

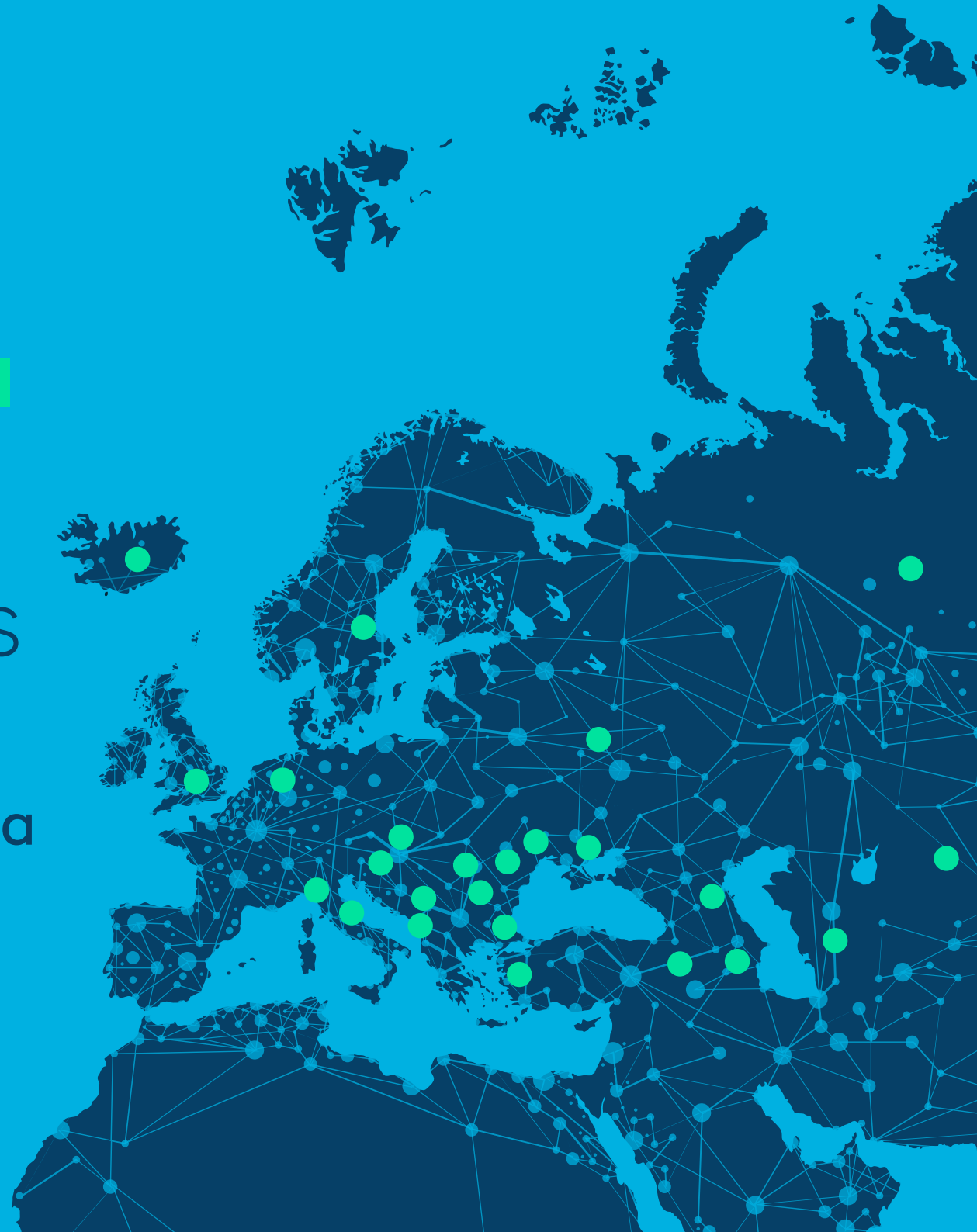


GUÍA DE ENVÍOS TRANSFRONTERIZOS

AL REINO UNIDO Y SUIZA

Beyond Borders

Despacho Aduanero,
Entregas de Última Milla
y Devoluciones



- 03** **Introducción**
- 04** **Principios básicos del acceso al mercado en el Reino Unido y Suiza**
- 05** **El Brexit no frena los planes de venta al Reino Unido**
 - 06** Conocimientos expertos: preferencias de entrega
 - 07** Información importante sobre los envíos al Reino Unido
 - 09** Conocimientos expertos: red de transportistas
- 11** **El beneficio del poder adquisitivo suizo**
 - 12** Conocimientos expertos: preferencias de entrega
 - 13** Información importante sobre los envíos a Suiza
 - 14** Conocimientos expertos: red de transportistas
- 16** **Beyond Borders**
- 18** **Fuentes y Aviso Legal**



INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico está en auge y, con él, el comercio electrónico transfronterizo con países de fuera de la UE, que se conocen como terceros países. Dos de los mercados de terceros países más importantes para los vendedores digitales son el Reino Unido y Suiza.

Con un volumen de mercado de 113.000 millones de euros, el mercado británico del comercio electrónico es el mayor de Europa.¹ En general, este mercado presenta un nivel de madurez relativamente alto. El 30% del comercio minorista tiene lugar online² y la proporción de envíos al extranjero también es elevada. En enero de 2020, el 26% de las compras transfronterizas del Reino Unido procedían de la UE.³

En Suiza, la facturación generada por ventas online en 2020 fue de más de 13.000 millones de francos suizos (CHF)⁴ y registró el crecimiento anual más alto hasta la fecha. Los vendedores internacionales compiten en el comercio electrónico suizo local. En general, los consumidores suizos están abiertos a comprar productos en los países extranjeros cercanos. El 86% de ellos ya han comprado alguna vez artículos a vendedores extranjeros, y el 88% de ellos lo hicieron en Europa. En vista de la magnitud

y el potencial de este mercado, muchas marcas venden a Suiza desde otras regiones y países.⁵

El problema es que muchos no se atreven a expandirse hacia países fuera de la UE. Les preocupa el despacho aduanero, los impuestos y las tasas y la gestión de las devoluciones, entre otras cosas. Nosotros conocemos el mercado transfronterizo y sabemos que hay que tener en cuenta en lo referente a logística o la selección de transportista.

En esta guía presentamos consejos y recomendaciones importantes para los proyectos de los vendedores digitales.

¿Qué es un tercer país?

Los terceros países son aquellos que no son miembros de la Unión Europea y, por lo tanto, no participan en las estructuras económicas de la UE, como el mercado interior y la unión aduanera. En el tráfico con un tercer país, las empresas deben presentar declaraciones aduaneras, independientemente de si existe un acuerdo comercial o no.

Principios básicos del acceso al mercado en el Reino Unido y Suiza

El despacho aduanero puede suponer todo un desafío para las empresas de comercio electrónico que quieren ampliar su negocio transfronterizo. Con una declaración de aduana errónea, incompleta o que no incluya los documentos aduaneros correctos, existe el peligro de que la oficina de aduanas bloquee las mercancías para la importación y las envíe de vuelta. No obstante, con la ayuda de un colaborador que se encargue del despacho aduanero de exportación e importación, la complejidad de la gestión de los aranceles, impuestos y tasas se reduce considerablemente. Puntos a tener en cuenta con un colaborador profesional:



Los vendedores deben asegurarse de que su colaborador pueda cumplir sus requisitos en cuanto a los tiempos de envío y de que los ponga en contacto con los transportistas locales adecuados, que puedan ofrecer las opciones de entrega esperadas en el país de destino.



Deben elegir a un colaborador que no sólo asuma el despacho aduanero de exportación e importación, sino que también les ofrezca transparencia en relación con las tasas previstas, de modo que puedan calcular el precio en el momento de la venta para evitar costes adicionales a los clientes. Además, el despacho aduanero debe tener lugar de manera digital ya durante el transporte, para que no se produzcan esperas en la frontera.



Un despacho aduanero consolidado a través de un intermediario tiene muchas ventajas para los vendedores online. Estos deben enviar información sobre los productos (valor, peso neto, país de origen, aranceles, etc.) a su plataforma, para que tramita el despacho aduanero de importación y exportación con el intermediario. Rellenar estos documentos de antemano permite que los trámites sean fluidos, reduce los cuellos de botella en el control aduanero y previene, así, retrasos en el envío.



Conviene elegir a un colaborador que ofrezca la frecuencia de envío que el vendedor necesita. La agrupación de recogidas y despachos aduaneros aporta enormes ventajas en relación con los costes, incluso para las devoluciones.



Por otra parte, las devoluciones se deben comprobar in situ para acelerar los reembolsos y volver a tener los artículos disponibles en la tienda lo antes posible. Además, el colaborador debería reclamar los aranceles pagados con base en los datos de importación.

El Brexit no frena los planes de venta al Reino Unido

Es verdad que la salida del Reino Unido de la UE ha provocado incertidumbre y que muchos minoristas se pregunten qué hay que tener en cuenta en lo que a transporte y despacho aduanero se refiere. Con una buena planificación y una red sólida de colaboradores con experiencia, pueden ampliar su negocio de comercio electrónico hacia Reino Unido con todas las garantías.

Vale la pena hacer envíos al Reino Unido y expandirse, a pesar del Brexit, ya que el mercado británico es diverso y crece rápidamente. A pesar del clima económico adverso causado por la salida de la UE y la pandemia del coronavirus, los expertos prevén que la economía británica crecerá un 7,3% en 2022.⁶ Más de la mitad de todas las exportaciones e importaciones británicas tienen como objetivo el mercado interior europeo, lo que lo convierte en el socio comercial más importante del país.⁷ Por si eso no fuera suficiente, el comercio electrónico británico registra la facturación más alta de toda Europa.⁸

El agrupamiento de envíos, la representación legal en el Reino Unido, la inyección directa, el seguimiento, el etiquetado y una gestión de datos eficaz ayudan a los minoristas que quieren hacer envíos al Reino Unido, minimizando tiempo y recursos.



Conocimientos expertos: preferencias de entrega

“ Nuestra experiencia nos dice que el comercio electrónico en el Reino Unido nos lleva unos cuantos años de ventaja. Además, las expectativas de los clientes respecto de la experiencia de envío son mucho más altas. ”

— Hernando Cuadros, Director General de Seven Senders España

Por eso, los vendedores online deben saber qué esperan los clientes británicos en relación con la experiencia de entrega.

Devoluciones sencillas: una prioridad

Conviene también ofrecer a los clientes un servicio de devoluciones sencillo y transparente. Casi uno de cada cuatro clientes británicos de comercio electrónico considera las devoluciones sencillas como un criterio importante a la hora de elegir una tienda en línea. Para el 65% de los británicos es relativamente importante poder entregar el paquete de devolución en distintos sitios. Además, la etiqueta de devolución debe ser fácil de conseguir, ya sea porque va adjunta al paquete o porque está disponible para descargar (el 74% y algo más del 61%, respectivamente, se pronuncian a favor de estas dos opciones).¹⁰

Aquí van algunos datos de referencia a tener en cuenta:

El **42%** de los clientes británicos que compran por internet prefieren un proveedor de servicios de pago digital

El **90%** prefiere las entregas a domicilio

El **74%** desea recibir una notificación cuando el pedido se haya registrado

El **73%** desea recibir una notificación cuando el pedido esté listo para el envío

El **75%** desea recibir una notificación que informe de que el paquete se entregará dentro de un plazo concreto⁹

Información importante sobre los envíos al Reino Unido

Las nuevas disposiciones que afectan al tráfico de personas y mercancías hacia y desde el Reino Unido, en vigor desde el 1 de enero de 2021, conllevan nuevos requisitos. Desde el 1 de enero de 2022 se exigen declaraciones en aduana completas y controles de importación para todas las importaciones procedentes de la UE. Esto requiere una mejor gestión de los datos maestros en relación con los valores de las mercancías, los pesos netos, los países de origen y las partidas arancelarias de las mercancías, así como una partida arancelaria británica de diez dígitos.

La legislación aduanera en sí no cambia, ya que el despacho aduanero sigue llevándose a cabo con base en el valor de las mercancías. Las mercancías sin valor estimable, que cuestan menos de 150 euros (alrededor de 135 libras), están libres de impuestos. En este sentido, conviene trabajar con un colaborador que pueda hacerse cargo del régimen de 135 libras mediante un procedimiento de tránsito con un intermediario en el Reino Unido y que ofrezca un despacho «High Value» en la frontera. Asimismo, el Reino Unido prevé nuevas directivas propias sobre el IVA, lo que

significa que el registro del IVA y de aduana se debe realizar en el propio país. Por otra parte, ahora las empresas deben contar con un número EORI (número de identificación y registro de operadores económicos).

En lo que a la logística de las devoluciones se refiere, es recomendable volver a enviarlas agrupadas a la UE para minimizar el trabajo de gestión. Además, es posible solicitar el reembolso de derechos de aduana de forma agrupada y contratar a un intermediario que asuma esta tarea en nombre de los vendedores.



Aquí explicamos brevemente qué datos deben indicar los vendedores online al enviar mercancías al Reino Unido:

Clasificación de las mercancías mediante códigos arancelarios (HS Code)

Los envíos a países no pertenecientes a la UE deben clasificarse según las partidas arancelarias, que se conocen como HS Codes (códigos arancelarios). Estos códigos definen qué mercancías incluyen los envíos y la cuantía de los derechos de importación y otros impuestos sobre la importación.

Facturas

Para los envíos al Reino Unido se requiere una factura en lengua inglesa, que se debe colocar en un sobre de envío o en la parte exterior del paquete o bien debe enviarse electrónicamente con los datos aduaneros. El vendedor debe incluir lo siguiente en cada línea de la factura: todas las partidas arancelarias (acumuladas), el peso bruto y neto, descripciones precisas de las mercancías, origen de las mercancías y la declaración de valor, incluida la divisa.

Incoterms

Además de los gastos de envío, también hay que pagar impuestos, aduanas y un arancel aduanero. En los Incoterms se estipulan los costes que debe asumir el expedidor y cuáles el importador en el contexto del despacho aduanero (impuestos, aranceles y despacho aduanero). El IVA británico sobre la importación asciende actualmente al 20%. Las aduanas que se deben pagar dependen del tipo de mercancías que se van a enviar y de los tipos de derechos fijados por el gobierno británico (siempre que no existan exenciones aduaneras en función del origen).

Qué se necesita para hacer envíos al Reino Unido:

- Representación local indirecta en el Reino Unido
- Número EORI
- Por cada paquete debe presentarse correcta y respectivamente el HS Code, el país de origen, los números GB EORI y GB VAT, y una factura comercial en lengua inglesa, tanto en formato impreso como en formato digital
- T2 documento de tránsito aduanero



Conocimientos expertos: red de transportistas

Seven Senders recomienda colaborar con varias empresas de paquetería (transportistas) para garantizar que se pueda elegir al proveedor correcto en función del tamaño y el tipo de cada paquete. Algunos transportistas, como Yodel, Hermes UK y Royal Mail, fijan los precios por tipo de paquete y cada tipo de paquete tiene diferentes limitaciones de peso y dimensiones. Con la combinación de transportistas correcta, los vendedores en línea pueden ofrecer varias opciones, como PUDO, entregas a domicilio y taquillas para los envíos y las devoluciones. En cuanto a la logística de las devoluciones, cabe mencionar que hay transportistas que colaboran con organizaciones benéficas que ofrecen soluciones creativas y alternativas para la eliminación o reutilización de las devoluciones.

En lo que a rapidez y precios se refiere, en Seven Senders consideramos que ninguno de estos factores constituye un gran obstáculo para la entrada o la expansión en el mercado del comercio electrónico británico. “Nuestra experiencia nos dice

que se puede cumplir la promesa de envío”, afirma Payal Chavan, directora de operaciones logísticas de paquetería de Seven Senders.

“ Por ejemplo, nuestros datos de la temporada alta de 2021 demuestran que, a pesar del elevado volumen y del mal tiempo, cumplimos el 88% de nuestros plazos de 24 horas y el 95% de los de 48 horas. Además, el tiempo entre el escaneo en el primer centro logístico y el cliente final fue, en general, de un solo día.”

Hernando Cuadros, Director General de Seven Senders España, añade: “Hemos recibido muchos comentarios positivos que afirman que nuestra solución de envío al Reino Unido es muy competitiva e, incluso, que ofrece las mejores tarifas.”

Conocimientos expertos: red de transportistas

YODEL

Transportista independiente del sector low cost

Entregas por la noche hasta las 21:00 horas

Aplicación para los clientes para un **mejor seguimiento** y nuevas funciones, como lugar seguro y entrega a un vecino



Proveedor de servicios de **correos nacional** del Reino Unido

Envío a domicilio premium y varias opciones de entrega

Cotizada en el Dow Jones Sustainability Index



Filial británica del grupo Hermes

Proveedor económico de entregas a domicilio con más de **5000 tiendas de paquetería**

Sin entregas libres de emisiones de CO₂



Filial británica de DHL eCommerce (antiguamente, UK Mail)

Marca extremadamente **fiable y servicio eficaz**

Aún no perteneciente a la iniciativa GoGreen del DPDHL Group



Solo envíos en palés

Los clientes necesitan un número XI EORI y registrarse en el UK Trader Scheme (UKTS)

Número de teléfono obligatorio

El beneficio del poder adquisitivo suizo

Suiza tiene mucho que ofrecer a los vendedores de comercio electrónico: un alto poder adquisitivo y una base de consumidores muy móvil, multilingüe y amante de la tecnología con unos ingresos disponibles muy por encima de la media europea. Estos factores, combinados con la tendencia natural de la población a buscar productos y servicios fuera de las fronteras del país, aportan un enorme potencial.

Suiza es miembro de la Asociación Europea de Libre Comercio, lo que hace que los envíos a países de la UE sean más sencillos que a otros destinos internacionales. Debido al gran número de tiendas online con sede en el extranjero que se encargan de todas las formalidades y asumen los costes de los envíos a Suiza, los clientes suizos no están acostumbrados a pagar gastos de envío adicionales. En general, esperan que los vendedores internacionales se comporten y les entreguen las mercancías como si fueran vendedores nacionales, o, al menos, que les ofrezcan una transparencia total en cuanto a los costes y las tasas.



Conocimientos expertos: preferencias de entrega

Las empresas de comercio electrónico deben apostar por entregas fiables, especialmente al tratar con clientes suizos. El 42% de los compradores en línea mencionan la fiabilidad de las entregas como un criterio decisivo para su satisfacción y uno de cada dos (el 52%) cambia de tienda después de una mala experiencia con el envío.¹¹ Además, los suizos valoran que los plazos de entrega sean rápidos, aunque no son imprescindibles. Como habitantes de un país que no es miembro de la UE, los clientes suizos están acostumbrados a los procesos de aduana de todas las importaciones y, por tanto, a que los envíos se retrasen. El 91% de los clientes toleran plazos de entrega más largos si la tienda en línea no tiene su sede en Suiza.¹²

Para el 35% de los clientes suizos, un plazo de entrega de tres o cuatro días desde el extranjero es aceptable y el 31% incluso estaría conforme con un plazo de cinco o seis días. Sin embargo, el 54% no está dispuestos a pagar más por un envío más rápido desde el extranjero.¹³

“ Las entregas el mismo día y al día siguiente no son obligatorias en Suiza. Lo que sí que hay que tener

en cuenta son las preferencias, como el pago contra factura, y dar a los clientes la posibilidad de pagar con francos suizos. ” – Peter Egger, jefe del departamento comercial de MS Direct

Los vendedores en línea deben conocer otra particularidad local: los suizos están acostumbrados a los tramos de cinco céntimos, como, p. ej., 12,95 CHF en lugar de 12,99 CHF. “Esto puede parecer trivial a primera vista, pero considero que justamente estos son los detalles importantes que contribuyen a atraer a los clientes a la tienda, a generar confianza para que compren y a fidelizarlos a largo plazo”, concluye Egger.

Gestión de devoluciones sencilla

En ningún país europeo se hacen tantas devoluciones como en Suiza. El 14% de los paquetes enviados se devuelven a los vendedores. Por eso, es muy importante que la gestión de las devoluciones sea sencilla y transparente. Esto también incluye obtener la etiqueta de devolución fácilmente: el 60% prefiere poder descargarla.¹⁴

Información importante sobre los envíos a Suiza

Para poder vender en Suiza, hay que cumplir una serie de requisitos de las autoridades fiscales. Para las empresas sin sede en Suiza que vendan mercancías por internet, existe un umbral de 100 000 CHF que hay que alcanzar antes de que sea necesario el registro (cifra basada en la facturación mundial).

Dado que las mercancías abandonan la UE, hay que notificar cada artículo. Esto significa que se deben facilitar los datos maestros necesarios para los pedidos suizos, incluida la posibilidad de añadir el peso neto, la partida arancelaria, el país de origen y el valor del pedido (para el cálculo de impuestos). Además, se debe cubrir cada fase del proceso de aceptación y tramitación del pedido.

Sin embargo, en Suiza no existen los derechos aduaneros en función del valor, sino que los vendedores pagan con base en el peso y la partida arancelaria. También es importante el país en el que se han fabricado las mercancías. Para los productos fabricados fuera de la UE hay que pagar derechos aduaneros. No obstante, si los artículos

se han fabricado en la UE y se presenta un certificado de origen del fabricante a la aduana suiza, no se deberán pagar derechos aduaneros. Asimismo, los vendedores están sujetos al IVA y pagan este impuesto soportado en el momento de la importación.

Indicaciones importantes:

- Representación fiscal en Suiza
- Registro en la autoridad fiscal (Eidgenössische Steuerverwaltung)
- Declaración del IVA en Suiza (trimestral)
- Umbral de 100.000 CHF al año



Conocimientos expertos: red de transportistas

Para realizar envíos a Suiza, el proveedor de servicios de comercio electrónico suizo MS Direct ofrece algunos consejos.

“Swiss Post es el transportista más utilizado y aceptado entre particulares. DPD, DHL y UPS también envían a Suiza, pero sobre todo en el ámbito B2B.” – Peter Egger, de MS Direct

Además, existen proveedores minoritarios, como la empresa de envíos de última milla Quickpac. Esta empresa se fundó como alternativa a Swiss Post. Quickpac apuesta por las entregas sostenibles de paquetes exclusivamente con coches eléctricos y se esfuerza por orientar los envíos al máximo a las necesidades de los clientes, como entregas dentro de un plazo concreto, por la noche, etc. Dado que los plazos varían de un colaborador a otro, Seven Senders recomienda a los vendedores de comercio electrónico que conozcan bien las expectativas de sus clientes en cuanto a los plazos de entrega para que puedan trabajar con los colaboradores idóneos.



Conocimientos expertos: red de transportistas



Proveedor líder de servicios logísticos y postales con la red de distribución más amplia de Suiza

La opción preferida para las empresas de comercio electrónico más importantes

Año tras año, a la cabeza en materia de satisfacción del cliente y confort



Entrega a domicilio en el sector B2C y amplia red de tiendas de paquetería DPD

Servicio "Predict", que ofrece a los destinatarios la máxima flexibilidad a la hora de recibir los paquetes

Solución de devoluciones disponible



Transportista exprés líder en Suiza

Orientación clara a la actividad transfronteriza internacional

También oferta servicios nacionales, con características de servicio exprés y previsiones de precios exprés

Beyond Borders: la solución que simplifica y acelera los envíos aduaneros fuera de la UE

Está claro que el comercio con países externos al mercado interior de la UE trae consigo alguna que otra complicación en lo que al despacho aduanero y a la gestión de las devoluciones se refiere. No obstante, hace tiempo que esto ya no es motivo para esconder la cabeza bajo el ala y perderse esta opción de generar ventas. La internacionalización requiere cierta audacia, pero vale la pena, ya que esta es la manera en que los vendedores digitales acceden a nuevos mercados, se dirigen a nuevos grupos objetivo y despliega el potencial de crecimiento de sus futuros mercados. De lo que se trata ahora es de contar con una planificación sólida y la mano amiga de expertos con experiencia.

Seven Senders y MS Direct han unido sus conocimientos para ofrecer una solución para el envío transfronterizo sencillo y sin preocupaciones a terceros países de Europa. Garantizamos que minimizamos la complejidad, simplificamos los procesos y mejoramos la transparencia.

“**Conocemos el mercado en el que los vendedores se quieren expandir como la palma de nuestra mano y disponemos de una amplia red de transportistas que pueden ayudarles. Ofrecemos estos conocimientos con nuestra amplia y sólida experiencia en los envíos transfronterizos, una red de transportistas y soluciones eficaces.**”

— Thomas Hagemann,
Fundador y codirector general de Seven Senders

Este es un breve resumen de las opciones que ofrece nuestra solución:



Tramitación del despacho aduanero digital y, si procede, representación legal



Comunicación de precios “todo incluido”: sin derechos aduaneros ni IVA para los clientes



Acceso a los mejores colaboradores de paquetería para los envíos locales



Integración sencilla en mercados como Amazon, Zalando y otras grandes plataformas



Envío a los clientes de terceros países no pertenecientes a la UE en un plazo de 48 horas



Gestión de las devoluciones rápida y fluida in situ

Una selección de nuestros clientes que ya utilizan nuestra solución:



¿Hemos despertado su interés? ¿Quiere recibir más consejos sobre cómo acceder al mercado de un tercer país no perteneciente a la UE de manera eficiente, fiable y orientada al cliente y al futuro? Estaremos encantados de ayudarle.

Póngase en contacto con nosotros sin compromiso

Hernando Cuadros Cortes • +34 6405 03 978 • h.cuadros@sevensenders.com • www.sevensenders.com

1. ECommerceDB: The eCommerce market in the UK, 2021
2. Statista: E-commerce share of retail sales revenue in the United Kingdom (UK) from 2020 to 2025, 2021
3. Statista: Share of individuals who made domestic and cross-border online purchases (EU and non-EU) in the United Kingdom (UK) in 2020, 2021
4. Statista: Marktvolumen im Online-Handel in der Schweiz und im Ausland von 2010 bis 2020, 2022
5. DPD: Die Schweizer E-Shopper wollen Zeit und Geld sparen. Ein Grossteil kauft auf ausländischen Plattformen und lässt sich von Social Media und Influencern leiten, 2021
6. Statista: Value of trade in goods with the European Union in the United Kingdom from January 1997 to November 2021, 2022
7. Statista: Value of trade in goods exports in the United Kingdom in 2020/21, by commodity, 2022
8. Statista: Ranking der Länder mit den höchsten erwarteten Umsätzen im E-Commerce weltweit im Jahr 2020, 2021
- 9-14. Encuesta de YouGov en nombre de Seven Senders, 2021

Editor:

Seven Senders GmbH

Schwedter Str. 36 A,

10435 Berlin

+49 (0) 30 233 218 700

info@sevensenders.com

Texto y redacción:

Susanne Collins

Jaime Heather Schwartz

Derechos de autor

Seven Senders GmbH 2022

Esta publicación constituye un documento informativo general no vinculante. Los contenidos reflejan la opinión de Seven Senders GmbH en el momento de su publicación. A pesar de que la información se ha redactado con sumo esmero, no se pueden garantizar la exactitud, la integridad ni la actualidad de la misma; en particular, esta publicación no puede tener en cuenta las circunstancias específicas de cada caso. Por lo tanto, el uso de la misma es responsabilidad del lector. Queda excluida toda responsabilidad al respecto. Todos los derechos, incluso los de reproducción parcial, corresponden a Seven Senders GmbH.