del foro local.

4. Datos a considerar

4.1 Punto de contacto

Antes de comenzar a exportar productos o servicios a un nuevo mercado en el extranjero se recomienda realizar un test sobre exportación elaborado por **Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional**:

http://www.investandtrade.org.ar/exportar_test_del_exportador.php

Además, en Suiza existen muchas asociaciones a nivel federal y regional que pueden dar información sobre el rubro económico de interés, los actores, política, relaciones exteriores, entre otros temas:

- Cámara de Comercio e Industria de Suiza (SIHK/CCIS - <https://www.sihk.ch/>)
- Asociación de la industria mecánica, eléctrica y metalúrgica suiza (SWISSMEM - <https://www.swissmem.ch/>)
- Asociación Suiza de los Agricultores (Schweizer Bauernverband - <https://www.sbv-usp.ch/en/>)
- Asociación Suiza de Comercio de Frutas y Verduras (<http://www.swisscofel.ch>)
- Federación Textil Suiza (<https://www.swisstextiles.ch/en/>)
- Cámaras de Comercio e Industria Cantonales (<https://www.sihk.ch/chambers>)
- Economiesuisse (Asociación empresaria paraguas - <https://www.economiesuisse.ch/en>)
- Scienceindustries (Asociación empresaria de sectores químico, farmacéutico y biotecnológico - <https://www.scienceindustries.ch/>)

4.2 Ferias Suizas

Se organizan más de 150 ferias de todos los sectores, con una participación extranjera tanto de visitantes como expositores de más del 50%. Las ferias líderes cuentan con una presencia extranjera de aproximadamente del 70%, en su mayoría provenientes de países vecinos de la UE.

Un listado completo actualizado de las ferias, sectores, participantes, número de visitantes promedio y fechas de realización puede accederse en el siguiente link:

<https://www.swissfairs.com/>

A modo de ejemplo las ferias Expovina y Expovina Primavera en Zürich (sector vitivinícola), Vitafoods Europe en Ginebra (productos alimenticios y alimentos procesados), y Chemspec Europe en Basilea (productos químicos), entre otras, sirven para destacar la variedad de los sectores representados, así como la importancia de las mismas como líderes de sus respectivos sectores.

En el link http://www.inversionycomercio.org.ar/exportar_calendario_crm.php podrá acceder al calendario oficial de participación en ferias internacionales coordinado por la Agencia Argentina de

Inversiones y Comercio Internacional.

Para una participación satisfactoria es de suma importancia la previsión. Por ello, se recomienda entrar en contacto, con anticipación suficiente, con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional:

- Tucumán 1 Piso 12 (C1049AAA) / Paraguay 864 (C1057AAL)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Teléfonos: +54 11 5199 2263 / +54 11 4114 7700 / 0800 555 3976 (Línea gratuita desde Argentina).
Fax: +54 11 4114 7718
<http://www.investandtrade.org.ar/>