

Práctica Empresarial En El Grupo Map Business Importadora Y Exportadora Ltda En  
Florianópolis, Brasil

Cesar Alveiro Parada Gelvez

Trabajo de Grado para Optar el título de Economista

Director

Rafael Antonio Viana Barceló

Título académico completo y de mayor rango

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ciencias Humanas

Escuela de Economía

Bucaramanga

2020

### **Dedicatoria**

***A Dios.***

*Por haberme permitido llegar hasta este punto, por haberme brindado salud para cumplir con mis objetivos durante estos años, además de su inmensa bondad y amor.*

***A mi madre,***

*Por darme su apoyo en todo momento y sin importar la ocasión, por cada uno de sus consejos, sus valores, por la motivación, por alentarme constantemente, por su gran ejemplo de perseverancia y constancia que la caracterizan, pero principalmente por su amor y esfuerzo para hacerme una mejor persona cada día.*

***A mis familiares.***

*A mis hermanos por enseñarme a confrontar los momentos difíciles; a mis hermanas por demostrarme siempre confianza en cualquier momento que lo necesitara y a toda mi familia por siempre darme su apoyo incondicional.*

***A mi alma mater***

*La Universidad Industrial de Santander, por haberme abierto las puertas, a los directivos y maestros por transmitirme sus diversos valores y conocimientos y a cada uno de mis amigos y compañeros que hicieron parte de este proceso.*

***CESAR ALVEIRO PARADA GELVEZ.***

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
1. Informe Práctica Empresarial En El Grupo Map Business Importadora Y Exportadora Ltda En Florianópolis, Brasil.....	11
1.1 Justificación .....	11
2. Objetivos.....	12
2.1 Objetivo General.....	12
2.2 Objetivos Especificos.....	12
3. Caracterización De La Empresa .....	13
3.1 Perfil De La Empresa.....	13
3.1.2. Razón Social De La Empresa .....	13
3.1.3. Objeto Social De La Empresa.....	13
3.1.4. Información De La Empresa.....	13
3.1.5. Misión De La Empresa.. ..	14
3.1.6. Visión De La Empresa.. ..	14
3.1.7. Valores De La Empresa.. ..	14
3.1.8. Historia De La Empresa.....	14
3.1.9. Organigrama De La Empresa.....	16
3.2 Portafolio De Servicios De La Empresa .....	16
3.2.1. Asesorías .....	16
3.2.2. Negocios .....	20
3.2.3. Consultorías .....	24

4. Cargo Y Funciones Por Desempeñar .....	29
4.1 Funciones Asignadas .....	29
5. Desarrollo De Las Funciones.....	30
5.1 Proceso Comercial .....	32
6. Aportes .....	32
6.1 Aportes De La Empresa Al Estudiante .....	32
6.2 Aportes Del Estudiante A La Empresa .....	33
7. Consideraciones Finales.....	34
Referencias Bibliográficas .....	35

**Lista de Figuras**

Ilustración 1 Organigrama Grupo Map Business ..... 16

Ilustración 2 Proceso Comercial ..... 32

### Resumen en español

**Título:** Practica Empresarial En El Grupo Map Business Importadora Y Exportadora Ltda En Florianópolis, Brasil.<sup>1</sup>

**Autor:** Cesar Alveiro Parada Gelvez.<sup>2</sup>

El siguiente informe presenta el trabajo desarrollado en la pasantía en Ciencias de la información en la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), la cual fue realizada en convenio con la empresa GRUPO MAP BUSINESS IMPORTADORA Y EXPORTADORA LTD ubicada en el Estado de Santa Catarina, Brasil. Como auxiliar en el AREA COMERCIAL, se realizaron actividades relacionadas con negociaciones entre empresas brasileras exportadoras e importadoras de América Latina y prospección internacional de mercados en el semestre 2019-2, con una carga horaria de 360 horas, la cual tuvo inicio el día 25 de julio y finalizó el 10 de diciembre. Las actividades principalmente desarrolladas durante dicha práctica fueron la creación de bases de datos, vinculación de nuevos clientes, búsqueda de nuevos mercados, apoyo en las negociaciones comerciales, entrenamientos comerciales y la participación de ferias nacionales e internacionales de comercio exterior. Estas actividades aportaron al estudiante el espacio óptimo para aprender, desarrollar y adquirir nuevas experiencias a nivel profesional en el comercio exterior y todo su proceso a nivel global, así como la oportunidad para crear redes de contactos en el mercado laboral y la habilidad de efectuar negociaciones a partir de nuevas metodologías bajo la supervisión adecuada y en sectores de gran importancia.

**Palabras claves:** Grupo Map Business, Bases de datos, Comercio Exterior, Negociaciones.

---

<sup>1</sup> Trabajo de grado

<sup>2</sup> Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Economía y Administración. PhD Rafael Antonio Viana Barcelo.

### **Abstract**

**Title:** Business Practice in The Group Map Business Import and Export Ltda. In Florianopolis Brazil.<sup>3</sup>

**Author:** Cesar Alveiro Parada Gelvez<sup>4</sup>

The following report presents the work carried out during the internship in Information Sciences at the Federal University of Santa Catarina (UFSC), which was carried out in agreement with the company MAP BUSINESS GROUP IMPORTADORA Y EXPORADORA LTD located in the State of Santa Catarina, Brazil. As an assistant in the COMMERCIAL AREA, activities related to negotiations between Brazilian exporting and importing companies in Latin America and international market prospecting were carried out during the 2019-2 semester, with a 360-hour time load, which began on the 25th of July and ended on December 10. The activities mainly developed during this practice were the creation of databases, linking of new clients, the search for new markets, support in trade negotiations, commercial training and participation in national and international foreign trade fairs. These activities provided the student with the optimal space to learn, to develop and gain professional experience in foreign trade and all its process at a global level, as well as the opportunity to create networks of contacts in the labor market and the ability to conduct negotiations based on new methodologies. under proper supervision and in sectors of great importance.

**Keywords:** Map Business Group, Databases, Foreign Trade, Negotiations.

---

<sup>3</sup> Bachelor Thesis

<sup>4</sup> Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Economía y Administración. PhD Rafael Antonio Viana Barceló

## Introducción

Actualmente, para las empresas es esencial tener buenas bases de datos, lo cual es considerado una de las mayores contribuciones que la informática ha hecho a las empresas. En Prospección Internacional<sup>5</sup> tener una buena base de datos de clientes potenciales facilita y racionaliza el trabajo del comercio exterior (Filella, 2017). Algunos de los elementos que deben poseer estas bases de datos son: nombre de la compañía, tiempo de desarrollo de la actividad comercial, las fechas en las que se debe establecer el primer contacto, el medio por el cual se puede hacer dicho contacto, las personas a cargo del comercio exterior en cada empresa, la documentación necesaria para la importación o exportación, los sectores económicos a los que pertenecen, el tiempo de respuesta y los datos que cada empresa considere importantes.

Con el crecimiento de la economía, la globalización y la ruptura de barreras para el comercio exterior, la estrategia de muchas empresas para crear y desarrollar productos y servicios es buscar el extranjero a través del proceso de internacionalización<sup>6</sup>. Sin embargo, las malas prácticas realizadas por dichas compañías generan que muchas de ellas fracasen o desistan de tal proceso (Dueñas, s.f.). De acuerdo con esto, la prospección internacional se puede desarrollar de diferentes maneras: el perfil del cliente, el comportamiento del mercado al que pertenecen y las características generales del país objetivo son de gran utilidad para elegir determinado mercado. Estas características cubren aspectos tales como la geografía, población, aspectos culturales, medios de transporte, comunicación, organización religiosa, economía y política, lo

---

<sup>5</sup> La Prospección Internacional se basa en encontrar mercados que se adapten, en la medida de lo posible, al tipo de negocio a desarrollar y que permitan a la empresa exportar productos y servicios. (Dual up consulting, s.f.)

<sup>6</sup> La internacionalización permite el acceso a otros mercados, lo que posibilita el crecimiento económico. Intensifica el proceso del intercambio de cualquier tipo de bien entre los diferentes países del mundo. (Quiroa, s.f.)

cual son factores que una vez identificados, servirán como base para el éxito del proceso de exportación.

*Por motivos de confidencialidad, los datos descritos en este informe no podrán ser revelados de acuerdo con el contrato realizado entre el practicante, la Universidad Federal Santa Catarina y la empresa Grupo Map Business.*

## **1. Informe práctica empresarial en el Grupo Map Business importadora y exportadora LTDA en Florianópolis, Brasil**

### **1.1 Justificación**

La práctica empresarial brinda al estudiante la oportunidad de adquirir las competencias necesarias para desenvolverse con mayor seguridad e idoneidad en el ámbito laboral, aplicando los conocimientos teórico-prácticos obtenidos durante la formación profesional en la Universidad Industrial de Santander.

Durante la realización de dicha práctica internacional la cual tuvo lugar en un ambiente intercultural se obtuvieron y reforzaron habilidades y valores tanto personales como profesionales, ya que el entorno en el departamento comercial de la empresa se basó en el trabajo interdisciplinario facilitando el desarrollo de aptitudes que son demandadas en el actual mercado global.

Es gratificante concluir con éxito las prácticas empresariales en el exterior con el dominio de un segundo idioma y su desarrollo en un ámbito profesional lo que genera un gran beneficio y aporte integral para la vida.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

Aplicar los conocimientos teórico-prácticos de la economía en el éxito de las negociaciones generadas en el comercio exterior.

### **2.2 Objetivos Específicos**

Conocer los productos representados por la empresa y sus respectivos procesos de producción.

Analizar los mercados objetivos y probabilidad de acceso de los productos representados por la empresa en dicho mercado.

Identificar el personal encargado de las compras y comercio exterior en los mercados objetivos.

Establecer una comunicación activa con los clientes potenciales.

Potencializar el comercio y distribución de los productos con gran valor agregado representados por la empresa.

### 3. Caracterización de la empresa

Todos los datos incluidos en este capítulo fueron suministrados directamente por la empresa Grupo Map Business por medio de su sitio web y fueron traducidos al español por el autor. (Grupo Map Business, s.f.)

#### 3.1 Perfil de la empresa

##### 3.1.2. Razón Social de la empresa

**Nombre:** Grupo Map Business Importadora y Exportadora Ltda.

**CNPJ**<sup>7</sup>: 09.430.049/001-59

##### 3.1.3. Objeto Social de la empresa

Comercializadora Internacional Grupo Map Business

##### 3.1.4. Información de la empresa

**Nombre:** Grupo Map Business Importadora y Exportadora Ltda.

**Dirección:** Rua Patrício Farias, 55 Itacorubi.

**Ciudad/Estado:** Florianópolis.

**País:** Brasil

**Teléfono:** +55 (48) 3207-9088

**Site Web:** [www.grupomapbusiness.com/](http://www.grupomapbusiness.com/)

**E-mail:** [info@grupomap.com](mailto:info@grupomap.com)

**Ramo de Actividad:** Comercio Exterior

**Gerente:** Alessandra Pereire Marcelino

---

<sup>7</sup> El CNPJ es un número de identificación expedido a las empresas brasileñas por la Secretaría de Ingresos Federales de Brasil (Secretaría de la Receita Federal). (Grostein Sociedades Anonimas , 2015)

**Teléfono:** + 55(48) 99716519

**Email:** alessandra@grupomap.com

**3.1.5. Misión de la empresa.** Ser una extensión comercial para los clientes que prestan servicios en comercio exterior.

**3.1.6. Visión de la empresa.** Ser un creador de negocios que permita conexiones entre los clientes.

**3.1.7. Valores de la empresa.** La gente primero, hacer el mejor trabajo posible, celebrar los logros, compartir conocimientos, disciplina, nunca dejar a un cliente sin respuesta, sencillez y humildad, cultivar la creatividad y la proactividad, pasión por lo que se hace y siempre superar los desafíos.

### **3.1.8. Historia de la empresa**

- **2006**

El resultado de un sueño empresarial, Map Logistics se fundó en 2006 como un mecanismo para facilitar el comercio exterior, buscando formas de ayudar a los negocios de sus clientes, ofreciendo las mejores soluciones logísticas.

- **2008**

Debido a la creciente credibilidad y experiencia en el negocio, el negocio cambió su formato de oficina en casa a un establecimiento comercial en el centro de Florianópolis. Después de dos años de actividad, se dio cuenta de que los clientes necesitaban más información para expandir su negocio.

Para este fin, se creó Map Business, una empresa comercial que actuaría como facilitador de negocios, operando en todos los segmentos de Comercio Exterior, haciendo que las relaciones comerciales sean menos complicadas y más accesibles para sus clientes.

- **2013**

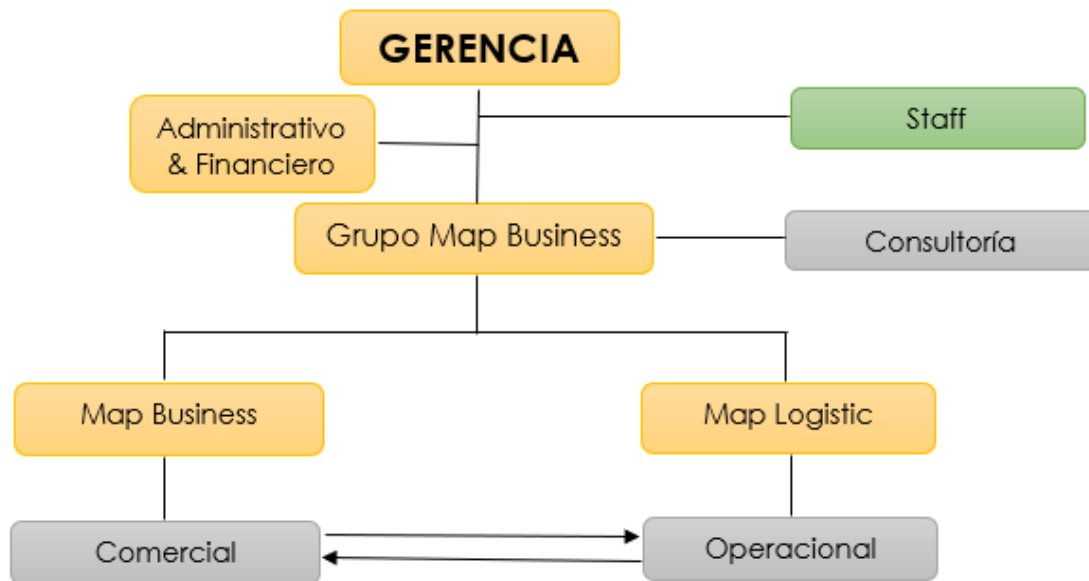
Años más tarde, para unificar las dos compañías, en 2013 se creó Grupo Map, un grupo que tenía como objetivo combinar las actividades logísticas y operativas realizadas por Map Logistics con las actividades comerciales internacionales de Map Business.

Con un equipo de profesionales calificados y con experiencia, Grupo Map asesora a sus clientes en todos los aspectos operativos y legales en los procesos de importación y exportación.

- **2017**

Para representar más fielmente las actividades realizadas por el grupo en 2017, se tomó la decisión de cambiar la identidad visual y representar a través del nombre la unión y el compromiso de la empresa con los clientes y socios. En vista de esto, nació el Grupo Map Business con el fin de ser interlocutor y ejecutor de negocios.

### 3.1.9. Organigrama de la empresa



*Ilustración 1 Organigrama Grupo Map Business*

## 3.2 Portafolio de servicios de la empresa

### 3.2.1. Asesorías

**3.2.1.1. Asesoría personalizada de importación/ exportación.** Durante las diversas etapas necesarias del proceso de importación, los diferentes requisitos entre las agencias públicas terminan siendo bastante burocráticos. Grupo Map Business pretende ser un interlocutor para sus clientes, asistiéndolos principalmente en:

- Clasificación NCM (Nomenclatura Común del Mercosur) de productos
- Licencia de importación o exportación
- Contratación cambiaria
- Contratación logística integrada (transporte internacional, EADI, transporte por carretera, almacén, 3PL)

- Despacho de aduana
- Desvare de aduana
- SISCOSEV
- Documentación especial para la importación o la exportación en las siguientes agencias:  
ANVISA (Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria), MAPA (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento), INMETRO (Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología) entre otros.

El equipo de trabajo tiene un amplio conocimiento sobre la legislación brasileña, que abarca desde estándares portuarios, aeroportuarios y fronterizos hasta puertos secos. Todas sus asesorías están planeadas para optimizar los costos de logística sin comprometer la eficiencia y el tiempo de tránsito

**3.2.1.2. Asesoría Jurídica Corporativa extranjera.** Participar en el comercio internacional ayuda a las empresas a expandir su negocio internacionalmente, aumentando las posibilidades de ganancia. Para garantizar que dichas empresas estén seguras en este proceso, es esencial contar con asesoramiento legal con el fin de minimizar los riesgos en las operaciones nacionales e internacionales.

El Grupo Map Business, junto con sus asociados, realiza los siguientes servicios para sus clientes:

- Preparación de contratos internacionales, incluso offshore
- Revisión de impuestos y recuperación de crédito
- Planificación fiscal para reducir el impacto de la carga fiscal
- Asesoramiento en asuntos relacionados con el registro de patentes y marcas registradas nacionales e internacionales

- Asesoramiento de inversión extranjera
- Asesoramiento sobre contratos internacionales de compra y venta, suministro y representación, distribución y asociaciones dirigidas a relaciones comerciales transparentes y rentables para ambas partes.

### **3.2.1.3. Asesoramiento Logístico**

**3.2.1.3.1. Freight Forwarding.** Seguimiento, organización y análisis de todos los pasos de la agencia. Grupo Map realiza verificación diaria de su carga, tanto aérea como marítima.

La logística es una de las áreas fuertes de la empresa. Trabajan con todo tipo de carga, desde cargas más pequeñas por mensajería, cargas especiales, carga a granel hasta carga de proyecto, todo de acuerdo con las necesidades del cliente. Gestionan toda la logística por aire, mar y 3PL, ofreciendo a sus clientes un servicio personalizado.

**3.2.1.3.2. Third Party Logistics.** Grupo Map Business también actúa como un operador logístico que busca soluciones para todo tipo de operaciones y tamaños, proporcionando a las empresas una mayor ventaja competitiva a través de soluciones que reducen el espacio, los gastos y la mano de obra, ayudando principalmente a las empresas a adaptar su negocio a las nuevas soluciones logísticas, las cuales son necesarias a medida que la empresa crece. Al analizar la situación del negocio y sus objetivos, el Grupo Map Business presenta las mejores formas y estrategias para expandir dichas empresas, asegurando que la entrega de sus productos continúe con la misma o mejor calidad.

**3.2.1.3.3. Carga Proyecto.** La empresa busca satisfacer las necesidades de cada cliente, validando y verificando todos los beneficios y provisiones de la carga. Su objetivo es brindar un servicio personalizado de la manera más adecuada. Por lo tanto, ofrece un servicio a la medida, hecho de acuerdo con las preferencias y requisitos de cada cliente, adaptándose a las necesidades y especificaciones solicitadas. Todas las etapas del proceso son monitoreadas cuidadosamente por Map Logistics (brazo logístico de Grupo Map), siempre informando a sus clientes sobre el estado de su carga.

Para la ejecución del servicio, se tienen:

- Munck y grúa
- Fotos y videos de carga y descarga
- Documentación necesaria
- Planificación de ruta
- Seguro internacional

**3.2.1.3.4. Seguro internacional.** La empresa lo asesora en la contratación del seguro internacional para la carga, el cual es esencial para garantizar la reducción de pérdidas en caso de problemas en el transporte de carga.

El seguro de transporte internacional protege la carga independientemente del destino. Es transportada a través de un programa exclusivo de riesgos, además de contar con un equipo de profesionales especializados en el área. Todo esto para garantizar la tranquilidad y seguridad en la llegada.

Este servicio es importante para evitar pérdidas durante la cadena de distribución del producto, riesgos que pueden clasificarse como robo, desvío de carga o incluso accidentes relacionados con los medios de transporte.

### 3.2.2. Negocios

**3.2.2.1. Cuenta y Orden.** La importación por Cuenta y Orden consiste en traer productos desde el extranjero a través de Grupo Map Business, proporcionando a los clientes el beneficio fiscal de ICMS (impuesto estatal) otorgado por el estado de Santa Catarina, reduciendo los costos de importación y ayudando al flujo de caja.

Gradualmente, las organizaciones han optado por centrarse en el objeto principal de su propio negocio (actividades principales) y externalizar otras funciones de su empresa.

Esta tendencia también ocurre en el comercio exterior, ya que algunas empresas han subcontratado sus operaciones de importación de bienes. Una de las formas de subcontratación legalmente reconocidas y debidamente reguladas por los Ingresos Federales de Brasil (RFB) es la importación por Cuenta y Orden. En este tipo de operación, una empresa (El adquirente<sup>8</sup>) interesada en un determinado producto, contrata a un proveedor de servicios, para que, utilizando los recursos originales del contratista, proporcione, entre otros, el despacho de importación de bienes en nombre de la empresa adquirente.

Para ser considerado regular, la prestación de servicios de importación debe cumplir ciertos requisitos, condiciones y obligaciones tributarias accesorias previstas en la legislación.

---

<sup>8</sup> Se trata de la persona física o jurídica que compra o adquiere un determinado bien o una determinada empresa. La figura del adquirente puede ser múltiple, esto es, puede haber diferentes compradores que adquieran un determinado bien o empresa, y, en su caso, tengan derecho a la propiedad compartida de lo adquirido. Consultar a Wolters Kluwer, s.f. enlace: [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNDC2MLtbLUouLM\\_DxbIwMDS0MDI7BAZlqlS35ySGVBqm1aYk5xKgANaEyyNQAAAA==WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNDC2MLtbLUouLM_DxbIwMDS0MDI7BAZlqlS35ySGVBqm1aYk5xKgANaEyyNQAAAA==WKE)

Del mismo modo, tanto la empresa importadora como la empresa que compró los productos importados deben observar el tratamiento fiscal específico dado a este tipo de operación, así como tomar algunas precauciones especiales, para no sorprenderse con un aviso de inspección de SRF o, incluso tener sus bienes incautados.

**3.2.2.2. Internacionalización de empresas.** Con el fin de promover y estimular el proceso de internacionalización de las empresas brasileñas, Grupo Map ha creado un área totalmente dedicada a las empresas que desean tomar vuelos más largos y duraderos en el mercado internacional.

El actual proceso de internacionalización que está experimentando Brasil es de extrema importancia para su desarrollo y representa un hito sin precedentes en la historia económica nacional, que denota transformaciones estructurales en la economía mundial y en el patrón de desarrollo del país. En vista de este contexto, la empresa tiene la intención de desarrollar estrategias que permitan transformar las oportunidades en beneficios efectivos.

Gracias al apoyo de varias agencias, Map Business puede preparar estudios relacionados con la internacionalización de las empresas brasileñas, presentar y proporcionar mecanismos para apoyar el proceso, indicar métodos sobre cómo invertir en los países más diversos del mundo, informar datos de inversiones extranjeras directas, así como destacar otros aspectos relevantes para el camino hacia la internacionalización.

**3.2.2.3. Sourcing.** Grupo Map Business busca la mejor estrategia para los productos de sus clientes. Una de las posibilidades es la búsqueda de proveedores de materias primas y productos requeridos por las empresas en todo el mundo para reducir los costos del producto final y aumentar así la calidad de estos.

Con el apoyo de Tradings en China, EE. UU. Y Europa, se buscan proveedores confiables para comprar materias primas en su país y región ofreciendo una nueva perspectiva de trabajo para el crecimiento del cliente y de esta manera garantizándole una ventaja competitiva.

Ciertos países ofrecen una abundancia en un factor de producción dado, lo que resulta en una reducción en los costos de producción y / o un aumento en la calidad del producto final, lo que puede promover una disminución en su precio. Comprender esto y conocer el mercado internacional es esencial para poder aprovechar dicha ventaja.

**3.2.2.4. Planificación Estratégica.** La intensa conexión entre los mercados aumenta la necesidad de que las empresas creen una planificación estratégica cada vez más detallada y busquen aumentar la eficiencia de su proceso de producción, ampliando el alcance de sus productos y servicios buscando explotar todo el potencial del mercado nacional e internacional.

Debido a esto, el número de empresas que buscan internacionalizar sus productos está creciendo, y conocer todas las variables es fundamental. Por lo tanto, primero se debe evaluar a la empresa y diagnosticar las fortalezas y oportunidades del negocio, comprender hacia dónde quiere ir, de modo que a través de esta información y basándose en el conocimiento del mercado que tiene el Grupo Map Business, elabore conjuntamente un plan estratégico para su empresa.

Map Business realiza la evaluación de empresas nacionales e internacionales, observando todo el conjunto de procesos que componen la empresa y prepara una planificación estratégica

basada en el objetivo de cada cliente. Al preparar este plan estratégico, se busca evaluar el mercado donde la compañía opera y / o tiene la intención de actuar como comprador o proveedor de un producto. El objetivo es formar asociaciones, analizar competidores, observar la cultura de consumo de producto, estudiar la dinámica logística de la región en cuestión, además de los aspectos políticos, económicos y todas las variables que están al alcance.

Se cuenta con profesionales con amplia experiencia en comercio nacional e internacional, lo que permite un análisis detallado del negocio para poder rastrear las mejores estrategias teniendo en cuenta todas las variables que rodean el negocio tanto en Brasil como en otros países

**3.2.2.5. Prospección Internacional.** Esta se basa en la búsqueda y análisis de todas las variables que interfieren en el proceso de internacionalización. El Grupo Map Business implementó este servicio para poder brindar mayores oportunidades a sus clientes en los mercados objetivo.

Por consiguiente, la internacionalización, definida desde la perspectiva de una buena estrategia de prospección del mercado objetivo, aportará ventajas sumamente importantes. Al disponer de un mercado más amplio, la empresa ganará en competitividad, aversión al riesgo y la sustancial mejora de la percepción de su marca o producto (Alami, s.f.).

### 3.2.3. Consultorías

**3.2.3.1. Ex-Tarifario.** Es la reducción temporal de la tasa del impuesto a la importación de bienes de capital, tecnología de la información y telecomunicaciones cuando no hay una producción nacional equivalente. Este impuesto forma la base del costo del producto, y cualquier reducción tiene un impacto en la inversión de la compañía.

El régimen *Ex-Tarifario* consiste en una reducción temporal en la tasa de bienes de capital (BK) e impuestos a la importación de computadoras y telecomunicaciones (TBI), como se muestra en el Arancel Externo Común (TEC) del MERCOSUR, cuando no hay producción nacional equivalente, es decir, representa una reducción en el costo de inversión.

La importancia de este régimen consiste en tres puntos fundamentales:

- Permite mayores inversiones en bienes de capital (BK) y tecnología de la información y telecomunicaciones (BIT) que no tienen una producción equivalente en Brasil.
- Permite una mayor innovación por parte de empresas de diferentes segmentos de la economía, con la incorporación de nuevas tecnologías que no existían en Brasil, lo que refleja la productividad y competitividad del sector productivo, como se recomienda en las directrices del Plan Brasil Maior – PBM.
- Tiene un efecto multiplicador sobre el empleo y los ingresos en diferentes segmentos de la economía nacional.

**3.2.3.2. Tributaria.** Además de ayudar en la clasificación de impuestos, esencial para garantizar el pago correcto de los impuestos y para garantizar que se conozcan y ejecuten los procedimientos requeridos para cada tipo de producto antes del envío, el Grupo Map Business ayuda a las empresas nacionales y extranjeras con respecto al complejo sistema tributario brasileño.

En Brasil, los impuestos federales como IPI, PIS / PASEP, COFINS y también el ICMS, un impuesto estatal que varía de acuerdo con cada estado en sus respectivas tasas puede aplicarse al producto. Otro impuesto, el ICMS-ST, incluido en algunos productos para evitar el incumplimiento, se aplica en algunos estados en el despacho, mientras que otros en la venta (salida) de los productos.

En los procesos de importación, nuestro Grupo ayuda a emitir notas de entrada, ayudando en el cálculo de todos los impuestos. En las exportaciones, realizamos el cálculo completo de los costos de exportación y asesoramos sobre la optimización de impuestos, observando los créditos fiscales que su empresa puede obtener al comprar materias primas y servicios para la producción del producto a exportar.

Conocer y comprender el sistema tributario del país en el que desea operar es esencial para definir las estrategias que se aplicarán en este país. Los aspectos fiscales pueden influir en la elección del estado en el que se instalará la empresa, evaluando cuál ofrece las mejores condiciones para ello.

El Grupo Map Business tiene un amplio conocimiento sobre el sistema tributario brasileño y ayudará a su empresa a hacer negocios de la manera más rentable y correcta posible.

**3.2.3.3. Clasificación Fiscal.** La clasificación fiscal de los bienes es un punto extremadamente importante. La clasificación fiscal correcta del producto puede traer beneficios para reducir la carga fiscal en el proceso de importación o incluso la exención de algunos impuestos temporalmente. Esta medida definirá si un producto requiere una licencia para el envío, o si existen medidas antidumping que puedan dar lugar a un aumento en los costos del producto que se comercializa.

Además, puede haber cuotas para la importación del producto debido a acuerdos comerciales que establecen que ciertos bienes pueden importarse utilizando un margen de preferencia, correspondiente a un descuento en el impuesto a la importación. En este caso, el importador tendrá un descuento en ese impuesto, siempre que la importación se realice hasta el límite (en peso o en valor) definido en el acuerdo y por un cierto período de tiempo (importaciones dentro de la cuota). También puede haber cuotas para las importaciones no arancelarias que limitan la cantidad autorizada para ingresar al país (en peso o valor) sin estar vinculadas a los beneficios arancelarios.

La clasificación incorrecta de un producto puede generar multas, demoras en la liberación y reelaboración en relación con la emisión de documentos. Por lo tanto, es esencial consultar a expertos en la interpretación de la composición y el origen de su producto y clasificarlo correctamente.

**3.2.3.4. Importaciones.** Ampliar los límites de ubicación de sus proveedores puede brindarle beneficios a su empresa, tanto en términos de costos, como en calidad y diferenciación del producto. Para garantizar que se explote todo el potencial, es importante contar con una consultoría profesional y con experiencia para ayudarlo a evaluar todos los procedimientos necesarios involucrados en el proceso de importación, para que ocurra de la manera más rápida y efectiva posible.

El Grupo Map Business opera en varios frentes, representando a sus clientes en negociaciones comerciales, seleccionando los mejores proveedores, siguiendo todo el proceso para llegar al producto en Brasil, además de llevar a cabo los procedimientos para obtener incentivos fiscales, cuando corresponda, como Ex- Tarifa y desventaja. También ofrecemos el beneficio de importación bajo el Régimen Especial DIAT, en el cual, al usar los servicios de nuestra empresa comercial, ofrecemos a nuestro cliente una reducción del 17% en ICMS por una tasa más baja, que varía entre 4% y 10%.

A continuación, se detallan algunos de los procesos en los que Grupo Map brinda consultoría:

- Análisis de viabilidad.
- Selección de proveedores.
- Encuesta de licencias necesarias.
- Recibir y analizar muestras.
- Servicios de despacho de aduanas.
- Estudio fiscal y logístico.
- Orientación para la nacionalización del producto.

**3.2.3.5. Drawback.** El inconveniente es una modalidad de incentivo a la exportación, representada por un régimen aduanero especial. Esto permite una exención o suspensión del pago de varios impuestos y tasas aplicados a los insumos importados utilizados en la industrialización y el envasado de productos exportados o para ser exportados.

Las modalidades de inconveniente más utilizadas son:

- La primera categoría consiste en la exención de impuestos gravados a la importación de bienes, en cantidad y calidad equivalentes, destinados a reemplazar a otro previamente importado, con el pago de impuestos, y utilizado en la industrialización de productos exportados.
- El segundo se refiere a la suspensión de impuestos sobre la importación de bienes para ser utilizados en la industrialización del producto que debe exportarse.
- El tercero se refiere a la devolución de los impuestos pagados sobre las importaciones de insumos importados utilizados en productos exportados.

**3.2.3.6. Exportaciones.** Numerosas son las razones que llevan a las empresas a buscar la internacionalización. En un mundo cada vez más interconectado, para algunas empresas, la exportación ha llegado a mostrarse como una forma de aumentar y ampliar las ventajas competitivas de su producto. Exportar es una forma de aumentar la cuota de mercado de los consumidores potenciales, lo que permite un aumento de los ingresos. No importa el tamaño de su negocio, Grupo Map trabaja para llevar a cabo todo el proceso de preparación de la empresa y los productos para la exportación.

Realizamos estudios de mercado y de factibilidad, verificando la demanda internacional de su producto, además de asistirlo en la formación de precios y especificidades de los productos, como el empaque y el almacenamiento.

A continuación, se presentan algunos servicios en los que Grupo Map puede ayudar a su empresa:

- Evaluación del potencial de exportación de la empresa.
- Identificación de mercados y clientes potenciales.
- Formación de precios y encuesta de costos.
- Asistencia para adaptar el etiquetado requerido para cada país.
- Análisis de contratos y operaciones comerciales.
- Adecuación del producto para cada mercado, implementando mejoras y requisitos requeridos en las exportaciones.
- Obtención de licencias.
- Representación de la empresa y sus productos en ferias nacionales e internacionales.

#### **4. Cargo y funciones por desempeñar**

Practicante Área Comercial para Latinoamérica

##### **4.1 Funciones Asignadas**

Funciones enfocadas en la Prospección Internacional:

- Promover la exportación de productos brasileiros para América Latina a través de llamadas, correos electrónicos y reuniones presenciales o por medios electrónicos.
- Análisis de los mercados Latinoamericanos
- Auxiliar las negociaciones entre importador y exportador.

Funciones enfocadas en el área administrativa:

- Preparar informes semanalmente para los clientes sobre el estatus y el feedback de los importadores en relación con sus productos.
- Crear bancos de datos que permitan mayor facilidad en el primer contacto con potenciales clientes
- Crear formularios para realizar solicitudes internas y externas.
- Crear el formato para abordaje comercial.

Funciones externas:

- Participar de ferias internacionales de comercio exterior.
- Participar de entrenamientos para el desarrollo de nuevas aptitudes profesionales.

## **5. Desarrollo de las Funciones**

Desde el inicio de las funciones laborales, el equipo de Grupo Map Business brindó su total confianza para desarrollar un trabajo conjunto y flexible a las opiniones y consideraciones individuales del personal involucrado, con el fin de desenvolver el área comercial para Latinoamérica, área relativamente nueva que iniciaría su proceso de segmentación y estructuración contando directamente con las aptitudes, valores e idioma del practicante.

Se procede a la búsqueda, análisis y creación de base de datos de todos los posibles importadores, distribuidores y comerciantes de los productos representados por la empresa, a través de redes sociales e informaciones suministradas por la comercial exportadora, oficinas de relaciones internacionales de cada país objetivo y ferias de comercio exterior. Al mismo tiempo, se ejecuta el primer contacto que se establece inicialmente por llamadas telefónicas siendo

formalizado por correos electrónicos. El objetivo de dicho proceso es generar el feedback de los posibles clientes y establecer una comunicación activa en pro de una negociación seria y exitosa.

Es importante resaltar que en dichas negociaciones los tiempos, costos y documentaciones representan la base del proceso, ya que estas varían en función de cada país objetivo. Sin embargo, dicha negociación debe ser informada y supervisada por la industria, por lo que cada proceso de exportación es anticipado con una simulación donde son evaluados los costos y beneficios.

Al haber establecido la negociación el proceso de acompañamiento resulta ser incluso más importante que la venta y es aquí donde el departamento de marketing debe sobresalir en su labor.

De todo el proceso comercial la venta de los productos con alto valor agregado resulta ser más tediosa y lenta por lo que se denota la complejidad del comercio exterior en América Latina y sus arcaicos sistemas burocráticos.

## 5.1 Proceso Comercial

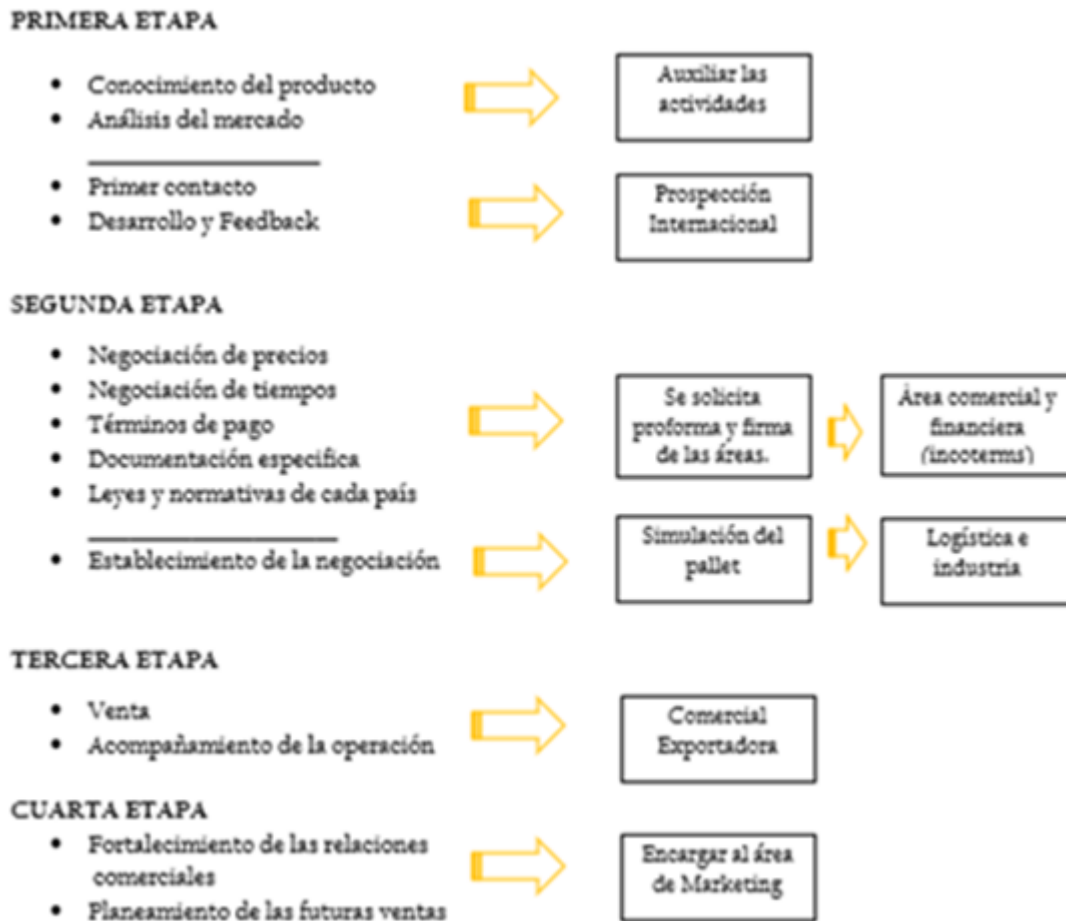


Ilustración 2 Proceso Comercial

## 6. Aportes

### 6.1 Aportes de la Empresa al Estudiante

Generar el espacio óptimo para aprender y adquirir experiencia profesional en el comercio exterior y todo su desarrollo a nivel global.

Originar oportunidades para crear redes de contactos en el mercado laboral (considerando el contexto internacional en el que se desenvuelve).

Desarrollar hábitos profesionales de organización y estructuración de datos.

Desenvolver negociaciones a partir de nuevas metodologías, bajo la supervisión adecuada y en sectores de gran importancia.

Participar de ferias y conferencias nacionales e internacionales enfocadas en el comercio exterior tales como logística, comercial, consultoría y company trading.

### **6.2 Aportes del Estudiante a la Empresa**

Crear bases de datos: la cual fue segmentada para que en el momento de gestionar la información pueda proporcionar nuevos clientes y fidelizar los ya existentes en el sector comercial para Latinoamérica.

Identificación de potenciales clientes: plasmando los datos más relevantes de las personas encargadas de las compras e introducción de nuevos productos en las principales retail e importadoras del mercado Latinoamericano.

-Identificación y análisis de información relacionada con los sectores objetivos: la empresa Grupo Map Business tiene como foco la representación de productos con alto valor agregado por lo que al momento de prospectar los mercados objetivo se debe hacer un análisis más profundo y riguroso debido al limitado interés existente en Latinoamérica.

Dar a conocer los productos representados por la empresa con los principales importadores y sectores objetivo.

Ser reconocido como el mejor vendedor al por menor del producto “BioArt Biocosmetic” en la feria internacional BIOTECH realizada en la ciudad de Sao Paulo.

## 7. Consideraciones Finales

Durante la pasantía en Grupo Map, se evidenció la gran importancia de las bases de datos y, principalmente, su buena gestión, en el proceso de prospección y búsqueda de nuevos mercados, ya que es esencial contar con esta herramienta para el éxito de la operación comercial.

Aunque el comercio exterior se ha facilitado con el tiempo, sigue siendo un sector complejo que todavía requiere conocimientos especializados para poder realizar un trabajo adecuado y, sobre todo, ideal.

En América Latina, sigue siendo un proceso burocrático, lento y con muy pocos resultados. Aspectos culturales, políticos, religiosos y económicos son factores cíclicos que afectan los intentos de desarrollo. Además, la competencia constante con los productos chinos crea una gran dificultad para hacer negocios. Sin embargo, las alianzas realizadas por el equipo y el buen trabajo realizado en Grupo Map generaron la suficiente confianza en empresas con mucho potencial para participar en el comercio exterior y el proceso de internacionalización.

### Referencias bibliográficas

Alami, Z. (s.f.). *internacionalmente.com*. Obtenido de

<https://internacionalmente.com/prospeccion-de-mercados-internacionales/>

Dual up consulting. (s.f.). <http://www.dualup.pt>. Obtenido de <http://www.dualup.pt/exportar>

Dueñas, J. (s.f.). *diariodelexportador.com*. Obtenido de

<https://www.diariodelexportador.com/2016/06/prospeccion-de-mercados-necesaria-para.html>

Filella, A. P. (11 de marzo de 2017). *linkedin*. Obtenido de

<https://www.linkedin.com/pulse/bases-de-datos-y-su-importancia-en-las-empresas-prieto-filella/?originalSubdomain=es>

*Grostein Sociedades Anonimas* . (16 de junio de 2015). Obtenido de

<https://www.contadoresdeluruguay.com.uy/>

*Grupo Map Business*. (s.f.). Obtenido de <https://www.grupomapbusiness.com/>

*https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es*. (s.f.). Obtenido de

[https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAA  
AAEAMtMSbF1jTAAASNDC2MLtbLUouLM\\_DxbIwMDS0MDI7BAZlqlS35ySGVBq  
m1aYk5xKgANaEyyNQAAAA==WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAA<br/>AAEAMtMSbF1jTAAASNDC2MLtbLUouLM_DxbIwMDS0MDI7BAZlqlS35ySGVBq<br/>m1aYk5xKgANaEyyNQAAAA==WKE)

Quiroa, M. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de [economipedia.com](http://economipedia.com)