

Sputnik 4
ETAPA 4

Plan de Extensión II

EL VIAJE DEL
EMPREDIMIENTO
2020

Temuco
noviembre 2020

**TEODORO
WICKEL**
DE LA UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA

<PatagoniaLab>

EL VIAJE DEL
EMPREDENDOR
CORFO

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Manuel Hidalgo Zambrano

Subdirector Vinculación con el Medio.
CFT Teodoro Wickel.

Juan José Gutiérrez

Director Kowork Chile

COORDINADOR GENERAL

Nicolás Jara

Ingeniero Proyectos Vinculación con el Medio.
CFT Teodoro Wickel.

AUTORIA Y RECOPIACION DEL KIT COMPLEMENTARIO

Mario Adriosola Muñoz
Marcelo Peña Lamilla

TÉCNICO Y COLABOLADORES

Nicolás Jara
Carlos Leyán
Pamela Salazar

Objetivo

Profundizar en los conocimientos del área Administración, según lo dispuesto en la Etapa 4 del Viaje del Emprendedor de CORFO, específicamente en qué consiste el proceso de internacionalización de la empresa.

Contenido

- Aspectos legales, contables y tributarios a considerar para la expansión internacional.
- Estructuras de apoyo para expansión internacional

Aprendizaje esperado

Se espera que el emprendedor conozca qué temas son relevantes de revisar frente a la expansión internacional, por ejemplo, tipos de sociedades, casas matrices y filiales, impuestos, restricciones legales. Además, debe conocer estructuras de apoyo que facilitan la expansión hacia el extranjero.

INTRODUCCION

Todas y todos olvidamos lo costoso que eran los automóviles, las prendas de vestir y la tecnología hace unas décadas atrás. En aquellos años, la compra de un refrigerador, una lavadora, un equipo de música o una televisión, hacían referencias a proezas familiares y, por ende, se celebraban, agradecían y disfrutaban en familia. Hoy, dichos productos se cambian antes de que presenten fallas y, muchas veces, cuando se adquieren, no se enteran todos los integrantes del grupo familiar. Además, esperamos que los productos y servicios funcionen y que sus precios sean relativamente bajos.

Uno de los retos más importantes para una empresa de nueva creación está en su crecimiento y expansión. Bien sea por la situación económica actual o por la globalización del mundo de los negocios, la internacionalización de una startup se ha convertido en la evolución lógica del modelo de negocio de cualquier emprendedor. Lo que antes era considerado como una estrategia a largo plazo (factible únicamente tras la consolidación de la empresa en su país de origen) ha pasado a ser un movimiento esencial para el éxito de cualquier proyecto empresarial. Uno de los factores importantes ha sido la mayor experiencia internacional de los equipos, que cada vez más adquieren conocimientos empresariales de las multinacionales para luego aplicarlos a sus propios proyectos personales. La internacionalización de las startups también proviene de la aparición de nuevos mecanismos de financiamiento, como las incubadoras o el crowdfunding, que han potenciado el carácter global de las nuevas empresas.

A aquellas startups que nacen desde su inicio con vocación internacional es lo que se conoce con el término Born Global. Se trata de empresas que, bien desde el momento de su fundación o muy poco tiempo después, se lanzan al mercado internacional. Aquellas con una estrategia consistente se convierten pronto en elementos de gran importancia para el crecimiento y la dinamización económica.

A la hora de internacionalizar, si bien Internet y las nuevas tecnologías son una herramienta vital para acometer esta aventura con éxito, no son los únicos factores a tener en cuenta, ya que existen multitud de variables que requieren ser analizadas y estudiadas.

- Empezar a tomar decisiones desde el principio: Tengamos en mente la internacionalización a corto, medio o largo plazo hay que empezar a tomar decisiones desde el primer momento. Se recomienda elegir un nombre que sea sencillo de internacionalizar, especialmente desde el punto de vista fonético. Otro punto a tener en cuenta es el idioma. En este sentido, es recomendable empezar a trabajar de manera bilingüe desde el principio, ya que es algo que facilita la tarea de internacionalizar tanto si se inicia desde el minuto 0 como si se pospone meses o años.
- Adaptar las comunicaciones: Internacionalizar no sólo se trata de traducir la web, también hay que tener en cuenta las características especiales de cada mercado. En este sentido, los contenidos deben adaptarse a ellos, bien sea con la inclusión de casos de éxito locales

o con el cambio del dominio del sitio de la empresa. Esto se debe a que hay países en los que el dominio local (.cl, .es) es considerado por los usuarios como un sitio más cercano que los dominios .com. Las redes sociales son otro punto a tener en cuenta, ya que existen mercados en los que hay un mayor predominio de unas redes sociales sobre otras. Por ejemplo, a parte de Facebook o Twitter (las dos redes de referencia) hay otros sitios con un gran número de usuarios en mercados locales.

- Conoce el mercado al que te diriges: Cada país es un entorno diferente en el que existe una cultura, una idiosincrasia y un folclore especial. Analizar estos aspectos característicos del mercado ayuda mucho a la hora de conseguir un aterrizaje exitoso. Además, el conocimiento del país ayuda a ser más precisos en las estrategias de marketing. Algo tan sencillo como prestar atención a las festividades locales puede ayudar enormemente a elaborar estrategias más efectivas para posicionar tus productos. Asimismo, otra característica esencial a la hora de tener un conocimiento exhaustivo de un país es saber si en él ya existe un mercado previo en el que el producto tiene cabida y estudiar las empresas con las que habría que competir.
- Asóciate con las personas adecuadas: Para una startup, que no dispone del músculo financiero de una gran multinacional, asociarse con partners locales de referencia es una de las opciones más atractivas a la hora de llegar a un nuevo mercado. A través de estos partners, la empresa puede conseguir tener un conocimiento más cercano del mercado local y su realidad socio-económica. Para acercarse a estos socios, una de las mejores formas es asistir a eventos del sector, como ferias internacionales. Además de esto, acercarse a instituciones públicas facilita el trabajo burocrático y administrativo (por ejemplo, Prochile)
- Internacionaliza dentro para internacionalizar fuera: Para que tu empresa consiga una internacionalización exitosa debes eliminar las fronteras en tu equipo. Contar con personas que conozcan las particularidades culturales y económicas del país en el que quieres aterrizar facilita enormemente las cosas. El dominio de varios idiomas también es indispensable. Si bien hablar inglés es la necesidad básica para internacionalizar tu empresa, conocer la lengua local en países no angloparlantes es un factor de suma importancia.



1.-ASPECTOS LEGALES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Muchas empresas necesitan crear relaciones económicas internacionales para expandir su actividad, tanto para obtener fondos, adquirir materias primas o como parte de su actividad comercializadora o de producción. Estas son las denominadas empresas internacionales, existiendo dos tipos: las exportadoras – que sólo internacionalizan las actividades relacionadas con la comercialización, por lo que por lo general no necesitan tener presencia directa en el país de destino-, y las multinacionales, que sí tienen presencia en el país de destino y controlan las actividades empresariales en el exterior a través de diversas fórmulas jurídicas.

Si tu empresa ha planteado abrirse mercado en el exterior, después de realizar un estudio de mercado sobre los potenciales países en los que desea establecerse, ha llegado el momento de decidir a través de qué manera va a realizar la inversión. Existen dos fórmulas legales a la hora de constituir un negocio: sucursales, filiales, oficinas de representación, establecimientos permanentes y agentes independientes.

Las diferencias jurídicas y tributarias entre estas fórmulas son notables, es por ello que las consecuencias para tu bolsillo también lo serán.

1.1 SUCURSALES

Las sucursales nacen como consecuencia de la expansión empresarial. El afán de conseguir mayor clientela o de abarcar un mayor campo de mercado, produce la dispersión territorial de la actividad empresarial.

Podemos definir la sucursal como aquel establecimiento secundario, carente de toda personalidad jurídica propia, puesto que comparte la personalidad jurídica de las demás sucursales que puedan existir y no es otra que la de la casa matriz, de carácter permanente, con idéntico objeto que el de la matriz, pero con una instalación material distinta y clientela propia, que goza de autonomía operativa a través de un director, con facultades suficientes para realizar su función, aunque para ello esté subordinado a las directrices de la casa matriz, y sin que todo ello afecte a la unidad patrimonial de la empresa.

Por tanto, las sucursales son divisiones administrativas de una entidad y pueden ser creadas tanto por empresarios individuales, sociedades u otras entidades. Deben mantener una actividad continuada y tener un representante permanente que goza de autonomía operativa con facultades suficientes para realizar su función, aunque para ello esté subordinado a las directrices de la empresa matriz.

Carecen de personalidad jurídica propia, ya que no se trata de una sociedad distinta y jurídicamente independientes de la principal sino que es una delegación de la misma empresa que se establece en otro territorio, por lo que comparte dicha personalidad con el resto de sucursales que existan.

Las sucursales deben llevar una contabilidad propia referida a las operaciones que realicen y a los elementos patrimoniales que tengan afectos.

1.2 FILIAL

Una filial es una compañía mercantil creada con aportación de capital por parte de la empresa matriz y según las normas del estado donde se establece, por lo que se entiende como "residente" a todos los efectos. La filial tiene personalidad jurídica propia e independiente de la sociedad matriz, una verdadera autonomía jurídica, con capital, estatutos y órganos propios, pudiendo incluso tener un objeto social distinto al de la sociedad matriz.

Las decisiones que se adopten en la filial no afectan a la matriz, no siendo ésta responsable de las mismas.

Están sometidas a las leyes tributarias del estado de residencia, pagando sus propios impuestos. Son sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades y deben atenerse a las obligaciones contables y tributarias vigentes.

A la hora de repartir dividendos a los accionistas, se tratará de dividendos obtenidos por una sociedad no residente. Pagarán impuestos en el estado de la filial a través de las retenciones que ésta practique sobre su importe. Para realizar el cálculo de las retenciones habrá que tener en cuenta si existen convenios para evitar la doble tributación entre los estados implicados.

1.3 DIFERENCIAS ENTRE SUCURSAL Y FILIAL

La distinción entre sucursal y filial es importante, en la medida que afecta a la responsabilidad de los entes. Mientras que la sucursal comparte la personalidad jurídica del establecimiento principal, la filial configura una persona independiente de la empresa matriz y está dotada de plena personalidad, es decir, goza de verdadera autonomía jurídica, con capital, estatutos y órganos propios, pudiendo incluso tener un objeto social distinto al de la sociedad matriz.

La responsabilidad de la sucursal no es, por tanto, independiente de la del establecimiento principal, pudiendo los acreedores de aquélla dirigirse contra ésta de modo directo. Sin embargo, dicha comunicación no se da entre filiales y matriz, ya que las obligaciones de las primeras no afectan en principio y directamente a la sociedad matriz, la cual no es responsable directa de ellas.

1.4 OFICINA DE REPRESENTACIÓN

Es una entidad que no tiene personalidad jurídica propia independiente de su matriz. No tiene órganos de administración y únicamente se sirve de un representante de dicha oficina con unos poderes. Se limitan a hacer funciones de coordinación, colaboración, estudios de mercado, etc. Sin desarrollar ninguna actividad económica.

Existen por lo común en los círculos bancarios y son establecimientos que realizan solamente algunas de las operaciones bancarias, limitándose exclusivamente a realizar funciones de cobranza de efectos, sin que puedan llevar a cabo captación de operaciones, ni atender cuentas o créditos. Por tanto, no son sucursales porque no pueden generar clientela ni llevar a cabo operaciones contenidas en el propio objeto social de las entidades de crédito; son meros establecimientos auxiliares del empresario, sin autonomía y, por tanto, sin el carácter de sucursal.

1.5 ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES

Un Establecimiento Permanente (EP) se define como aquel lugar fijo de negocios mediante el cual una empresa realiza todo o parte de su actividad. Por tanto, existen tres notas que han de darse en la definición general del Establecimiento Permanente:

- La existencia de un «lugar de negocios»
- Este lugar de negocios debe ser «fijo»
- A través de este lugar de negocios deben «llevarse a cabo las actividades de la empresa».

La característica más importante del EP es que carece de personalidad jurídica propia, es decir, la sociedad central o matriz es un sujeto con personalidad jurídica única que opera a través de distintas instalaciones, dependencias o EP para la realización de sus actividades.

El concepto de Establecimiento Permanente resulta fundamental a la hora de establecer el sistema de reparto de la potestad tributaria sobre las rentas empresariales entre dos Estados que hayan suscrito un Convenio para evitar la Doble Imposición

1.6 AGENTE INDEPENDIENTE

Se considera que una empresa no tiene un Establecimiento Permanente en un Estado contratante por el mero hecho de que realice sus actividades en ese Estado por medio de un corredor, un comisionista general o cualquier otro agente independiente, siempre que dichas personas actúen dentro del marco ordinario de su actividad.

Un comisionista que actúa por cuenta de otra empresa extranjera tendrá la consideración de agente independiente siempre que esta persona sea independiente tanto jurídica como económicamente de dicha empresa y se considere que está actuando en el ejercicio normal de su actividad cuando actúa por cuenta de aquella empresa.

Por el contrario, cuando la actividad comercial que desarrolla esta persona por cuenta de la empresa esté sujeta a instrucciones precisas o a un control de toda la actividad, ese agente no podrá considerarse que sea independiente. Es un rasgo típico del agente independiente que sea responsable del resultado de su trabajo, y no lo es, el hecho de que exista un control significativo sobre la forma en cómo desempeña su trabajo. Otro criterio importante a tener en cuenta a la hora de valorar si nos encontramos ante un agente independiente es determinar si los riesgos de la actividad son soportados por el agente o por la empresa a la que representa. En el primer caso estaríamos ante una nota característica del agente independiente, mientras que no así en el segundo.



2.-ASPECTOS TRIBUTARIOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.

Doble tributación

Probablemente, la externalidad negativa más compleja a la que un contribuyente puede verse expuesto al iniciar su internacionalización, es la doble tributación internacional. Ya sea por originar rentas en varios países o por poseer más de un lugar de residencia o ciudadanía, una persona o empresa puede verse expuesta a tener que pagar impuestos en más de una jurisdicción, por las mismas rentas.

Como solución o alivio a este dilema, existe una serie de mecanismos unilaterales y multilaterales adoptados por los países, de manera que la doble tributación pueda reducirse a su mínima expresión. En Chile, los aspectos más relevantes a considerar son:

- Existe la posibilidad de deducir como crédito de los impuestos en Chile, el impuesto que ha gravado a la misma renta en el exterior, crédito que tiene un límite de 32% de la renta

netas de fuente extranjera cuando no existe convenio para evitar la doble tributación, o de 35% si existe dicho convenio.

- Cuando no existe convenio, sólo dan derecho a crédito por impuestos pagados en el exterior ciertas rentas, tales como los dividendos, royalties, rentas por asesorías técnicas y otras prestaciones similares, mientras que en los casos en que existe convenio, el derecho a crédito se extiende a todas las rentas contempladas en el respectivo convenio (por ejemplo, intereses, ganancias de capital, rentas por servicios personales, etc.).

¿En qué consiste un Acuerdo de Doble Tributación?

Los convenios de Doble Tributación promueven la colaboración entre las autoridades tributarias de los Estados Contratantes. Además, la existencia de los Convenios hace que Chile sea más interesante para los inversionistas extranjeros y por otro lado, estimula a los chilenos a invertir en otros países.

¿Cuáles son los países con los que Chile ha firmado Acuerdos de Doble Tributación?

Actualmente, de acuerdo a la información publicada por el Servicio de Impuestos Internos, nuestro país cuenta con 25 acuerdos de Doble Tributación.

1. Australia
2. Bélgica
3. Brasil
4. Canadá
5. Colombia
6. Corea
7. Croacia
8. Dinamarca
9. Ecuador
10. España
11. Francia
12. Irlanda
13. Malasia
14. México
15. Noruega
16. Nueva Zelanda
17. Paraguay
18. Perú

19. Polonia
20. Portugal
21. Reino Unido
22. Rusia
23. Suecia
24. Suiza
25. Tailandia



3.-ASPECTOS CONTABLES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

La consolidación de información contable (económico-financiera) que involucra entes (Sucursales, filiales) de diferentes países, con diferentes monedas y con principios de contabilidad diversos, ha llevado a que sustentados en la necesidad de alcanzar un mayor grado de objetividad en la información y una relación costo-beneficio favorable para los entes-empresas, se propongan prácticas internacionalmente aceptadas, denominadas las NIIF.

3.1 ¿Qué son las NIIF | IFRS?

Las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) son el conjunto de estándares internacionales de contabilidad promulgadas por el International Accounting Standards Board (IASB), que establece los requisitos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar sobre las transacciones y hechos económicos que afectan a una empresa y que se reflejan en los estados financieros.

El mundo actual está cambiando constantemente, el entorno nunca es el mismo, las personas y las empresas buscan una evolución continua; es por esto que las NIIF/IFRS buscan un punto en común, una homologación y consistencia en los temas.

3.2 ¿Qué beneficios tienen?

La adopción de las NIIF/IFRS ofrece una oportunidad para mejorar la función financiera a través de una mayor consistencia en las políticas contables, obteniendo beneficios potenciales de mayor transparencia, incremento en la comparabilidad y mejora en la eficiencia. Entre otros podemos destacar:

- Acceso a mercados de capital
- Transparencia en las cifras de los Estados Financieros
- Información consistente y comparable
- Mismo lenguaje contable y financiero
- Reducción de costos
- Herramienta para la alta gerencia en la toma de decisiones
- Modernización de la Información financiera
- Simplificar la preparación de los Estados Financieros
- Favorecen la incorporación de las pymes en mercados nacionales e internacionales

La obligatoriedad de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para todos los sectores comerciales de Chile y otros países; así como la importancia y practicidad de la información que suministran; hacen indispensable contar con ciertos datos que únicamente bajo el formato previsto por las IFRS pueden ser contemplados con eficacia.

En este sentido, las pymes que busquen constituir acuerdos comerciales con una entidad que cumpla la normativa; la cual estará obligada a respetar las IFRS con rigurosidad; exigirán a ésta pequeña y mediana empresa la presentación de los documentos correspondientes según los estándares IFRS que ellas manejan, estimulando la incorporación de las pymes al modelo normativo.

4.-ENTIDADES DE APOYO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

4.1 Prochile

Es Institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Pone al servicio del país todo el conocimiento e información necesarios para facilitar y acompañar el proceso de internacionalización de las empresas exportadoras, y aquellas con potencial exportador. Siguiendo los objetivos trazados por el Gobierno, la gestión de ProChile gestión busca intensificar el fomento productivo y el trabajo asociativo entre las empresas, involucrando a los sectores público y privado para aportar al crecimiento y desarrollo del país.

A través de diversas herramientas y servicios ajustados de acuerdo al proceso de internacionalización de los exportadores o potenciales exportadores, busca aportar en la agregación de valor y diversificación de los productos y servicios que componen la oferta exportable, generando más y mejores oportunidades de negocios para Chile en el mundo.

Tiene una red nacional formada por 16 Direcciones Regionales ubicadas en cada una de las regiones del país, que aportan a la descentralización, y que también son espacios de encuentro para el sector exportador. Todas estas oficinas cuentan con profesionales que conocen las características de la oferta regional y que podrán orientar a los exportadores con información especializada que facilitará su proceso de internacionalización.

Asimismo, cuenta con una red externa formada por 57 Oficinas Comerciales ubicadas estratégicamente en los mercados más importantes del mundo, abiertas para todo aquel que necesite de los servicios. Todas ellas cuentan con profesionales altamente calificados que están constantemente monitoreando las oportunidades, tendencias y exigencias de los mercados, además de vincular la oferta exportable con importadores, distribuidores y líderes de opinión clave en sus países.

Junto con aportar al desarrollo del país, el trabajo de ProChile transmite la imagen de nuestro país en el mundo para que los productos y servicios no solamente sean reconocidos por su calidad, sino también por su origen y otros atributos de Chile como la gente, geografía, climas, estabilidad política, social y económica, etc.

Fuente: <https://www.prochile.gob.cl/landing/formacion-exportadora/>

ProChile desarrolla acciones de promoción que permiten visibilizar la oferta exportable en los distintos mercados y según los distintos sectores. Esto significa diseñar herramientas específicas por sector y región, organizar Misiones Comerciales, Ruedas de Negocios y Encuentros Regionales sobre variadas temáticas, así como la articulación de la presencia de Chile y de las empresas en las distintas actividades que se realizan en el mundo.

Fuente: <https://www.prochile.gob.cl/promociona-tus-productos-y-servicios-en-el-extranjero/>

En Prochile, podrás encontrar regularmente, una oferta de formación en temáticas de exportación a internacionalización, podrás participar de cursos presenciales, a distancia y encontrar material descargable.

4.2 CORFO + Prochile

GoGlobal es un programa de soft landing empresarial de hasta 6 semanas que consiste en apoyar y acelerar a emprendedores y empresas en expansión internacional, o con potencial exportador a empezar a operar en nuevos mercados, facilitando su instalación e incorporación en estos. GoGlobal te conectará con actores público - privados de la red Corfo y ProChile.

Se proporcionarán datos de contacto para la instalación e inicio de actividades, además de entregar datos concretos para estimar necesidad de financiamiento y acciones para levantar clientes y/o capital en ese mercado.

Apoyo: Financiamiento de los servicios de un Key Account Manager (KAM) por hasta 3 meses, espacio de trabajo en CoWork del mercado de destino y pasajes aéreos por una vez.

El programa GoGlobal opera bajo convocatoria (Se anuncia las fechas y plazos de postulación).

5.- OTRAS ALTERNATIVAS

Otras Instituciones alternativas en las que puedes apoyarte en la internacionalización de tu startup, es de la mano de programas de incubación/aceleración o fondos de inversión extranjeros, que ponen a tu disposición una serie de alternativas de softlanding, algunos de los más destacados son:

Ycombinator: proporciona financiación inicial para nuevas empresas. El financiamiento inicial es la primera etapa del financiamiento de riesgo. Paga tus gastos mientras comienzas.

Algunas empresas pueden necesitar no más que fondos iniciales. Otros pasarán por varias rondas. No hay respuesta correcta; la cantidad de fondos que necesita depende del tipo de empresa que inicie.

En Y Combinator, el objetivo es ayudarte a pasar la primera fase. Esto generalmente significa: llevarte al punto en el que has construido algo lo suficientemente impresionante como para recaudar dinero a mayor escala. Luego, te pueden presentar a los inversores en etapas posteriores, o incluso a los adquirentes. Conoce sus programas en: <https://www.ycombinator.com/>

500 Startups: 500 es una firma de capital de riesgo con la misión de descubrir y respaldar a los emprendedores más talentosos del mundo, ayudarlos a crear compañías exitosas a escala y construir ecosistemas globales prósperos. Fueron la empresa de capital de riesgo de etapa inicial más activa del mundo en 2015, según CB Insights en 2016. Desde su creación en 2010, 500 ha proporcionado cientos de millones de dólares de inversión, programas de aceleración y servicios de apoyo a miles de empresarios en Más de 60 países. Conoce sus programas en <https://latam.500.co/latam/>

Parallel 18: Parallel18 ofrece a empresarios puertorriqueños e internacionales acceso a capacitación empresarial de alta calidad, mentores, contactos comerciales e inversores para ayudarlos a escalar desde Puerto Rico. El programa forma parte del Fideicomiso de Ciencia, Tecnología e Investigación de Puerto Rico, una organización privada sin fines de lucro creada con el objetivo de maximizar la participación de Puerto Rico y la creación de empleos en la economía mundial del conocimiento mediante la promoción de la inversión y el financiamiento de la investigación científica y tecnológica y desarrollo. Conoce sus programas en:

<https://www.parallel18.com/>

6.1 SERVICIO DE OUTSOURCING

Al momento de internacionalizarse, es probable que las capacidades contables, tributarias o legales no las tengas en tu equipo, basados en esta oportunidad, existen empresas de "outsourcing" que ponen a tu disposición estos servicios desde una mirada experta.

La externalización o subcontratación de servicios, al fin y al cabo, es confiar a una empresa externa la gestión de un área funcional no esencial de la empresa. Esto permite a los empresarios centrarse en lo que realmente importa, producir de manera eficiente y eficaz, para impulsar el desarrollo de su negocio.

Entre ellos podemos destacar:

Englobally: La expansión y adaptación de un negocio en un nuevo país es una gran decisión y conlleva una serie de retos y oportunidades. Tanto si la empresa busca implantarse en América Latina, como si crece en nuevos mercados (nacionales o internacionales). Englobally ofrece una gestión centralizada, eficaz y segura.

Se declaran como el canal de comunicación con tus filiales y partners locales, reduciendo la distancia y gestionando todo lo que se interponga en el camino: diferencias en legislación, cultura, costumbres, divisas, idioma.

Fuente: <https://englobally.cl/>

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- <https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/cinco-consejos-para-internacionalizar-tu-startup>
- <https://pyme.emol.com/1998/7-consejos-para-internacionalizar-tu-negocio-y-ganar-mas/>
- <https://www.informescontables.com/invertir-en-el-extranjero-sucursal-filial-establecimiento-permanente-agente-independiente/>
- <https://www.df.cl/noticias/opinion/columnistas/el-abc-de-la-doble-tributacion-internacional-y-algo-mas/2017-02-13/212538.html>
- <https://www.subrei.gob.cl/preguntas-frecuentes/doble-tributacion/>
- <https://international.vlex.com/vid/factores-influyen-oacute-contabilidad-57978712>
- https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs_niif/normas-internacionales-de-la-informacion-financiera-niif--ifrs-.html
- <https://www.prochile.gob.cl/>