

Diplomado en **EXPANSIÓN INTERNACIONAL** (Versión en línea)

ITAM

Extensión Universitaria
y Desarrollo Ejecutivo

Nota: Este programa es en la modalidad en línea a través de la herramienta Zoom. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del curso en el grupo al cual se haya inscrito.



Coordinadora y expositora:
María del Carmen Cabrera Cisneros

Ingeniera Industrial por la Universidad Iberoamericana. Cuenta con un Diplomado en Mercadotecnia y una Maestría en Dirección Internacional por el ITAM, con estudios en la École Supérieure de Commerce en Francia. Cursó el Diplomado en Estudios de la Integración Europea y el Seminario "Mercadotecnia y Exportación hacia el Mercado Europeo" en Rotterdam, impartido por el CBI (Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries), dependencia del Ministerio de Asuntos Exteriores de Holanda. Tiene una Maestría en Neuromarketing por la Universidad Internacional de La Rioja. Desde hace 30 años dirige Comercio Internacional Mexicano S.A. de C.V., empresa exportadora de joyería de plata y artesanía mexicana, con más de 30 años dedicada al comercio exterior. La empresa ha sido reconocida con el Premio de Exportación de la Ciudad de México en 1998 y el Premio Nacional de Exportación en 2009 y 2021. Es fundadora y propietaria de la marca y la franquicia BusinessKids, especializada en emprendimiento infantil, con 142 franquicias en 36 países. Ha impartido las materias de Administración Internacional en el ITAM, así como Mercadotecnia Global, Mercadotecnia Internacional y Tratados de Libre Comercio en la Universidad Iberoamericana. Ha sido docente en el Diplomado de Comercio Exterior del ITAM y en el Diplomado de Exportación y Ventas Internacionales de Franquicias en la misma institución. Ha participado en más de 100 ferias y misiones comerciales, y en programas de formación en comercio exterior. También ha colaborado con organismos públicos y privados en programas de capacitación sobre exportaciones, ventas y desarrollo de estrategias para mercados internacionales.

Objetivo General:

Adquirir una visión integral y estratégica de las distintas formas de expansión internacional, desarrollando las competencias necesarias para identificar oportunidades globales, adaptar productos o servicios a diversos mercados, gestionar trámites y logística de exportación, y ejecutar procesos de negociación internacional con efectividad.

Dirigido a:

Franquiciantes, empresarios, emprendedores, estudiantes y profesionales interesados en llevar sus productos, servicios, marcas o modelos de negocio a mercados internacionales, ya sea mediante exportación directa, licenciamiento, apertura de sucursales, alianzas estratégicas o esquemas de franquicia.

Beneficios:

- Dominar las principales formas de internacionalización de productos, servicios y modelos de negocio.
- Aprender a identificar y aprovechar oportunidades reales en el entorno internacional.
- Conocer los aspectos legales, operativos y culturales necesarios para operar en el extranjero.
- Incorporar estrategias de marketing y posicionamiento a nivel internacional.
- Desarrollar habilidades clave para negociar, cerrar acuerdos y expandirse globalmente.

Módulo 1: Formas de expansión internacional y su importancia en el contexto actual

Objetivo:

Comprender las distintas modalidades de expansión internacional, su marco legal y su aplicabilidad en función del tipo de negocio, así como desarrollar una mentalidad global capaz de operar estratégicamente en distintos entornos económicos, culturales y regulatorios.

Temario:

1. **Contexto actual de los mercados internacionales:** historia de la globalización, cambios recientes, tendencias geoeconómicas y nuevas oportunidades de negocio.
2. **Franquicias:** definición, esquemas posibles (individual, regional, máster), marco legal en México y en el extranjero, documentos necesarios como el FDD y el dossier de información precontractual.
3. **Licencias:** uso de licencias como mecanismo de expansión, alcance, ventajas, desventajas y elementos clave del contrato de licencia.
4. **Joint Venture:** funcionamiento de las alianzas estratégicas internacionales, responsabilidades de las partes, marco legal y criterios para su implementación.
5. **Partenariado:** análisis del partenariado como fórmula de colaboración empresarial, sus beneficios y posibles riesgos.
6. **Inversión directa en el extranjero:** apertura de operaciones con recursos propios, procesos de establecimiento legal y contable en otros países.
7. **La empresa exportadora:** criterios para tomar la decisión de exportar, teoría del comercio internacional, competitividad de naciones y factores productivos.
8. **Mercadotecnia y negocios internacionales:** diferencias entre mercadotecnia local, de exportación, internacional, multinacional y global, así como estrategias de penetración de mercados.
9. **Cultura global:** impacto de las diferencias culturales en los negocios, comportamiento del consumidor internacional, adaptación de modelos de negocio y perfil del talento en comercio exterior.
10. **Planeación estratégica:** aplicación de la planeación estratégica a la expansión internacional y alineación con los objetivos corporativos.

11. **Administración internacional:** estructuras organizacionales, recursos necesarios para la internacionalización, financiamiento, análisis de materiales y registros de marca.

Módulo 2: M Mercadotecnia internacional

Objetivo:

Aplicar herramientas de mercadotecnia tradicionales y digitales al proceso de internacionalización de marcas, productos, servicios o franquicias, maximizando su visibilidad, posicionamiento y aceptación en distintos mercados.

Temario:

1. **Mi marca en el mundo:** definición de la oferta exportable, diferencias entre franquicias de productos y de servicios, y el papel estratégico de la marca en mercados globales.
2. **Las 4 P en mercadotecnia internacional:**
 - **Producto:** tipos de oferta (local, internacional, global), adaptación del modelo de negocio, ciclo de vida y estandarización vs. personalización.
 - **Precio:** benchmarking, bandas de precios por país, estrategias de diferenciación y fijación de precios por mercado.
 - **Plaza (distribución):** aliados estratégicos, cadenas de distribución, intermediarios, agentes y canales más adecuados según el tipo de producto o mercado.
 - **Promoción:** herramientas presenciales y digitales, ferias, redes sociales, plataformas de franquicias, Web 3.0, marketing de influencia y aplicaciones.
3. **Marketing internacional:**
 - Tipos de mercadotecnia (pull, push, etc.), fuerzas del mercado de Porter, investigación y segmentación internacional.
 - Nuevas generaciones de consumidores, análisis de oportunidades por región, barreras comerciales y selección de mercados objetivo.
 - Branding internacional y formulación de estrategias integrales de marketing adaptadas a los distintos contextos.

Módulo 3: Comercio exterior, trámites, documentos y logística de importaciones y exportaciones

Objetivo:

Identificar los trámites, documentos y procesos logísticos necesarios para exportar o importar mercancías, replicar modelos de negocio en el extranjero y cumplir con las regulaciones locales e internacionales.

Temario:

1. **Suministro e insumos:** decisiones entre compras locales, exportación de mercancías, evaluación de proveedores, control de calidad internacional y su impacto en el precio final.

2. **Trámites y legislación aduanera:** proceso de exportación/importación, regímenes aduaneros, papel del agente aduanal, documentación clave (factura comercial, lista de empaque, certificados de origen, etc.).
3. **Incoterms 2020:** interpretación y aplicación práctica en operaciones internacionales, responsabilidades y costos asociados.
4. **Logística internacional:** transporte (modalidades, documentos, seguros), manejo de muestras, seguimiento de carga y herramientas digitales.
5. **Clasificación arancelaria:** sistemas internacionales, aranceles, cuotas compensatorias, impuestos antidumping y su efecto en la estrategia de exportación.
6. **Barreras comerciales:** regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias, su marco legal y aplicación por sector.
7. **Valor en aduana:** criterios de valoración según el GATT, precios estimados, vinculación, precios de transferencia y su impacto fiscal.
8. **Tratados internacionales:** principales TLC firmados por México, reglas de origen, calendarios de desgravación y uso estratégico en la exportación.
9. **Propiedad intelectual:** registro de marcas en México y el extranjero (Protocolo de Madrid), derechos de autor, patentes y valoración de activos intangibles.

Módulo 4: Negociación internacional

Objetivo:

Incorporar herramientas prácticas para llevar a cabo negociaciones internacionales exitosas, considerando variables culturales, comerciales y estratégicas para cerrar acuerdos sólidos y sostenibles.

Temario:

1. **Fundamentos de la negociación internacional:** tipos, estilos, diferencias culturales, preparación y adaptación según el perfil del socio o cliente.
2. **Proceso de venta internacional:** prospección, presentación efectiva, identificación de necesidades, manejo de objeciones y técnicas de cierre.
3. **Etapas clave de la negociación:** desde el primer contacto hasta la firma del acuerdo, seguimiento postventa y gestión de la relación comercial.
4. **Cobranza internacional:** estrategias, prevención de riesgos y sostenibilidad de los acuerdos firmados.
5. **Proyecto integrador:** presentación final de una propuesta de expansión internacional sustentada en los aprendizajes del diplomado.

Expositores:

Rafael Sosa Carpenter

Consultor y académico con más de 30 años de experiencia en comercio exterior, colaborando con pymes, grandes empresas, gobiernos y organismos como el BID, ALADI y la Unión Europea. Es perito en comercio exterior y aduanas del Consejo de la Judicatura Federal, y experto técnico acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA). Fue coordinador de grandes empresas en el Premio Nacional de Exportación y ha presidido organismos como la RACNI y la rama 55 de Canacina. Tiene doble licenciatura en Relaciones Internacionales

(UNAM) y Comercio y Negocios Internacionales, así como doctorado en Relaciones y Negocios Internacionales por la Universidad Autónoma de Barcelona. Cuenta con especialidades en comercio exterior (UNAM), integración europea (ITAM) y más de siete certificaciones del CONOCER en temas de capacitación, exportación y operación aduanera. Fue consultor en Bancomext y PricewaterhouseCoopers, y ha sido autor de siete libros, cuatro guías de exportación y numerosos artículos publicados en medios de América Latina y Europa. Es un referente en evaluación, promoción y profesionalización del comercio exterior en México.

Edgar Hernández Díaz

Doctor en Ciencias Administrativas por la University of Texas at Austin, con Maestría en Asuntos Internacionales por la Universidad de Columbia en Nueva York y Licenciado en Economía con mención honorífica por la UNAM. Con una sólida trayectoria en organismos multilaterales, fue consultor internacional para la OEA durante diez años, y también trabajó en análisis y evaluación de proyectos para la ONU. Es socio director de Management Technology S.C., firma con más de 30 años de experiencia en estrategia empresarial y planeación de negocios. Actualmente, es coordinador del Diplomado en Negocios Internacionales del ITAM, donde ha desarrollado contenidos académicos aplicados a la realidad mexicana y latinoamericana. Su visión combina economía, relaciones internacionales y negocios, con enfoque estratégico en políticas públicas, desarrollo de capacidades empresariales y asesoría para organizaciones globales.

Susana Duque Roquero

Directora General del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE), con amplia experiencia en el diseño y gestión de programas de internacionalización, atracción de inversión y desarrollo empresarial. Es licenciada en Relaciones Internacionales por la Universidad Iberoamericana, egresada del Programa de Alta Dirección del IPADE, y con especialidad en integración europea por el ITAM. Ha ocupado cargos de alta dirección en instituciones como el INADEM, ProMéxico, index, NAFINSA y ToJoy Holding Group. Destaca su liderazgo en cooperación internacional, programas de competitividad y desarrollo exportador. Forma parte de la Comisión de Diversidad e Inclusión del Consejo Coordinador Empresarial y desde 2022 es miembro del grupo técnico del CONOCER para el diseño de estándares de atracción de inversión extranjera. Su experiencia combina estrategia institucional, promoción internacional y liderazgo público-privado.

Héctor F. Alcázar Córdova

CEO de Alcázar & Compañía, consultora especializada en franquicias, calidad, reingeniería y aceleración de negocios. Es vicepresidente del capítulo México de Front Consulting International (FCI), y ha sido consejero y asesor de PyMEs en diversos sectores. Imparte cátedra en el Diplomado de Exportación y Ventas Internacionales de Franquicias (ITAM y AMF) y en CESSA, con materias como Internacionalización de Franquicias y Negociación Internacional. Es conferencista en medios y foros nacionales e internacionales, y ha liderado proyectos de estructuración de franquicia, desarrollo de emprendedores y expansión de modelos de negocio en América Latina. Ha capacitado a empresarios en organismos como CONCANACO y CANACO en diversos estados. Su visión conecta crecimiento empresarial, innovación y modelos de franquicia como vehículo de expansión.

Dr. Jorge Valencia L.

CEO de Grupo Interfranquicias Latam, presidente del Instituto Latinoamericano de la Franquicia y vicepresidente para Latinoamérica de la Latino Franchise Association. Reconocido como el FranchiseZar®, tiene 30 años de experiencia en desarrollo de franquicias, en particular del sector gastronómico. Es autor del libro “¿Realmente las franquicias son garantía de éxito?” y creador del modelo “La Fórmula de la Franquicia”, galardonado con el

Micrófono de Oro. Ha impartido más de 500 conferencias en América y Europa, promoviendo la tropicalización del modelo de franquicia en Latinoamérica. Cuenta con la certificación CFE de la International Franchise Association, y ha sido incluido entre los 100 líderes mundiales en franquicias (2025). Posee maestría en franquicias (Universidad Nova de Miami), MBA en Finanzas, y es Doctor Honoris Causa. Ha recibido diversos premios nacionales e internacionales por su liderazgo e impacto en el ecosistema emprendedor.

Miguel Ávila Núñez

Emprendedor con más de 25 años de experiencia en desarrollo de negocios, franquicias y tecnología. Es Global MBA por la EAE Business School y la Universidad de Barcelona, con maestría en Administración y licenciatura en Informática por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, además de un diplomado en Finanzas por el Tec de Monterrey. Es vicepresidente de Servicios en CANACO Morelos y del Instituto Latinoamericano de la Franquicia. Fundador de las franquicias Yafah Express® y Yafah Skin Center, además de cofundador de Zensato y Aqua Vitalis, con modelos enfocados en bienestar y productividad. Desde 2021 es franquiciatario maestro de BusinessKids. Ha liderado transformaciones digitales para Sonepar en México y Brasil, incluyendo implementaciones de Office 365, ERP, BI, eCommerce y WMS, mostrando un sólido dominio de tecnologías aplicadas al crecimiento empresarial.

Enrique U. Alcázar Córdova

Abogado y especialista en Alta Dirección (IPADE), Business Law (Ibero), Propiedad Intelectual (ITAM), Franchise Management (Nova Southeastern University) y Ecosistemas Emprendedores (Universidad de Salamanca). Fundador y presidente de Alcázar & Compañía desde 1994. Actualmente es vicepresidente de Marcas, Franquicias y Propiedad Intelectual en CONCANACO SERVYTUR y socio de FCI México. Coordina el Comité de Propiedad Intelectual en la WCA y es parte del grupo antipiratería del IMPI. Ha sido árbitro del INDAUTOR, jurado de premios nacionales y catedrático en ITAM y Universidad Panamericana. Participa activamente en AMPPI, IFA e INTA. Fundador de Gira Franquicias, promueve el vínculo entre emprendedores, marcas e inversionistas en todo el país. Es conferencista, autor y consejero editorial con una trayectoria consolidada en propiedad intelectual, franquicias y protección de activos intangibles.