

Guía Docente

Modalidad virtual

Ecosistema de la Internacionalización y Fiscalidad Empresarial

Curso 2026/27

**Máster Universitario en Estrategia,
Liderazgo y Gestión
Empresarial (MBA)**



UCAV

www.ucavila.es

0



Datos descriptivos de la Asignatura

Nombre:	Ecosistema de la Internacionalización y Fiscalidad Empresarial
Carácter:	OPTATIVA
Código:	10314MEL
Curso:	1º, 2º SEMESTRE
Duración (Semestral/Anual):	SEMESTRAL
Nº Créditos ECTS:	6
Prerrequisitos:	NINGUNO
Lengua en la que se imparte:	CASTELLANO
Módulo:	ESPECIALIDAD EN INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIO EXTERIOR
Materia:	Ecosistema de la Internacionalización y Fiscalidad Empresarial

1



Profesorado

Responsable docente: Sergio Luis Náñez Alonso

Email: sergio.nanez@ucavila.es

Profesores de la Asignatura:

- **Profesor 1:** Sergio Luis Náñez Alonso
 - **Currículo:** Profesor Titular de Universidad Acreditado por ANECA en Ciencias Empresariales. Cuenta con un Sexenio de Investigación (tramo 2019-2024) reconocido por ANECA-CNEAI. Doctor en Derecho y Economía por Universidad CEU-San Pablo. Sobresaliente Cum Laude. Acreditado por ANECA como Profesor

Contratado Doctor y Profesor de Universidad Privada. Máster en Desarrollo Sostenible, Licenciado en Adm. y Dir. de Empresas y Licenciado en Derecho. Varias estancias de docencia e investigación en Universidades Internacionales (Cracovia, Messina, Szczecin, Gante, Stavanger, Oporto entre otros). Director de TFG en CHE-EDE (Países Bajos) y Director del programa International Business Carrusel.

- **Email:** sergio.nanez@ucavila.es

Profesor 2: Guillermo Rivas-Plata

- **Currículo:** Profesional, consultor y docente de Comercio Internacional con más de 30 años de experiencia en exportación, importación e internacionalización empresarial. Especialista en aduanas, fiscalidad internacional, Sostenibilidad y medioambiente en comercio internacional, digitalización en el comercio exterior, logística, e Incoterms, así como en procedimientos de acceso a mercados y cumplimiento normativo. Profesor y coordinador de programas de Comercio Internacional y tutor de proyectos empresariales en Cámaras de Comercio y escuelas de negocio. Autor de publicaciones y manuales especializados en comercio exterior, compraventa internacional, aduanas, logística y nuevos procesos digitales de internacionalización.
- **Email:** grpsierra@acocex.es

Profesor 3: Alejandra Ramírez Cuenca

- **Currículo:** Profesora universitaria, escritora y consultora con más de 15 años de experiencia en internacionalización de empresas, atracción de inversión extranjera y comunicación intercultural, desarrollada en los sectores público y privado y en entornos académicos e institucionales internacionales. En el ámbito público, ha desempeñado funciones de responsabilidad y asesoramiento en Cámaras Oficiales de Comercio, el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid. Entre otros cargos, ha sido asesora del Área de Inversión Extranjera del Ayuntamiento de Madrid, especializada en la atracción de inversión de empresas tecnológicas, innovadoras y del sector de las telecomunicaciones. Desde esta posición, lideró la interlocución institucional con más de 50 embajadas y representaciones diplomáticas acreditadas en España, así como con empresas y organismos internacionales vinculados a proyectos de inversión y expansión empresarial. Asimismo, ha sido directora del Vivero de Empresas de San Blas y asesora de emprendimiento en la Comunidad de Madrid. Cuenta con experiencia profesional en mercados

internacionales, con especial conocimiento del entorno europeo y experiencia previa en China y América Latina, desarrollando proyectos de internacionalización de empresas, atracción de inversión y desarrollo empresarial, especialmente en los sectores tecnológico y de telecomunicaciones. Su trayectoria combina la internacionalización de empresas con la comunicación intercultural y la sociolingüística aplicada, especialmente en contextos profesionales, institucionales y multiculturales, junto con la docencia universitaria y la formación de profesionales vinculados a instituciones europeas (Comisión Europea, Parlamento Europeo, etc.). Es autora de diversas publicaciones sobre internacionalización, emprendimiento, China, comercio electrónico, mediación y gestión de conflictos.

- Email: profesoraalejandrarc@gmail.com

2



Objetivos y competencias

2.1. CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS

- CN2 - Aplicar criterios válidos y reflexivos a partir de información incompleta o limitada con el fin de contribuir a una acertada toma de decisiones en el ámbito de la dirección y administración de empresas

2.2. HABILIDADES O DESTREZAS

- H4 - Analizar en profundidad la dimensión global y general de los negocios, así como el entorno más específico como fuente de valor, incluyendo aspectos como el riesgo político, la regionalización, los mercados emergentes, identificando el impacto en elementos económicos y corporativos de la institución bajo gestión.

2.3. COMPETENCIAS

- C8 - Adaptarse y resolver situaciones complejas en entornos empresariales desconocidos y con una coyuntura económica desfavorable.

- C9 - Analizar y sacar ventaja competitiva del conjunto de cambios legales y fiscales que debe tener en cuenta cualquier organización según el contexto y la coyuntura económica en cada momento.

2.4. COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT1 - Desarrollar un profundo respeto a los derechos humanos, los derechos fundamentales y los valores democráticos.
- CT5 - Promover la formación integral mediante la adquisición de conocimientos científicos, humanísticos y artísticos.

2.5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

- CN-IECE1 - Conocer las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen en la internacionalización empresarial.
- H-IECE1 - Identificar diferentes vías por las que una empresa puede introducirse en un mercado exterior.
- C-IECE1 - Diseñar una política capaz de cubrir o reducir los diferentes riesgos subyacentes a una operación empresarial de carácter internacional desde las diferentes perspectivas de un negocio.
- CN-IECE2 - Comprender la operativa de la gestión empresarial de una empresa internacionalizada.

3.1. PROGRAMA

Bloque 1. Fiscalidad empresarial en operaciones internacionales. Prof. Sergio Nández (2h).

1.1 Fiscalidad de la internacionalización. Principales implicaciones fiscales de la internacionalización, Fiscalidad de operaciones y rentas internacionales, Convenios para evitar la doble imposición.

1.2. Riesgos fiscales y cambios normativos: Riesgos fiscales básicos en una operación internacional, Cambios normativos con impacto en la empresa.

Bloque 2. Operativa y gestión de la internacionalización. Prof. Guillermo Rivas Plata (7h).

2.1 Operativa de acceso a mercados internacionales (2 horas): Modalidades de entrada en mercados exteriores. Exportación directa e indirecta. Distribuidores, agentes y socios locales. Implantación comercial. Criterios operativos para elegir una modalidad de entrada.

2.2. Gestión operativa de la empresa internacionalizada (2 horas): Organización de las operaciones internacionales. Documentación y procedimientos. Aduanas y requisitos operativos. Incoterms. Coordinación logística y documental.

2.3. Cumplimiento, sostenibilidad y digitalización en comercio exterior (2 horas): Compliance en operaciones internacionales. Requisitos regulatorios. Sostenibilidad aplicada al comercio exterior. Digitalización de procesos. Herramientas tecnológicas aplicadas a la operativa internacional.

2.4. Aplicación práctica (1 hora): Resolución de un caso de entrada en un mercado exterior. Identificación de modalidad de entrada, requisitos operativos y principales riesgos.

Bloque 3. Ecosistema institucional, inversión extranjera, comunicación intercultural, inteligencia artificial y nuevas tecnologías aplicadas a la internacionalización. Prof. Alejandra Ramírez Cuenca (7h).

3.1 Ecosistema institucional de apoyo a la internacionalización (1,5 horas): Principales actores públicos y privados de apoyo a la internacionalización. ICEX, Cámaras de Comercio, oficinas económicas y comerciales, embajadas, cámaras bilaterales, agencias de inversión y organismos europeos. Localización de ayudas, programas, financiación y recursos para la internacionalización. Identificación del interlocutor adecuado según el objetivo de la empresa. Diseño de un mapa de actores para un proyecto de internacionalización.

3.2. Diplomacia económica, relaciones institucionales y redes de internacionalización (1 hora): Papel de embajadas y representaciones diplomáticas en los procesos de internacionalización. Oficinas comerciales y diplomacia económica. Relaciones entre empresas, Administraciones y organismos internacionales. Construcción de agendas institucionales y empresariales. Identificación y priorización de interlocutores. Desarrollo de alianzas y redes para facilitar el acceso y la implantación en mercados exteriores.

3.3. Atracción de inversión extranjera e implantación empresarial (1,5 horas): Factores que influyen en la decisión de localización de una empresa. Atracción de inversión extranjera. Propuesta de valor territorial. Implantación y soft landing de empresas extranjeras. Conexión con ecosistemas empresariales y de innovación. Inversión, tecnología, telecomunicaciones y talento. Papel de las Administraciones y agencias de promoción de inversiones.

3.4. Comunicación intercultural, sociolingüística y mediación en los negocios internacionales (1,5 horas): Códigos lingüísticos, socioculturales y profesionales. Construcción de confianza en contextos internacionales. Adaptación del registro y del estilo comunicativo según interlocutor e institución. Diferencias culturales en negociación y toma de decisiones. Prevención de malentendidos. Mediación intercultural en conflictos empresariales e institucionales.

3.5. Inteligencia artificial y nuevas tecnologías aplicadas a la internacionalización empresarial y organizacional (1,5 horas): Uso de inteligencia artificial y herramientas digitales para la identificación de oportunidades internacionales. Localización de ayudas, programas, socios, redes e interlocutores mediante plataformas y recursos tecnológicos. Investigación preliminar de mercados y entornos institucionales a través de bases de datos, herramientas digitales y sistemas de análisis. Aplicación de tecnologías digitales a la gestión de información y a la toma de decisiones en contextos internacionales. Uso de inteligencia artificial en la comunicación empresarial, institucional e intercultural. Aplicación de tecnologías digitales a la gestión de relaciones, redes, proyectos y procesos de internacionalización. Aplicaciones de la inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes en procesos de internacionalización, implantación y desarrollo de empresas y organizaciones. Verificación de fuentes, identificación de sesgos y análisis de riesgos asociados al uso de inteligencia artificial y herramientas digitales.

3.2. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS Y ENLACES

➤ BIBLIOGRAFÍA

- BÁSICO: MATERIAL PDF PROPORCIONADO POR LOS PROFESORES EN LA PLATAFORMA
- COMPLEMENTARIO:

Bartlett, C. A., Beamish, P. W., & Delios, A. (2024). *Transnational management: Concepts and cases in cross-border management* (9th ed.). Cambridge University Press.

Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.

Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy* (2nd ed.). Edward Elgar Publishing.

Ghemawat, P. (2007). *Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter*. Harvard Business School Press.

- Hill, C. W. L. (2023). *International business: Competing in the global marketplace* (14th ed.). McGraw Hill.
- Meyer, E. (2014). *The culture map: Breaking through the invisible boundaries of global business*. PublicAffairs.
- Peng, M. W. (2023). *Global business* (5th ed.). Cengage.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rodrik, D. (2011). *The globalization paradox: Democracy and the future of the world economy*. W. W. Norton & Company.
- Rumelt, R. P. (2011). *Good strategy/bad strategy: The difference and why it matters*. Crown Business.
- Verbeke, A., & Lee, I. H. (2021). *International business strategy: Rethinking the foundations of global corporate success* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Ramírez Cuenca, M. A. (2019). *Emprendedores globales: La internacionalización al alcance de startups y pymes responsables*. Be Global.
- Ramírez Cuenca, M. A., & García Martínez, R. (2014). *Emprender en China: Negocios, mediación, estrategias interculturales y redes sociales chinas*. Ai Vino & Be Global.
- Ramírez Cuenca, M. A. (2018). *Emprender en la era digital: Guía práctica para elaborar tu plan de negocios e internacionalizarte a través del ecommerce*. Grupo Editorial Círculo Rojo.
- Cómo Operar en Comercio Exterior — Agroleader, 2008.
- Guía de Negocio Perú-España — Cruz Roja, 2010.
- Información y Gestión Operativa de la Compraventa Internacional — Certificados de Profesionalidad ADAMS, 2013.
- Guía para la Preparación de Profesionales de Comercio Exterior y Operaciones Internacionales (Manual CICP) — 2013.
- Preparando la documentación de la compraventa para el proceso digital de aduanas, transporte y sostenibilidad de 2025 en Europa/España — Cámara de España, 2025.
- Ramírez Gómez, S: Lecciones de fiscalidad internacional. Madrid: Tecnos. ISBN: 9788430962747 (última edición)
- López Espadafor, C-M. : Principios básicos de fiscalidad internacional. Madrid: Marcial Pons. ISBN:9788497687768 (última edición)
- Listado de CDI actualizado: <http://www.minhap.gob.es/es-ES/Normativa%20y%20doctrina/Normativa/CDI/Paginas/CDI.aspx>

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- (CT) Clases teóricas:

El profesor desarrollará los contenidos propios de la asignatura mediante el uso de recursos tecnológicos. Este modelo ofrece la posibilidad de ofrecer una visión global del tema tratado e incidir en aquellos conceptos claves para su comprensión. Asimismo, se indicará a los estudiantes aquellos recursos más recomendables para la preparación posterior del tema en profundidad. Aquí se incluirá la exposición virtual.

· **(CP) Clases prácticas:**

El estudiante pone en práctica los conocimientos adquiridos a través de los contenidos aprendidos en la teoría. En esta metodología se incluyen los estudios de casos, ejercicios y problemas.

· **(MTA) Metodología de trabajo autónomo:**

Metodologías donde el estudiante aprende nuevos contenidos, de forma autónoma, a partir de orientaciones del profesor o por parte de material didácticos diseñado al efecto. La actividad se centrará en la búsqueda, localización, análisis, elaboración y exposición de la información trabajada de manera personal permitiendo al estudiante marcar sus propios objetivos, organizando y planificando su trabajo. Se incluyen el trabajo, trabajo autónomo del estudiante, actividades en la plataforma virtual y elaboración del Trabajo Fin de Máster.

· **(T) Tutoría:**

Se trata del seguimiento individualizado de la actividad del estudiante para asegurar las mejores condiciones de aprendizaje. En estas tutorías los estudiantes pueden consultar con los profesores las dudas acerca de la asignatura estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz. Se incluyen las tutorías.

· **(P) Pruebas:**

El estudiante mediante distintas actividades demuestra haber adquirido las competencias propias de la titulación. Se incluyen las actividades de evaluación.



La evaluación es un componente fundamental de la formación del alumno. Está compuesta por un examen final escrito y la evaluación continua, que consta de 2 casos/actividades evaluables.

La evaluación de esta asignatura se realiza mediante la media del examen (valorado en un 70%) y la realización de actividades de evaluación (dos actividades, con valor del 15% cada una).

➤ Examen (70 % de la nota final)

La superación de dicho examen constituye un requisito indispensable para la superación de la asignatura. El alumno deberá tener en el examen al menos un 5 para poder realizar la ponderación de notas. El alumno con nota inferior se considerará suspenso. El alumno dispondrá de dos convocatorias de examen por curso académico.

No se guardará la nota del examen, si éste estuviera aprobado, para una convocatoria posterior.

El examen será tipo test, con 50 preguntas y 1h para responder. Las preguntas tendrán 4 posibles respuestas, de las que una sola será la correcta.

Cada respuesta correcta, sumará por tanto 0,2 puntos.

Las preguntas mal contestadas no suman ni restan puntuación.

Las preguntas no respondidas no suman ni restan puntuación.

El alumno no puede usar material adicional, papel o bolígrafo durante la prueba.

➤ Actividades de evaluación (30% de la nota final)

La superación de las actividades de evaluación no constituye un requisito indispensable para la superación de la asignatura. En el caso de tener estas actividades superadas, y no aprobar el examen; se guardará su nota hasta la segunda convocatoria de examen perteneciente al curso académico actual.

No se admitirán trabajos fuera de la fecha límite de entrega, que será comunicada al alumno con suficiente antelación.

Solo se puede entregar una actividad de evaluación durante el curso. En caso de estar suspensa, pero el examen aprobado el profesor valorará el autorizar una entrega mejorada.

EJERCICIOS Y ACTIVIDADES EVALUABLES	PROPORCIÓN
Caso práctico 1	15%
Caso práctico 2	15%
Examen final	70%
TOTAL	100%

Criterios de calificación de la evaluación continua

Los criterios para la evaluación de los casos prácticos se presentan en la siguiente tabla, donde se resumen los aspectos a valorar y el porcentaje que representa cada uno de los mismos:

COMPONENTES EVALUABLES	PROPORCIÓN
Contenidos generales	10%
Temas de especialidad	75%
Otras aportaciones	15%
TOTAL	100%

Para el apoyo tutorial, el alumno tendrá a su disposición un equipo docente encargado de acompañar al alumno durante toda su andadura en el proceso formativo, prestando una

atención personalizada al alumno. Sus funciones están claramente diferenciadas complementándose al mismo tiempo. Las personas principales de este acompañamiento tutorial son:

- **Orientador Académico Personal:** encargado de planificar al alumno el estudio de la asignatura en función del tiempo disponible, incluso realiza nuevas planificaciones ajustándose a nuevos periodos marcados por el alumno según sus circunstancias personales y familiares. Otra de sus funciones es la de realizar un seguimiento del estudio del alumno, así como de dar al alumno información de carácter general necesaria en su proceso formativo.
- **Profesor docente:** encargado de resolver todas las dudas específicas de la asignatura y de informar al alumno de todas las pautas que debe seguir para realizar el estudio de la asignatura.

El alumno dispondrá de un horario de tutorías para contactar con estas figuras durante toda su formación académica. La información sobre el horario la encontrará el alumno en la plataforma virtual.

Horario de tutorías de la asignatura: En relación con los horarios de atención en tutorías para consultas, aclaración de dudas, revisiones de trabajos y exámenes, etc., el profesor informará en la plataforma Blackboard de las franjas en las que tenga disponibilidad, pudiendo variar de un cuatrimestre a otro y también durante los meses de verano. Todo ello será informado oportunamente y con suficiente antelación a través del Campus Virtual.

Herramientas para la atención tutorial:

Plataforma Blackboard

Atención telefónica.

Horario de la asignatura: El alumno deberá consultar los horarios de clases de la asignatura en el apartado correspondiente dentro de la página web de la UCAV: www.ucavila.es. Igualmente, se informará de ellos en la Plataforma Blackboard.

Las sesiones se desarrollarán según la siguiente tabla, en la que se recogen el calendario de temas y las actividades de evaluación:

Sesión	Contenidos	Actividades y evaluación
Sesión 1 – 2 h	Bloque 1. Fiscalidad empresarial en operaciones internacionales. Prof. Sergio Náñez. 1.1. Fiscalidad de la internacionalización: principales implicaciones fiscales, fiscalidad de operaciones y rentas internacionales y convenios para evitar la doble imposición. 1.2. Riesgos fiscales y cambios normativos: riesgos fiscales básicos en una operación internacional y cambios normativos con impacto en la empresa.	Presentación de la asignatura y desarrollo del Bloque 1.
Sesión 2 – 4 h	Bloque 2. Operativa y gestión de la internacionalización. Prof. Guillermo Rivas Plata. 2.1. Operativa de acceso a mercados internacionales (2 h): modalidades de entrada, exportación directa e indirecta, distribuidores, agentes, socios locales e implantación comercial. Criterios para seleccionar la modalidad de entrada. 2.2. Gestión operativa de la empresa internacionalizada (2 h): organización de operaciones internacionales, documentación y procedimientos, aduanas, Incoterms y coordinación logística y documental.	Desarrollo de contenidos y análisis aplicado de alternativas de entrada y operativa internacional.
Sesión 3 – 3 h	Bloque 2. Operativa y gestión de la internacionalización. 2.3. Cumplimiento, sostenibilidad y digitalización en comercio	Resolución de un caso práctico: identificación de la modalidad de entrada,

	exterior (2 h): compliance, requisitos regulatorios, sostenibilidad, digitalización de procesos y herramientas tecnológicas. 2.4. Aplicación práctica (1 h): resolución de un caso de entrada en un mercado exterior.	requisitos operativos y principales riesgos.
Sesión 4 – 4 h	Bloque 3. Ecosistema institucional, inversión extranjera, comunicación intercultural, IA y nuevas tecnologías. Prof. Alejandra Ramírez Cuenca. 3.1. Ecosistema institucional de apoyo a la internacionalización (1,5 h): ICEX, Cámaras, oficinas económicas y comerciales, embajadas, cámaras bilaterales, agencias de inversión y organismos europeos; ayudas, financiación y mapa de actores. 3.2. Diplomacia económica, relaciones institucionales y redes (1 h): diplomacia económica, relaciones empresa-Administración, agendas institucionales, interlocutores, alianzas y redes. 3.3. Atracción de inversión extranjera e implantación empresarial (1,5 h): localización empresarial, inversión extranjera, propuesta de valor territorial, soft landing, innovación, tecnología, talento y agencias de promoción.	Desarrollo de contenidos y elaboración/análisis de mapas de actores, redes e interlocutores para proyectos de internacionalización.
Sesión 5 – 3 h	Bloque 3. Ecosistema institucional, inversión extranjera, comunicación intercultural, IA y nuevas tecnologías. 3.4. Comunicación intercultural, sociolingüística y mediación (1,5 h): códigos lingüísticos y socioculturales, confianza, adaptación comunicativa, negociación, prevención de malentendidos y	Aplicación práctica de herramientas digitales e IA a procesos de internacionalización, con especial atención a la verificación de fuentes, sesgos y riesgos.

mediación intercultural. **3.5. Inteligencia artificial y nuevas tecnologías aplicadas a la internacionalización (1,5 h):** identificación de oportunidades, ayudas, socios y mercados; análisis de información; comunicación empresarial e intercultural; gestión de redes y proyectos; tecnologías emergentes; verificación de fuentes, sesgos y riesgos de la IA.

El plan de trabajo y las semanas son orientativos, pudiendo variar ligeramente, dependiendo de la evolución del alumno durante las distintas sesiones.