

# NEGOCIOS USA<sup>®</sup>

GUIA PARA HISPANOS - 2011 / Edición Latinoamérica

## 20 errores

más comunes al invertir o residenciarse en los Estados Unidos.

## 10 razones

para comprar una franquicia en los Estados Unidos.

## Préstamos

para Bienes Raíces Residenciales. Mito o Realidad

## El Polo

y los Negocios

## Tecnología

Nuevos escenarios de Negocios

USA \$3.99 - Año 3 #3





[www.boxyletter.com](http://www.boxyletter.com)

**¿Necesita hacer una mudanza internacional?  
Nosotros lo hacemos por Usted.**



Desde ir a su casa, recoger sus pertenencias, asesorarle con los documentos necesarios para el envío, embalarlos, y entregarlos en la puerta de su próximo hogar u oficina.

El tiempo de tránsito de mudanzas a USA es desde 1 día hábil (sin retrasos en aduana), así que puede enviarlo y recibirlo Usted mismo.



[www.boxyletter.com](http://www.boxyletter.com)



- Envíos Nacionales / Internacionales
- Manejamos y Embalamos Mercancía Peligrosa
- Cajas Certificadas de madera para el traslado de artículos frágiles (Cuadros, Esculturas)
- Repuestos de todo tipo
- P.O. Box / Casilleros
- Envíos de Pasaportes a Consulados y Embajadas para tramitación de Visas y Permisos.

**Despreocúpese por comprar cajas,  
organizar o inventariar sus pertenencias.**

**LE ESPERAMOS!**

**Venezuela**

Centro Comercial Litoral,  
PB Local 16, Maiquetía,  
Estado Vargas

0212 -7204257

0212- 3318344

0212 -3161900



**USA**

8355 W Flagler Street  
Miami, FL 33144

786-2168393

786-2195374

[operaciones@boxyletter.com](mailto:operaciones@boxyletter.com)

# Nota del Editor



**PLATINUM**  
BUSINESS CENTER

*Editar una revista, trabajo que con gusto vengo haciendo hace años es un placer, un desafío y una especial atracción, ya que siento que soy parte de una iniciativa que ayuda a comunicar, a interactuar y a tratar de lograr que los lectores puedan estar mejor preparados para hacer negocios con los Estados Unidos.*

Todos los que formamos parte de este equipo editor más los que colaboraron con sus valiosos aportes de notas y/o entrevistas esperamos que el contenido que hemos logrado integrar sea útil al lector que necesite estar informado para seleccionar la mejor alternativa posible en relación con el tema.

En el caso específico de esta revista, al aceptar la invitación de su Director, Jesús Aveledo, sentí que era más que un desafío el aglutinar todo su material tan actualizado, profesional y de gran avanzada que sin duda ayudará a mejorar aún más la capacidad de los que participan en los Seminarios que él ha creado de "Como hacer Negocios con USA" y los que tengan la oportunidad de leerla, para sus propias

necesidades. El haber trabajado en cada una de las notas, auspicios y las entrevistas que son parte de esta revista, el haber tenido la oportunidad de escuchar comentarios y/o sugerencias para darle más fuerza a su contenido, y el haber podido escribir un artículo sobre los nuevos escenarios de negocios desde el punto de vista de la tecnología, es algo que me dio más fuerza aún para tratar de lograr el nivel de excelencia que cada uno de los lectores merece.

Deseo agradecer a todos los que me ayudaron en la etapa de preparación de este poderoso medio de comunicación y no dudo que la red de amigos y colaboradores que hemos creado con el liderazgo de Jesús Aveledo, entre cada uno de los que

participamos, va a resultar un productivo escenario de interacciones que nos ayudará a todos a hacer más y mejores negocios.

Aparte de las ediciones de impresión previstas, la revista va a tener una versión "Online" que seguirá creciendo con nuevos aportes de todos ustedes y esperamos ansiosos recibir comentarios y sugerencias que nos permitan estar mejor preparados para las próximas ediciones.

*Editor Ejecutivo*  
José L. Barletta, M.S.  
*Presidente*  
Barnews Research Group  
Revista Gente de Miami  
barletta@barnews.com



**UNA OFICINA ELEGANTE  
HECHA A SU MEDIDA**

**UN CONCEPTO INNOVADOR  
AL MEJOR PRECIO**

En **Platinum Business Center** ofrecemos:

- Extraordinaria ubicación
- Un espacio elegante y funcional
- Salas de Conferencia con la tecnología más sofisticada
- Servicio profesional
- Confort y flexibilidad para usted
- Soluciones administrativas
- La mejor imagen para su empresa
- **Oficinas virtuales**



1600 Ponce de León Blvd., Piso 10 - Coral Gables, FL 33134  
Oficina: 786-350-1200 | Fax: 786-350-1202  
[www.platinumbusinesscenter.com](http://www.platinumbusinesscenter.com)

MAGAZINE **NEGOCIOS USA**

## Staff

**Director:**  
Jesús Aveledo Urdaneta  
Creador del Seminario "Como hacer Negocios con USA"  
201 S. Biscayne Blvd., Miami Center, Suite 905  
Miami, FL 33131  
Tel.: 786-553-9550  
[www.negociosconusa.com](http://www.negociosconusa.com)



**Editor Ejecutivo:**  
José Barletta  
Barnews Research Group  
**Arte:**  
Damián Meligeni  
Carlos Calabró  
[www.barnews.com](http://www.barnews.com)  
barletta@barnews.com  
305-867-1661

## Contenidos

6. Los 20 errores que cometen los hispanos.
10. Inmigración
11. Visa L-1
12. Visa E-2
13. Los 5 errores más comunes en el manejo de personal
14. Visa H-1B
16. Como seleccionar una marca exitosa
18. Seguros internacionales
19. 10 Razones para comprar una franquicia
20. Franquicias: una gran opción
23. Entrevista a Jesús Aveledo
24. Llegando a lo mejor
26. El Polo y el mundo de los negocios
28. Las marcas invierten millones en el deporte
29. Welcome back to Miami
30. Visa EB-5
32. Entrevista a Lesly Simon
34. Préstamos. Mito o Realidad
40. Tecnología y su impacto en los negocios
42. Eventos: Seminario y Desayuno de Negocios
46. Entrevista a Eduardo Sosa Branger
47. Una nueva forma de brindar servicios
48. La Salud y los Negocios
50. Entrevista a Leonardo Rocco
52. Platinum: la diferencia
54. Negocios. ¿Cómo comprar uno en marcha?
55. Sun Channel
56. Inversiones
58. Seguros y su relación con el éxito de los negocios
60. Contratos Internacionales
61. Visión e Inversión
62. Vivir en USA, una decisión con consecuencias
64. Educación en el mundo de los Negocios

# Los 20 errores...



...que cometen los hispanos a la hora de hacer negocios en USA.

por Jesús Aveledo.

*En Estados Unidos hay una manera correcta de hacer negocios, si se está bien asesorado por los profesionales adecuados, pero hay miles de maneras incorrectas; evítelas a la hora de tomar decisiones.*

Lo que leerá a continuación son los errores más frecuentes que les han costado muchos años y dinero a los empresarios y emprendedores latinoamericanos. Si usted piensa radicarse en Estados Unidos, no subestime ciertos errores aunque le parezcan tontos; lamentablemente muchas personas los cometen cuando dan sus pasos iniciales para establecerse en ese país.



2

## No obtener un estatus legal

Su estadia legal en los Estados Unidos es demasiado importante, así que de ninguna manera se puede pensar: "Bueno, luego lo resolvemos". Si usted piensa radicarse aquí, es fundamental asesorarse con los abogados expertos en inmigración.



3

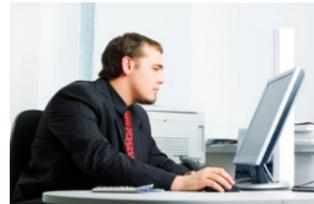
## Anteponer el negocio a la Visa

No hay buen negocio si el dueño no está legalmente establecido en el país, es decir sin su "Visa" y no hay "Visa" buena si usted no tiene un negocio para generar los recursos que usted requiere para desarrollarse exitosamente.

4

## Abusar del uso de la Internet. "Mister Internet"

Internet es una excelente herramienta para investigar y para que usted recabe la información inicial, pero tenga cuidado de no abusar de este instrumento. Hay personas que creen que pueden suplantar a los profesionales y ellas mismas bajan todas las planillas y formularios de inmigración para hacer todas sus gestiones de estadia legal.



5

## Acercarse al Dr. Visas o Piratas de las visas.

El Dr. Visa, es aquel típico personaje que muy probablemente no tenga un título de abogado o no sea un profesional en esta materia, pero que temerariamente se hace pasar por un experto calificado en leyes migratorias. Sea precavido, vea bien a quiénes debe recurrir para asesorarse.

6

## Confiar demasiado en el Dr. Calle

Más peligroso que el Dr. Visa, es el Doctor Calle, aquel típico personaje que improvisadamente, con su "buena intención", pretende asesorarlo en lo que usted debe o no debe hacer, y finalmente termina complicándole su estadia y sus negocios en este país.

7

## Confundir Latinoamérica con Estados Unidos. Latinazo.com

Muchas personas llegan desde Latinoamérica, pensando que pueden trasladar sus costumbres y formas de hacer negocios de sus países de origen, a los negocios en los Estados Unidos. Sin embargo, ese razonamiento es totalmente erróneo, ya que en este país los negocios se desarrollan dentro de un marco cultural totalmente distinto.



8

## Pensar que lo más importante es tener el auto más lujoso del mundo

Apenas algunas personas pisan territorio estadounidense, salen directo del aeropuerto a la tienda de autos más costosa a comprarse el modelo más lujoso del mercado o la casa más grande que consiguen... Para eso ya tendrán tiempo y dinero después. Define prioridades reales y metas claras y alcanzables.

9

## No fijar claras prioridades entre vivienda, negocios y escuela

Dedíquese primero a elegir el negocio adecuado, y una vez que establezca el local donde va a trabajar, busque la vivienda y la escuela que le queden cerca, para la comodidad y la tranquilidad suya y la de su familia.

10

## Comenzar un negocio desde "Cero".

Según fuentes del propio Departamento de Comercio de los Estados Unidos, comenzar su propio negocio desde cero en ese país o comenzar negocios para un inmigrante que desconoce la forma o los fundamentos de hacer negocios, puede ser cuesta arriba, si tomamos en cuenta que la mayoría de los nuevos negocios tienen una altísima tasa de mortalidad. Las estadísticas indican que pasados los tres primeros años de operaciones sólo subsisten 2 de cada 10.

11

## Gerenciar por teléfono celular

La competencia comercial en los EEUU no permite altos márgenes de intermediación, y muchas veces exige una alta cuota de calidad y personalización en el trato con sus clientes y de dedicación a sus negocios, por lo cual es indispensable ponerle gran empeño personal e invertir largas horas de trabajo al iniciar sus negocios en ese país, en un mercado que no lo va a recibir precisamente con una alfombra roja, sino que usted va a ser un novato.



12

## No lograr buen asesoramiento para seleccionar el negocio más adecuado

Lo más recomendable es buscar la asesoría de buenos abogados cuyo único interés es el mayor beneficio de su cliente.

13

## Subestimar los requerimientos de capital

Tenga en cuenta que todo negocio en los EEUU exige una promoción sin cuartel, intensa y con mucha inversión publicitaria,

que en la mayoría de los casos no ha sido considerada por el inversionista extranjero. Por tanto, es fundamental que los clientes sepan quién es usted y cuáles son las innovaciones que ha incorporado a su negocio, para lo cual va a requerir de inyecciones de capital fresco.

14

## No ordenar adecuadamente el negocio

Muchos inversionistas y personas de negocios que se instalan en Estados Unidos, han tomado del flujo de caja de sus negocios mucho más de lo que es prudente para mantenerlo en óptimo estado de funcionamiento.

15

## No preparar un buen plan de negocios

El plan de negocios es una herramienta fundamental para adaptarse a la realidad del mercado local, analizar su competencia, determinar el precio de los productos o servicios que usted va a ofrecer, sus requerimientos reales de capital, y todas aquellas variables fundamentales para reducir los riesgos de su inversión.

16

## No preocuparse por entender el idioma.

Aunque la ciudad donde usted se radique tenga una comunidad hispana numerosa, si usted no habla inglés, estará limitando su mercado y su universo de negocios.



17

## No tener en cuenta que lo barato sale caro

En nuestra experiencia hemos observado que hay personas que se dedican a buscar varias cotizaciones, haciendo una especie de licitación para elegir a los abogados que le cobran menos por hacerle una visa o brindarle un servicio. Le recomendamos que no lo tome de esta manera, considere que se trata de su futuro y el de su familia, por lo cual no puede darse el lujo de que lo barato le salga caro.

18

## Soñar demasiado con negocio ideal

"Las ideas en la mente no producen dinero, las ideas valen dinero y producen dinero cuando las llevamos cabo, las ponemos en marcha y las convertimos en realidades". Podemos pasarnos la vida soñando con establecer un negocio, pero si no llevamos a cabo lo que posiblemente es una excelente idea, estamos perdiéndola.

19

## No conocer el mercado adecuadamente

Es un gran error pretender reemplazar a los expertos en la materia, en vez de contratar un estudio de mercado y un plan de negocios hechos por profesionales, que conozcan bien su producto y al terreno con que se va a enfrentar.

20

## No concentrarse en el foco del negocio - Dispersarse

Para tener éxito en esta vida, se debe estar muy claro adónde quiere llegar y cómo lograrlo. Para ello hay que enfocarse y evitar dispersar recursos y energía en cosas innecesarias.

VIVA. INVIERTA. DISFRUTE. ES MUY SENCILLO.

www.pfsrealty.com



# Miami

SÓLO PARA QUIENES ESTÁN LLEGANDO ALTO.



Cientos de inversionistas y familias han encontrado el mejor lugar para seguir haciendo realidad sus metas, su futuro, sus sueños. El equipo de **PFS Realty** siempre está ahí, para encontrar la mejor propiedad con fácil aprobación y financiamiento. **PFS Realty** también administra sus propiedades para que así pueda dedicarse a lo que es más importante: **usted.**

**PRESTAMOS HIPOTECARIOS HASTA EL 65% DEL VALOR DE LA PROPIEDAD**

**ADMINISTRACION DE PROPIEDADES**

**ASESORIA CONFIDENCIAL Y PERSONALIZADA**

**PATRICIA GÓMEZ & GUSTAVO GALVEZ**  
Broker/Owner



PROPERTIES  
FINANCING  
SERVICES



**BRASIL**  
954-242-0377

**CANADA**  
954-309-6441

**COLOMBIA**  
571-489-6890

**ECUADOR**  
954-242-0377

**ESPAÑA**  
954-242-0377

**USA**  
954-242-0377

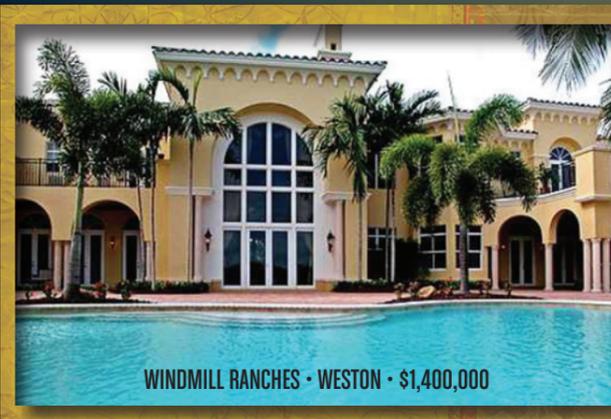
**VENEZUELA**  
212-770-8570  
414-292-6829



MINT • BRICKELL • \$215,000



ST. MORITZ • DORAL • \$205,000



WINDMILL RANCHES • WESTON • \$1,400,000



TAO • SUNRISE \$200,000



info@pfsrealty.com  
www.pfsrealty.com

facebook.com@PFSRealty.com  
twitter@PFS\_REALTY.com

1675 Market Street • Suite 201 • Weston, FL 33326

# Inmimercio

## El inmigrante y el comercio internacional.

Extractado del libro: "Como hacer Negocios con EEUU", de Jesús Avelo

Impulsando el comercio entre sus países de origen y los EEUU



Uno de los beneficios de la inmigración del que muy pocas veces se habla, es el hecho real de que muchos inmigrantes, adaptados ya a la vida en los EEUU pero que mantienen sus vínculos culturales con sus países de origen, generan empresas y negocios tanto en el país que los está recibiendo como en su país natal, creando un lazo económico internacional con beneficios mutuos.

Este "comercio internacional directo", impulsado ante todo por inmigrantes asiáticos y latinoamericanos, es una nueva tendencia de la globalización económica, pero, en este caso, no depende de tratados internacionales, ni de misiones comerciales, ni de la participación de agencias del gobierno, ni de grandes corporaciones, sino sólo del espíritu emprendedor de los inmigrantes multilingües, multiculturales y con visión internacional que se han establecido en los EEUU en los últimos diez años, dando así auge a un nuevo sector de la economía que ya no depende de las grandes multinacionales como era tradicionalmente sino del esfuerzo diario de miles de pequeños comerciantes y emprendedores que están en todos los rincones de los EEUU.

Dos recientes estudios detallan algunos de los parámetros y características de las nuevas actividades comerciales internacionales impulsadas por inmigrantes, hoy en día residentes en Estados Unidos.

Un reporte preparado por TrendWatching (www.trendwatching.com) utiliza el neologismo "Inmimercio" para caracterizar a este fenómeno del comercio internacional, basado en la posibilidad que tienen muchos inmigrantes de hacer negocios en dos países, por conocer y entender las dos culturas y por tener sólidos contactos en ambos lugares, los

cuales están explotando para fomentar toda clase de negocios entre el país donde originalmente inmigraron y los EEUU.

**TrendWatching define el Inmimercio como "el creciente flujo de dinero conectado con la compra y venta de bienes y servicios en o desde los países de origen".**

Queremos agregar que hoy en día las telecomunicaciones e Internet han ayudado a potenciar en un grado enorme el comercio entre los países, fenómeno éste que ha venido siendo impulsado por la globalización. Por su parte, la empresa Intuit, habla de "una nueva oleada de la globalización", impulsada en parte por empresarios inmigrantes quienes según estadísticas del Censo Oficial de EEUU, constituyen el sector de más rápido crecimiento entre los pequeños negocios de este país.

Según Intuit, para muchos inmigrantes es más fácil abrir y dar inicio a su propio negocio que conseguir un empleo. Además, los inmigrantes aprovechan más que los nacidos en EEUU las oportunidades que este país les ofrece a pequeños empresarios, oportunidades que brindan muchas organizaciones que ayudan a fomentar los pequeños negocios y comercios en ese país.

**"Internet y otras tecnologías de conexión permiten que los negocios operen simultáneamente a nivel global y local, y que los recursos materiales y los bienes de un mercado se vendan en otro con acceso casi inmediato; las compañías mundiales de transporte de carga y encomiendas, tales como Federal Express y DHL, han hecho el resto para fomentar aún más la globalización del mundo cada 24 horas"; afirma el reporte de Intuit. Así se crean "conexiones económicas cada vez más**

**amplias y más profundas en todo el planeta",** con resultados increíbles en flujo y respuestas de negocios que surgen día a día y casi segundo a segundo en la Nueva era electrónica de las telecomunicaciones globales, entre estos nuevos protagonistas del "Inmimercio", ya que cada día son más los libros, publicaciones y seminarios a nivel mundial, de cómo hacer negocios por Internet y de cómo fomentar y hacer negocios entre los diferentes países del Orbe.

No se quede de brazos cruzados, el "Inmimercio" está al alcance de sus manos y de sus contactos en ambos países: el país que hoy los acoge y el país destino de sus negocios, así que manos a la obra y protagonice las empresas del siglo XXI, interconectadas a nivel mundial y aprovechando al máximo las herramientas que le permitirán convertirse en inmigrante empresario con tan sólo pisar este país, listo para la aventura.



Comience a repasar sus contactos y a ser usted protagonista de este nuevo fenómeno del momento en materia de comercio internacional, no se quede usted esperando, quizás sin saberlo usted tiene en sus manos más de un negocio productivo entre sus contactos y sus países de origen, así que manos a la obra.



# Visa L-1

## Como trasladar a directivos de una empresa operando en el extranjero a los EEUU

Por Fernando Socol. Abogado Norteamericano que practica leyes de inmigración en los EEUU y expositor de los seminarios Como Hacer Negocios con EEUU

Esta visa es para ejecutivos, gerentes, y técnicos especializados que han trabajado para una compañía fuera de los EEUU

Esta visa es para ejecutivos, gerentes, y técnicos especializados que han trabajado para una compañía fuera de los EEUU por lo menos uno de los tres últimos años y que supervisará una matriz, subsidiaria, afiliada, sucursal o función esencial de dicha compañía.

Esta visa le permite a la persona permanecer en el país por un máximo de 7 años. Nótese que una persona que está en los EEUU con visa L-1 puede cambiar su condición legal a residencia permanente de la siguiente manera: Si la compañía en los Estados Unidos tiene menos de un año de existencia cuando aplica inicialmente para la visa L-1, después del primer año con esta visa la persona puede aplicar por una extensión de la misma y bajo la aprobación de la extensión, puede inmediatamente comenzar su proceso para la obtención de la residencia permanente.

La visa L-1 se otorga a ejecutivos, gerentes y a personas con conocimientos especializados, quienes vienen al país en una subsidiaria, filial u oficina sucursal de cualquier compañía extranjera. El solicitante de esta visa debe demostrar que ha trabajado por lo menos un año en la compañía extranjera en capacidad administrativa, ejecutiva, o en una posición que requiere de conocimientos especiales, así como también demostrar que vendrá al país a trabajar temporalmente para esa compañía, su subsidiaria, filial o sucursal. Actualmente, las visas L-1 son otorgadas con frecuencia, principalmente para nuevas operaciones, por el plazo de un año, y para obtener extensiones, habría que demostrar que, entre otros, la subsidiaria, filial o sucursal estadounidense está operando comercialmente.

Los términos "ejecutivo, gerente y persona con conocimientos especializados" están definidos en las regulaciones de

inmigración.

**El "ejecutivo"** es una persona que dirige, que maneja una organización, que establece las metas organizacionales y políticas a seguir, que ejerce su discreción ampliamente en cuanto a decisiones se refiere. Esa persona sólo recibe supervisión de los núcleos más altos, de la Junta Directiva o de la Junta de Accionistas de la empresa.

**Un "gerente"** es la persona que dirige la organización de un departamento o subdivisión de una organización, que controla el trabajo de otros empleados, que tiene la autoridad para emplear o despedir personal o para recomendar tales acciones, y quien ejerce a su discreción, la autoridad sobre las acciones diarias. Lo anterior no incluye la supervisión directa del personal, a menos que el personal sea de administración o profesional.

**"Persona con conocimientos especializados"** se refiere a los conocimientos que posee el individuo relacionados con los productos o servicios de una organización, con el equipo, conocimientos técnicos de administración, o cualquier otro interés comercial de la compañía y que no está fácilmente disponible en el mercado de empleos.

El conocimiento debe ser pertinente a la organización en sí misma y estar directamente implicado en la expansión del comercio, además de permitir al negocio competir en el mercado. Una descripción inadecuada del trabajo a desempeñar puede resultar en la negación de la visa.

**El hombre de negocios que solicite una visa L-1, debe venir a los Estados Unidos a trabajar única y exclusivamente en una subsidiaria, filial o sucursal de la sociedad matriz.**

Lo anterior no quiere decir necesaria-

mente que debe haber en los Estados Unidos una oficina montada y funcionando, sino que la compañía debe tener por lo menos un lugar donde hacer negocios. Las regulaciones de inmigraciones requieren un contrato de alquiler o una escritura de propiedad para demostrar que la compañía tiene verdaderamente un sitio en donde hacer negocios en los Estados Unidos. Hay también regulaciones especiales que se le aplican a las nuevas oficinas.

**Generalmente hay que presentar documentación extensiva para obtener esta clase de visa. El departamento de inmigración puede solicitar pruebas en el sentido de que la compañía realmente existe en los dos países. Lo anterior puede constituir los documentos de constitución de la sociedad, de declaración de impuestos, registros, licencias, contratos de empleo y documentación que demuestre transferencias de fondos o bienes, igual que personal a los EEUU.**

En primera instancia, la visa es solicitada en territorio estadounidense en la Oficina de Inmigración que tiene competencia en el lugar en donde está ubicada la oficina filial o subsidiaria estadounidense. Luego, si es aprobada, la aplicación se envía al consulado o embajada de los EEUU donde es originaria la empresa solicitante. El hombre de negocios debe presentarse con su pasaporte en la Embajada o Consulado para recibir su visa, la cual será estampada en su pasaporte. La esposa e hijos califican de esta manera para la obtención de visas L-2 (Familiares dependientes o acompañantes).

Con esas visas, la familia puede vivir en los EEUU y los niños asistir a la escuela.



# Visa E-2

para ciudadanos de países con Convenio con Estados Unidos

Por Fernando Socol. Abogado Norteamericano que practica leyes de inmigración en los EEUU y expositor de los seminarios Como Hacer Negocios con EEUU

La "VISA E2" está disponible para personas que entran a los EEUU "únicamente para desarrollar y dirigir operaciones de una empresa en la cual él ha invertido o que está activamente en el proceso de invertir una cantidad substancial de capital".

Las visas de no inmigrantes E-2, están disponibles para extranjeros dueños de negocios, si el país del dueño del negocio tiene un convenio con los EEUU el cual permite que negocios Americanos operen en ese país. Por lo menos el 50% de la propiedad de la empresa debe estar en manos de personas nacionales de ese tipo de países.

Los empleados de la empresa que están trabajando en las posiciones de gerencia, ejecutiva o "esencial" están elegibles para la visa, si la división de la propiedad cumple con lo dicho anteriormente y el empleado es un nacional del país en convenio.

## Principales requerimientos para esta Visa:

- **La inversión debe ser activa, no pasiva.** Esto significa que el dinero invertido debe ser usado para producir verdadera mercancía o servicio. Por ejemplo, una inversión en un terreno no sería considerada activa, pero si la inversión fuese acompañada con una propuesta de desarrollo de planes con las autoridades y contratos de construcción, sería activo. Ambos, el CIS y el Departamento de Estado, permiten el uso de una cuenta de un fiduciario para proteger al solicitante en caso de que nieguen la visa, pero otra evidencia mostrando que la inversión será activa, debe ser presentada. El inversionista debe manejar la compañía y ejercer un control de interés en el negocio.
- **La inversión debe ser substancial.** "Substancial" no está definido por ninguna cantidad particular de dólares, ambos el CIS y el Departamento de Estado usan uno de dos exáme-

nes para observar si los requerimientos se cumplen. Ellos requieren o que la cantidad invertida sea proporcional al valor total del negocio o que la cantidad sea típicamente considerada necesaria para establecer un negocio viable en ese campo.

Muchas personas se acercan a nuestras oficinas buscando establecer un negocio y si son ciudadanos de países con convenio con EEUU están en condiciones de solicitar este tipo de visa y tan solo deben disponer de un capital que les permita acometer una inversión productiva (industria, negocio, comercio, franquicia) que sea capaz de crear empleo en este país.

No está claramente definido el tamaño de la inversión. El Servicio de Inmigración cuando se refiere a él, establece que debe ser substancial. El oficial consular evaluará y revisará la naturaleza del negocio, el plan de negocios, la capacidad para generar empleo y el impacto del negocio en la economía local para determinar el monto requerido.

### ¿Por cuánto tiempo me otorgan este tipo de visa?

El Servicio de Inmigración se la puede conceder inicialmente hasta por 5 años, renovables en función de la continuidad de su negocio.

### ¿Cuáles son los requisitos para la vigencia de esta visa en EEUU?

Se mantendrá vigente mientras continúe en funcionamiento su negocio y se mantengan los puestos de trabajo creados.

### ¿Qué tipo de visa tendrán mis hijos y cónyuge?

El cónyuge e hijos solteros menores de 21 años recibirán una visa E2 que tendrá la misma duración que la del titular. El cónyuge puede solicitar además un per-

miso de trabajo.

### ¿Pueden mis hijos solteros menores de 21 años estudiar con una visa E2?

Sí, lo pueden hacer.

### Pasos iniciales para obtener una visa E2

1. Asegurarse que el país de su ciudadanía tenga un convenio con EEUU.
2. Registrar una empresa en EEUU
3. Demostrar que dispone de capital propio adicional al capital en riesgo
4. Contactar a un corredor de negocios para determinar el tipo de negocio más adecuado.
5. Presentar un plan de negocios a 5 años de la inversión a realizar
6. Hacer un "Due dilligence" o una relación de las gestiones previas a la compra ó puesta en marcha del negocio, donde deberá quedar demostrada su capacidad financiera y habilidades gerenciales para llevarlo adelante.

### Algunos de los Países participantes del tratado son los siguientes:

Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Bosnia, Canadá, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Etiopía, Eslovenia, España, Finlandia, Filipinas, Francia, Honduras, Irán, Irlanda, Italia, Japón, Korea, Liberia, Luxemburgo, Macedonia, Méjico, Noruega, Omán, Pakistán, Países Bajos, Paraguay, Reino Unido, Surinam, Suecia, Suiza, Tailandia, Togo, Turquía.



# Los 5 errores...

...más comunes en el manejo de personal.

por Luis A. Luciani - ASAP Staffing Services

Como empresarios y emprendedores en USA, sabemos muy bien que debemos buscar asesoría en las áreas que menos conocemos pero que estamos al tanto podrían significar un riesgo importante en el futuro.

Acudimos a profesionales para temas migratorios, constitución de empresas, fiscales, pero cuando se trata de construir equipos de trabajo o manejar nuestro personal, asumimos que las reglas son las mismas; nos basta con conocer dos o tres aspectos de las leyes laborales, desestimando el peso, importancia y complejidad de este sistema.

El desconocimiento y violación por omisión de las leyes laborales es uno de los problemas más importantes con el que nos enfrentamos al arrancar o establecer operaciones en Estados Unidos. Esto puede acarrear diversas consecuencias, pasando por multas multimillonarias por errores comunes en el manejo de personal, y en algunos casos podría provocar el cierre definitivo de una empresa.

A continuación una lista de los cinco errores más comunes cometidos en el manejo de personal:

**1- Desconocimiento de la ley de Igualdad de Oportunidad de Empleo o Equal Employment Opportunity, EEO por sus siglas en inglés.** Esta ley busca proteger grupos minoritarios basándose principalmente en género, raza, edad y religión. Sin embargo, se extiende a otros factores como estado civil, número de miembros en el grupo familiar, sexualidad, clase socio-económica y lugar de residencia. Esta ley aplica no solo en el proceso de entrevistas o al realizar una oferta de trabajo, sino durante toda la relación laboral y con todos los empleados, sin excepción.

**2- Las decisiones de contratación basadas netamente en salarios son errores que pueden llegar a ser muy costosos.** Ofrecer sueldos muy altos con la intención de atraer personal mas calificado puede no ser una buena estrategia, pues se están invirtiendo más recursos, sin ninguna garantía de que realmente se generen los resultados esperados. Si por el contrario ofrecemos sueldos bajos tratando de tomar

ventaja del alto nivel de desempleo, esto probablemente genere una alta rotación de empleados, obligándonos a incurrir en gastos de entrenamiento en repetidas oportunidades y desgastando así nuestra imagen ante los clientes.

**3- El tiempo invertido en el proceso de reclutamiento es siempre desestimado.** El proceso de reclutamiento de una persona de nivel profesional toma en promedio 156 horas, lo que se traduce en casi 4 semanas de trabajo. Generalmente este proceso en empresas pequeñas es realizado por el dueño y/o Presidente de la empresa, una persona altamente productiva, quien puede invertir este tiempo en funciones medulares, generando nuevos negocios.

**4- El desconocimiento de impuestos de nómina.** ¿Cuáles son? ¿Cómo y cuándo deben ser pagados? ¿Cuándo deben presentarse las declaraciones? Los principales impuestos de nómina son: Federal Unemployment Tax (FUTA), State Unemployment Tax (SUTA), Medicare y Social Security (FICA), Worker's Compensation, entre otros. Dependiendo del estado donde se pague la nómina otros impuestos y leyes aplican.

**5- Para culminar, vale la pena mencionar el tema de los despidos.** Si bien es cierto que el empleador tiene absoluta libertad para despedir a un empleado, existen procedimientos a seguir para minimizar el riesgo de demandas y disminuir los costos asociados a este proceso. Es recomendable haberle presentado al empleado tres advertencias o amonestaciones antes de ejecutar el despido. El lenguaje en dichas advertencias y en el despido en sí, debe ser profesional, educado y adecuado. No se debe incluir ningún aspecto que no sea afín con la relación laboral y el trabajo ejecutado; y siempre se debe tener en cuenta la Ley de Igualdad de Oportunidad de Empleo (EEO por sus siglas en inglés).

Aparte de estos cinco errores mencionados, existen muchos otros. Debemos siempre tener en mente que todos ellos representan un alto riesgo para nosotros como empresarios y emprendedores. Es por esta razón que es altamente recomendado buscar asesoría profesional a la hora conformar y manejar un equipo de trabajo en condiciones que poco conocemos.

**Permítanos ser su aliado en la Gestión Humana**

11900 Biscayne Blvd., Ste. 105  
North Miami, FL 33181  
Tel.: (305) 961-1183

Av. Fco. de Miranda  
Edif. Parque Cristal  
Torre Oeste, Piso 3, Ofic. 3-5  
Los Palos Grandes  
Tel. +58 212 286 7222  
Venezuela

- Servicios de Reclutamiento y Selección
- Suministro de Personal Temporal y/o Permanente
- Administración de Nómina
- Consultoría en Recursos Humanos



# Visa H-1B

## Visa de Trabajo

Por Fernando Socol. Abogado Norteamericano que practica leyes de inmigración en los EEUU y expositor de los seminarios Como Hacer Negocios con EEUU

Si una compañía norteamericana lo quiere contratar para trabajar en el territorio de los EEUU, podría solicitar una visa H, de las que existen 3 clases.

Lo que esas visas tienen en común es que quien las solicita es una compañía estadounidense y lo hace con la finalidad de que un extranjero pueda venir a trabajar para esa compañía en especial, con un propósito en particular y por un tiempo específico.

**Visas H-1** son otorgadas a personas con méritos y habilidades distinguidas, capaces de prestar servicios de naturaleza excepcional en el país, es decir que la persona es "profesional", o que tiene un grado de habilidad o reconocimiento muy por encima de lo que se encuentra ordinariamente.

Los arquitectos, ingenieros, abogados, médicos, cirujanos, maestros, así como otras ocupaciones que puedan ser clasificadas y documentadas como "profesionales" están incluidos. Debe aquí hacerse notar que una persona no sólo debe ser profesional, sino que el trabajo ofrecido debe requerir los servicios de un profesional.

El solicitante puede ser un profesional, pero si el trabajo ofrecido consiste en labores no profesionales, o requiere las habilidades de otra profesión, no le será otorgada la visa.

Los animadores, artistas y quienes son famosos en su terreno en particular, son a menudo calificados como extranjeros de méritos y habilidades distinguidas. Hay que presentar documentos para probar que, de hecho, el solicitante es famoso.

**Visa H-2** es para trabajadores generales y otorgada por un año para un trabajador extranjero que viene a los EEUU a desempeñar servicios de naturaleza temporal. La palabra temporal es aquí muy importante, ya que el patrón estadounidense debe demostrar que sólo necesita al extranjero por un tiempo limitado. Por

ejemplo, un patrón estadounidense se ha comprado una maquinaria en el exterior y necesita los servicios de un extranjero para su instalación, así como para entrenar a sus trabajadores en la operación de la misma, debe solicitar al extranjero por medio de esta visa. De ninguna manera este extranjero calificaría, si el patrón necesitase de sus servicios de una manera permanente.

La visa H-2, no es en ningún momento sustituto de la tarjeta de residente ("green card"). Si el patrón pensase que puede solicitar primero una visa H-2, y después solicitar una permanente, para ese mismo empleado, y en esas mismas funciones, es seguro que encontrará muchas dificultades para explicarle a las autoridades de Inmigración las razones por las cuales primero habló de un trabajo "Temporal" y luego éste se convirtió en "permanente".

Una visa H-2 requiere una certificación del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, a saber que el extranjero no está desplazando a un trabajador estadounidense.

El patrón debe anunciar el trabajo en los periódicos y demostrar a las autoridades con documentos, que no hubo respuesta al anuncio por parte de los trabajadores estadounidenses para desempeñar ese trabajo. Si el Departamento de Trabajo concluye que no hay trabajadores locales disponibles para ese trabajo, expedirá la certificación. El patrón debe someter esa certificación al Servicio de Inmigración para que ellos aprueben la visa. La aprobación es enviada al Consulado o Embajada Estadounidense donde le estamparán la visa correspondiente.

**Visa H-3** para el aprendiz otorgadas normalmente por no más de dos años.

Se concede al extranjero que viene a los EEUU a recibir entrenamiento de un patrón estadounidense. Esta clase de visa se utiliza a menudo cuando una firma estadounidense desea transferir un empleado de locales extranjeros a los EEUU para entrenarlo.

El patrón debe demostrar:  
1) que el extranjero no obtendrá empleo remunerativo;  
2) que el programa de entrenamiento en realidad existe y  
3) que el entrenamiento no tiene propósito de reclutar y entrenar personal extranjero para trabajar en las compañías estadounidenses.

Un programa basado en repeticiones y aplicaciones prácticas de habilidades, no constituye un programa de entrenamiento. Hay que presentar una explicación detallada del programa.

**Visa de no inmigrante H-1B**, llamada también visa de profesional, debe ser solicitada por una empresa norteamericana que desee contar con los servicios temporales de un profesional que tenga el grado de bachiller universitario (bachelor), equivalente a un mínimo de cuatro años de estudios superiores o que tenga unos doce años de experiencia profesional documentada. La visa debe ser pedida ante el CIS por la empresa contratante. En general su empleador deberá comprometerse a pagarle un salario por encima del promedio, dado que esta visa corresponde a profesionales calificados. El trámite se inicia en el Departamento de Trabajo, donde el empleador debe presentar un Labor Condition Application, LCA (Solicitud de Condiciones de Trabajo) y una vez aprobado continúa luego en el CIS (inmigración).

Para más detalles: [www.negociosEEUUMAG.com](http://www.negociosEEUUMAG.com)



## EB-5 Una manera eficaz de establecerse legalmente en USA

[www.rivierap.com](http://www.rivierap.com)



Obtenga una residencia y la mayoría de los beneficios de un **Ciudadano Americano**.

Trabaje, estudie y viva legalmente en los Estados Unidos.

Su participación en nuestro plan de negocios sobre el proyecto de oficinas **Professional Center at Riviera Point** es su forma más eficaz de calificar al programa EB-5 del USCIS.

**USCIS**  
REGIONAL  
CENTER  
APROBADO



RIVIERA POINT  
HOLDINGS

Para más información sobre esta inversión  
visite nuestro website [www.rivierap.com](http://www.rivierap.com)  
o llámenos al 954-274-6483

Parte del Regional Center Florida  
EB5 Investment, LLC

2700 Glades Cir, Suite 130  
Weston, FL 33327

Tel 954 385 0733  
Fax 954-389-8544

info@rivierapointholdings.com  
[www.rivierap.com](http://www.rivierap.com)

# Como seleccionar



Nota preparada por  
Dr. Ing. Mario Sergio Golab, MBA, MIP  
US Patent Attorney  
[www.themindharvesters.com](http://www.themindharvesters.com)

una marca exitosa.

*Su nombre y apellido son personales; su marca es su identidad ante el mundo empresarial.*

nombres de ciudades o designaciones geográficas, tampoco pueden ser registrados en forma exclusiva. Por lo tanto la combinación de nombres genéricos y designaciones geográficas son casi no protegibles.

No todas las marcas nominativas son débiles. Dentro de las marcas nominativas fuertes, están aquellas que utilizan acrónimos como identificación secundaria. Por ejemplo poca gente hoy recuerda que la poderosa marca 3M™ es el acrónimo de Minnesota Mining and Manufacturing™ o que International Business Machines™ está representado por el acrónimo IBM™.

Las mejores marcas nominativas son aquellas que son arbitrarias o imaginativas. Por ejemplo la designación del nombre de una fruta para una computadora es arbitraria y aunque tomó cierto tiempo hasta que el público la asoció con una computadora una vez aceptada esta es mucho más fuerte que una marca meramente descriptiva. La misma fruta designó un famoso sello de grabación de música de los Beatles™.

Sin duda el premio de las marcas nominativas se lo llevan aquellas marcas nominativas imaginativas, por ejemplo XEROX™ o KODAK™. Estas marcas son difíciles de crear pero son fáciles de registrar, fáciles de defender, fáciles de identificar en búsquedas y, salvo coincidencia idiomática, dan lugar a un fácil registro internacional. El peligro de estas marcas nominativas imaginativas reside en la pronunciación fonética de cada idioma y su significado cultural.

Quizás la marca más fuerte sea un logo pues, al igual que un dibujo, vale mil palabras. Casi todos reconocemos la marca que identifica a productos asociados a una manzana mordida y colorida, o los artículos deportivos marcados con tres tiras paralelas, o la silueta sinuosa de una botella de Coca Cola™. Estas



marcas son poderosos símbolos que adquirieron un significado propio y una asociación con los productos que representan con el correr del tiempo a través de la inversión en publicidad y difundidos por el reconocimiento público. Muchas veces la estrategia marcaría es de planear la transición de una marca nominativa a un logo a través de lo que se conoce como marca mixta.

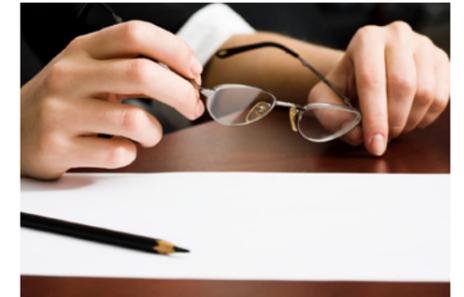
Marcas menos comunes pero que crean asociaciones fuertes con el consumidor son aquellas marcas asociadas con colores o sonidos. Este tipo de marcas se utilizan no solo para distinguir el producto o servicio sino como elemento distintivo que ayuda a identificar posibles infractores. Los vehículos marrones de UPS™ son propaganda constante del servicio de correo ofrecido.

El material aislante de color rosado, registrado por Owens Corning, no necesita otra identificación mas que su color. Los sonidos son usados como marcas en medios en los que pueden ser transmitidos, como ser la serie de notas que identifican a Intel™, a Windows™, o a la radiodifusora BBC™.

**Dr. Ing. Mario Sergio Golab, MBA, MIP**  
Doctor en Jurisprudencia, Ingeniero Aeronáutico, Magister en Leyes de Propiedad Intelectual, Magister en Administración de Empresas Multinacionales.  
Abogado especializado en Marcas y Patentes - IPBC;

El derecho marcario, salvo raras excepciones, no está relacionado con los registros de dominio de internet o de nombre corporativo y es estrictamente territorial, o sea que no puede ser defendido más allá de las fronteras del territorio donde está registrado.

Aunque la elección final de la marca le corresponde al empresario, es aconsejable consultar desde el principio con un abogado especializado en marcas para coordinar las estrategias comerciales y marcarías, verificar la disponibilidad de la marca en los registros correspondientes y en los de dominio de Internet. El tiempo invertido al principio le ahorrará al empresario preocupaciones y gastos innecesarios más tarde. Recuerde que usted va a definir la identidad que un producto o servicio va a tener durante toda su vida comercial.



Director Ejecutivo - Centro de la Propiedad Intelectual-Universidad Austral; Vice-presidente - Racial Datacom; Gerente de Latinoamérica - Corner Peripherals.  
Más información personal en  
<http://www.themindharvesters.com/abogados.aspx>

Una marca es mucho más que la identificación de un producto o servicio, es el símbolo de su calidad, confianza y distinción y frecuentemente adquiere un valor más grande que el patrimonio tangible de una empresa. En un mercado competitivo no hay nada más distintivo que una marca registrada.

Así como padres seleccionan cuidadosamente el nombre de sus hijos, cuidando que rime con el apellido, que sea apropiado para sus creencias y valores, y que esté adecuado al tiempo, con la misma cautela debe un empresario elegir la marca con la cual va a identificar sus productos o servicios.

Una marca registrada puede ser un texto (Nominativas), logo, símbolo (Innominadas), diseño (Tridimensionales), color, sonido o una combinación única de los elementos anteriores, que identifiquen y distinguen el origen un producto y lo diferencien de cualquier otro.

A la hora de seleccionar una marca la inclinación más fuerte del empresario es la de designar una marca descriptiva basada en un nombre que describe el producto o servicio ofrecido, por ejemplo "Servicios de Lavandería Miami". Este tipo de marcas, que describen claramente un servicio específico y una localidad, tiene la obvia ventaja que no necesitan explicaciones adicionales para describir en que consiste el ofrecimiento, pero tiene la gran desventaja de ser una marca tan genérica que es casi indefendible.

Las marcas nominativas descriptivas que utilizan palabras genéricas, como "Lavandería", para establecer una asociación mental con el producto o servicio ofrecido son muy débiles y no son registrables en la clase correspondiente, en este ejemplo la clase de servicios de lavandería. Los



Call or write IPBC for a  
**free consultation**  
**(305) 720-2080**  
[drgolab@themindharvesters.com](mailto:drgolab@themindharvesters.com)

## INTELLECTUAL PROPERTY BUSINESS CONSULTANTS, PLLC.

Where Science, Business, and Law meet.

- Patents
- Trademarks
- Copyright
- Internet & Computer Law
- Trade Secrets
- Entertainment Law
- Registration
- Licensing/Franchise
- Litigation
- IP Auditing
- Business Consulting
- Strategic Use

[www.themindharvesters.com](http://www.themindharvesters.com)

# Seguros Internacionales

Ayudando a la comunidad hispanoamericana a tomar las decisiones más acertadas y económicas en aspectos financieros para asegurar su patrimonio.



Nota preparada por la redacción ante la visita de Oscar Reyes, especialista de Seguros Internacionales.

oreyes@asegurainternacional.com  
Skype : oscargreyes, USA Mobile 1-786-663-3642

Oscar Reyes, representante de las más importantes compañías de seguros de los Estados Unidos y algunas de Europa, ha visitado nuestra redacción para hacernos una presentación de lo que significan sus productos de seguros. Esta reunión se llevó a cabo luego de su intervención, en uno de los desayunos de trabajo "Como hacer Negocios con USA", donde surgió la posibilidad de que tan importante tema y productos representados por él en materia de seguro, deberían ser un ingrediente más de esta Guía que se ha integrado en nuestra revista Negocios USA.

Oscar, ofrece asesoría sobre contratación de seguros internacionales de "Vida" de "Viajes" y "Salud" para individuos, grupos familiares o empresas que se encuentren radicados en países latinoamericanos.

Sus 18 años en la comercialización de productos de seguros, le permitieron obtener una gran experiencia para ayudar a sus clientes tanto actuales como potenciales a detectar sus necesidades y presentarles alternativas para que puedan disfrutar de la mejor cobertura patrimonial.



Como Broker de Seguros Internacionales se ha dedicado especialmente a atender toda la comunidad hispanoamericana y las cientos de pólizas contratadas por él, con un excelente grado de aceptación y conformidad de todos sus clientes, posicionan a Oscar Reyes en un lugar de avanzada en este tema tan delicado y controvertido como es el de los seguros.

Al preguntarle concretamente por qué se deberían contratar las pólizas de seguros con él, Oscar nos explicó que con su dedicación, la posibilidad de tener la representación de las empresas internacionales más reconocidas le permite seleccionar dentro de las mismas, las que ofrecen mejores garantías para satisfacer las óptimas condiciones para sus clientes.

*Su poder diferenciador es muy simple, tanto antes de contratar una póliza como después de haberlo hecho, es ahí donde Oscar hace un seguimiento exhaustivo para tener a sus clientes siempre informados y notificando sobre cualquier tipo de cambio que se pueda presentar para que sus productos se caractericen por ser los más efectivos.*

Adicionalmente a sus actividades relacionadas con los seguros, Oscar ayuda a planificar recursos para solventar los futuros costos universitarios, a planificar pensiones y rentas vitalicias y de esta forma permitir a sus clientes de las más diversas edades a enfrentar el futuro en el mejor marco de seguridad posible.

En su website, se pueden encontrar todos los productos ofrecidos como también se ha creado una sección para facilitar cualquier tipo de consulta "online". Ahora a través de la Internet, y con el gran auge de las redes sociales, Oscar ofrece a sus clientes las más diversas formas de brindarles información, y ayudarles a evaluar las condiciones para un plan integral familiar o empresarial para cubrir todas las necesidades que hayan surgido.

[www.asegurainternacional.com](http://www.asegurainternacional.com)



# 10 razones...

...para comprar una franquicia en los Estados Unidos.

por Jesús Aveledo.

Muchos inmigrantes no tienen ni idea de qué negocio comenzar y desconocen algunos fundamentos básicos de cómo llevar con éxito un negocio en un país tan competitivo como Estados Unidos.

Es una buena alternativa para conocer como se maneja el mundo de los negocios en ese País, la compra de una franquicia que previamente haya analizado minuciosamente.

Revise estas diez razones básicas que a continuación les presento, para iniciar con buen pie su vida y establecerse exitosamente en Estados Unidos.

**1- Usted adquiere una fórmula comprobada.** Al comprar una franquicia reconocida en el mercado, usted está adquiriendo todo un sistema de negocios que va desde la localización hasta el mercadeo satisfactorio de su producto, pasando por una capacitación adecuada.

**2- Reconocimiento inmediato de la marca y del producto.** Los consumidores, por lo general frecuentan los negocios con los que está más familiarizados y en los que se siente más cómodo. Muchas veces no está dispuesto a experimentar conceptos que desconoce, bien sea por el mercadeo que hay detrás de un producto o por el reconocimiento generalizado que se tiene del mismo.

**3- Usted no puede experimentar.** Muchos extranjeros que buscan hacer negocios en los Estados Unidos, no pueden darse el lujo de fracasar.

**4- Factor tiempo para el comienzo de un negocio.** La mayoría de las personas que inmigran en los Estados Unidos, lo hacen con el propósito de iniciar un negocio. Una franquicia bien posicionada en el mercado americano le ayudará a aterrizar con éxito en ese gran mercado.

**5- No busque el negocio de sus sueños.** Muchos inmigrantes llegan a los Estados Uni-



dos con la idea de dar con el negocio de sus sueños, pero aunque sea doloroso el negocio de sus sueños solo existe mientras usted duerme, muchos clientes gastan grandes recursos y tiempo de sus vidas tratando de dar con el negocio perfecto. El negocio perfecto no existe.

**6- Muchos negocios nuevos cierran pronto.** No se arriesgue, los nuevos emprendimientos fracasan antes de los tres primeros años, están excluidos de esta estadística de mortalidad de nuevos negocios, las franquicias, que tienen un alto nivel de perdurar.



**7- Dese una vuelta por los mercados.** Usted mismo haga la siguiente prueba, de una vuelta por la mayoría de los centros comerciales y comercios en los Estados Unidos, cada día verá usted más que los conceptos de franquicias están cada día más metidos en la mente y los bolsillos del consumidor.

**8- Franquicias anti-crisis.** Nombres y marcas reconocidas es lo que los consumidores buscan en tiempos económicamente difíciles y de recesión.



**9- No es tiempo de retirarse.** Si no está pensando en retirarse por ahora, llegó el momento de tener su propio negocio, comience con una franquicia que le enseñe a usted como hacer negocios con los Estados Unidos.



**10- Asistencia técnica y administrativa para su negocio.** Una buena franquicia siempre estará allí, a su lado, para apoyarlo en el éxito de su negocio, ellos cuentan con sistemas administrativos y de control ya probados, y son estos sistemas y métodos los que le garantizaran a usted que su negocio puede perdurar en el tiempo.



# Franquicias

una gran opción de negocios!

por José Torres, Director General de FranNet – Sur de la Florida

## Encontrar el Negocio adecuado.

Una franquicia es una licencia que una compañía (El Franquiciante) otorga a un Franquiciatario (usted, el inversionista) para utilizar el nombre y marca de su compañía así como sus ya probados sistemas y procedimientos. A menudo, a mayores franquiciatarios, el nombre de la firma toma mayor fuerza, y por consiguiente mas valioso se vuelve también el negocio del franquiciatario. Cada franquiciatario opera su negocio de manera independiente pero siempre dentro de los estándares de calidad y servicio del franquiciante de tal forma que el cliente final experimente consistencia, sin importar en donde compran los productos o servicios de la franquicia. Esta es la fuerza de una marca -El cliente se siente seguro al hacer su compra.

Lo mas importante de entender acerca de comprar una franquicia es esto. Cuando usted compra un negocio existente, a mayores ventas brutas, mayor es el precio que tiene que pagar por él. Con una franquicia, usted está comprando el esquema, los planos para construir Su propio negocio, y el costo de comenzar el negocio tiene muy poco que ver con el resultado final o el ingreso potencial. La ventaja de una franquicia es que usted sabrá el total de la inversión ANTES de tomar una decisión sobre invertir en el negocio. Esto reduce el riesgo e incrementa la seguridad de su inversión. Las franquicias son inversiones sorprendentemente accesibles. La inversión total para la mayoría de las franquicias es entre \$25,000 y \$250,000 dólares y en muchos casos se cuenta con financiamiento disponible.

Franquiciar es una estrategia de mercado para obtener un segmento de mercado desproporcionadamente grande. Se estima que cerca del 12% de todos los negocios en Estados Unidos son franquiciados, sin embargo, sus ventas suman el

43% de las ventas totales en el país – ¡casi cuatro veces! Existe mas de una razón por la que los franquiciatarios logran apoderarse de un segmento de mercado mayor, en general, es porque los franquiciantes ofrecen:

**Experiencia:** Las franquicias son negocios que ya cuentan con unidades operando exitosamente. Esto significa que usted puede evitar costosos errores al inicio de sus operaciones. Entrenamiento: Se le enseñará todo lo que necesita saber para comenzar a operar el negocio

**Apoyo:** Tendrá la ventaja de contar con estudios adelantados sobre dirección, mercadeo, estrategia de ventas y desarrollo para estar siempre actualizado con las cambiantes condiciones del mercado.

**Reconocimiento de Marca:** Las marcas atraen mas clientes al negocio y proveen una ventaja competitiva que negocios independientes no tienen. Publicidad profesionalmente preparada y bien probada puede darle una amplia ventaja en un mercado altamente competitivo. Campañas publicitarias conjuntas con la compañía franquiciante y con otros franquiciatarios le pueden brindar exposición nacional con una inversión bastante menor que al hacerlo usted solo.

**Selección del Lugar:** Recibirá asesoría al seleccionar un sitio y al adecuar su interior para optimizar el uso de los espacios de una manera muy eficiente.

**Rapidez y Eficiencia:** El franquiciante le ahorrará tiempo en el arranque del negocio de tal forma que usted pueda comenzar a trabajar con clientes y compradores de manera inmediata, en vez de tratar de solucionar problemas imprevistos.

**Simpleza:** Los Franquiciantes tratarán de mantener su negocio tan simple como

sea posible de manera que usted pueda concentrarse en las actividades que le darán mas dinero.

**Amistad:** Porque las franquicias tienden a atraer ciertos tipos de inversionistas con personalidades y estilos de hacer negocios muy similares, encontrará a mucha gente acorde a su manera de pensar en el grupo. Podrá usted hacer nuevos contactos que pudieran derivar en una amistad que podría durar para toda la vida.

### ENCONTRAR EL NEGOCIO ADECUADO EXISTEN BASTANTES OPCIONES

¡Hay mas que franquiciar aparte de hamburguesas o helados! Existen mas de 90 categorías de negocios de franquicias con más de 5,000 opciones de donde elegir. En general, estas caen dentro de seis categorías principales:

**Comida:** Es la forma de franquicia más visible, por lo que mucha gente piensa que es la ÚNICA ALTERNATIVA. Su costo puede variar entre \$100,000 y \$2,500,000 de dólares por unidad

**Servicios Automotrices:** Estos incluyen talleres de transmisiones, servicio rápido de lubricado y cambios de filtro, reparación de parabrisas, reparación de vestidura y tapicería, laminado y pintura, reparación de llantas, etc. Su costo varía entre \$25,000 y \$250,000 dólares

**Ventas al Detalle:** Muchas de las tiendas que vemos en los Centros Comerciales son franquicias. Tiendas de productos para el cuidado de la salud, accesorios para la mujer, electrónicos, enmarcado de cuadros, mueblerías, para nombrar solo algunas de las múltiples opciones. Porque una tienda comúnmente necesita ser comprada, remodelada y con inventario el costo varía entre \$75,000 y \$250,000 dólares.

**Servicios Negocio a Negocio (B2B):** Esta categoría es la favorita para la gente que quiere trabajar un horario de 40 horas o menos a la semana. Las opciones incluyen reclutamiento de personal temporal, agencias de colocaciones, servicios de impresión, capacitación en ventas, servicios de consultoría gerencial, servicios de limpieza y mantenimiento comercial, y muchas más. Debido a que no hay altos costos de establecimiento e inventario, su costo puede variar entre \$25,000 y \$200,000 dólares.

**Servicios Personales:** Puesto que estos servicios se prestan en las oficinas o casas de los clientes, la mayoría de estas franquicias no necesitan contar mas que con una pequeña oficina o incluso, pueden ser operadas desde su casa. Estas franquicias proporcionan servicios como lavado de alfombras y tapicería, servicios de cuidado de enfermos o ancianos, jardinería, etc. Su costo fluctúa entre \$20,000 y \$150,000 dólares.

**Servicios para Niños:** Incluyen tutoría, centros de diversiones, centros de entrenamiento en computación, entretenimiento educacional. Su costo varía entre \$25,000 y \$200,000 dólares.

Esta es solo una lista parcial de franquicias que funcionan dentro de los grupos antes mencionados:

- Reparación y servicio automotriz
- Servicio y reparación de computadoras
- Negocio a Negocio (B2B)
- Servicios Educativos
- Servicios de Empleo
- Anuncios Publicitarios
- Impresión
- Paquetería
- Servicios y productos fotográficos
- Purificado y Filtración de agua
- Reparación y mantenimiento de casas y departamentos
- Limpieza y mantenimiento de edificios comerciales
- Lavandería
- Servicios de Reparación de Casas

- Comida saludable
- Jugos de frutas frescas y bebidas vegetales
- Producción y venta de productos alimenticios en pequeña escala:
  - Pan y Galletas
  - Helados
  - Dulces y Chocolates
- Restaurantes
- Cafés
- Clubes deportivos
- Cosmetología y Belleza
- Salones
- Salones de bronceado
- Gimnasios
- Cuidado de personas mayores
- Cuidado de niños
- Ventas al menudeo de productos para el hogar
- Decoración de interiores
- Productos y servicios veterinarios

Como regla general, no existe prácticamente un sector de negocios que no ofrezca una franquicia. Con esta abundancia de opciones, FranNet puede explicarle los pros y contras de cada tipo de franquicia y ayudarle a identificar aquellas que se acoplen a sus necesidades.

José Torres sus Contactos: 305-273-0709  
jtorres@frannet.com

Es el director general de FranNet, la compañía consultora líder y pionera en el mercado de asesoría en la selección y desarrollo de franquicias en los Estados Unidos. La especialidad de Torres consiste en ayudar a empresarios, inversionistas, y ejecutivos a navegar el proceso de encontrar y adquirir franquicias sólidas con sistemas de negocios exitosos. Su empresa representa sobre 80 conceptos de franquicias en diversos sectores y han ayudado a miles de empresarios a encontrar su negocio de franquicia ideal.

## Uniting Entrepreneurs with Opportunities

Looking for the right business opportunity? Need guidance?

FranNet provides no-cost guidance, information and support to individuals who are interested in purchasing a franchised business. FranNet consultants specialize in helping their clients find the right franchise through their exclusive matchmaking process.



There are thousands of franchise opportunities and we'll help you find the right one.

Jose Torres  
FranNet of Miami  
305-273-0709

jtorres@frannet.com  
www.frannet.com/jtorres



# Entrevista

a Jesús Aveledo

*Creador del Seminario: Como hacer Negocios con Estados Unidos*

por Rosa Uztáriz



## Jesús Aveledo, pasión por los Negocios y pasión por el Polo

*“Cada día es más evidente que la comunidad hispana en Estados Unidos es la que tiene la más alta tasa de crecimiento demográfico y económico. Por ello es esencial aprender bien a manejar todos los resortes que mueven los mecanismos mercantiles y dominar los complejos caminos de la Ley que rige la inmigración en este País para que construya su vida y negocios dentro de la más estricta legalidad en Estados Unidos” así se inicia nuestra conversación con este dinámico abogado venezolano.*

Jesús Antonio Aveledo nació en Las Vegas, Nevada, Estados Unidos de América. Es licenciado en derecho por la Universidad Católica Andrés Bello, en Caracas, Venezuela. Cursó postgrados en Instituciones Financieras Internacionales, Banca y Finanzas, Administración de Empresas y Mercadeo Financiero.

Casi desde su graduación se dio cuenta de la necesidad de establecer un sistema de asesoría para quienes desean establecerse y/o hacer negocios en Estados Unidos. Actualmente es director de la Firma Negocios USA, con sede principal en Miami y oficinas asociadas en Caracas, Buenos Aires, Ciudad de México, La Paz, Guayaquil y Santiago de Chile.

Jesús Aveledo actualmente es Director de la cámara Venezolana Americana de Comercio, con Sede en Miami, Florida, también dirige nuestra revista Negocios USA dirigida a todos los hispanos que hacen Negocios en este inmenso país.

En Nuestra Entrevista nos manifestó **“Uno de los aspectos más importantes es que este País es el que mayores y mejores oportunidades ofrece a los emprendedores, pero también el que requiere mayores niveles de legalidad en todas las tramitaciones. Por ello es indispensable contar con ayuda experta en el proceso de arranque de las operaciones”**

Hace más de 16 años, este joven abogado tuvo la idea de comenzar un seminario educativo para las personas que desean iniciar negocios en Estados Unidos, lo hizo en Venezuela y ya ha logrado repetir sus éxitos iniciales en América Latina. Estos seminarios incluyen sesiones prácticas con profesionales en las diversas fases del negocio, desde los abogados licenciados en Estados Unidos entendidos en los complejos vericuetos de la ley y la práctica migratoria hasta los contadores que se encargan de dar forma corporativa y contable a las ideas del cliente.

***Más de cien mil personas han participado en este seminario en diversos países del Continente Americano, sobre todo en Venezuela, donde cerca de 43 mil interesados se han hecho parte de este gran esfuerzo colectivo.***

El abogado Aveledo Urdaneta, que ha dedicado 23 años de su carrera a este tema y tiene acumulada la experiencia de miles de casos que ha conocido personalmente, insiste en que la condición indispensable para tener éxito en los negocios en Estados Unidos es proceder legalmente y tener cuidado de cumplir con las leyes y reglas que rigen las actividades mercantiles en ese País. No hay sustituto adecuado para un consejo de profesionales y eso es lo que se ofrece en el Seminario.

También su experiencia deportiva en la práctica del Polo lo reafirma en su posición de que aún los mayores riesgos pueden

afrontarse si se toman las debidas precauciones y se dispone de los mejores y más seguros equipos, eso hace en su práctica de este arriesgado deporte y esta es parte importante de su filosofía profesional, Aveledo ha logrado reunir a los mejores profesionales en el área de hacer negocios en los Estados Unidos y los ha presentado como un equipo de alta competencia en los seminarios Negocios con USA, y son quienes lo ha acompañado a lo largo de estos diez y seis años de presentaciones de seminarios en Latinoamérica.

Aveledo es un amante de los deportes, en especial los deportes equinos, ha escogido como pasión deportiva la práctica del polo, deporte que practica en la Argentina, actualmente se entrena para participar en el campeonato de polo de los Estados Unidos, en Palm Beach.

A lo largo de 23 años de ejercicio profesional Jesús Aveledo, ha acumulado una vasta experiencia que ha plasmado en dos libros, el primero de ellos, “Cómo hacer negocios con Estados Unidos”, del cual se han hecho ya doce ediciones y, el segundo, “Su Pasaporte a Estados Unidos” que va por la octava edición. Esta popularidad es un tributo a la seriedad con la cual trata los diversos aspectos de una realidad compleja, estableciendo principios claros y ofreciendo explicaciones basadas en la Ley y en la experiencia repetida, con fórmulas probadas y comprobadas.

Nuestro entrevistado nos confía que está terminando un tercer libro, en el cual desarrollará uno de los temas más comentados en sus obras anteriores, el análisis de los errores más comunes que cometen los hispanos cuando tratan de hacer negocios en los Estados Unidos.

El creador de esta fructífera idea insiste en que la comunidad de tradición hispana en los Estados Unidos es la que tiene el mayor crecimiento y ofrece muy buenas perspectivas para realizar negocios rentables. Pero para lograr éxito en esta empresa es absolutamente indispensable cumplir con todos los requisitos legales y obtener la asesoría adecuada en los diversos campos del Derecho; el de inmigración, el mercantil, el financiero, el de mercadeo, contabilidad y materia impositiva, para que pueda llevarse a cabo dentro del marco legal y con la mejor perspectiva de éxito a corto, mediano y largo plazo, sólo así logrará aprovechar la diversidad étnica, la pluralidad y el respeto a las minorías, que son elementos fundamentales del excelente clima de negocios estadounidense.

Recomienda consultar su página web: [www.negociosconusa.com](http://www.negociosconusa.com) a la que, gratuitamente acuden miles de personas diariamente, para encontrar la forma de no cometer los 20 errores más comunes de los hispanos al hacer negocios con Estados Unidos y los artículos de más actualidad para hacer negocios en USA.



# Llegando a...

...lo mejor.

Entrevista a Carmelo Trimarchi

Una vida dedicada al mundo de eventos deportivos y a eventos deportivos en el mundo.



Después de observar la tierra desde las alturas como piloto durante más de 35 años, Carmelo Trimarchi no quiso abandonar un estilo de vida que había decidido llevar, especialmente acostumbrado a trabajar con gran precisión, responsabilidad y cuidado en cada una de sus acciones diarias. Al acercarse a la tierra nuevamente, pudo lograr su sueño de seguir transformando su pasión por el deporte y la excelencia de servicio, incursionando en el mundo de los negocios. Primeramente creó una exitosa empresa de "Charters" y actualmente dirige personalmente su increíble iniciativa que lleva el nombre de Grand Prix Tour agencia de viajes especializada en la organización, planificación y venta de viajes a grandes eventos deportivos a nivel mundial.

Cuando se le presentó el proyecto de la revista denominada *NegociosUSA*, otra de las iniciativas de Jesús Aveledo su creador, y gran amigo de Carmelo, él incondicionalmente quiso ser parte proactiva de la misma ya que cuando mueve este grupo de gente por temas de deporte por ejemplo a los Estados Unidos hay un gran porcentaje de los que viajan, o sea los que forman parte de los grupos que él organiza, que están deseosos de aprovechar oportunidades de negocios de todo tipo y eso es también un "Valor Agregado" muy especial que se brinda a través de esta empresa.

Con Alemania 2011 fútbol femenino, Mundial Fórmula 1, El Master de Golf PGA Tour, Copa América de Fútbol Argentina 2011, Moto GP, el clásico de la liga y demás está decir la Copa del Rey en España donde nuevamente se enfrentan Barcelona y Real de Madrid en el mes de abril, Grand Prix Tour permite a sus clientes conocer los más encantadores lugares del mundo a través de grandes eventos de deportes.

Cada evento en el que participan, cada grupo que se logra integrar es tan solo una forma muy especial de brindar un servicio inolvidable que no tiene sólo la firma de Grand Prix Tour, sino la participación directa de Carmelo Trimarchi su creador, quien personalmente pone una increíble dosis de entrega para seguir logrando el nivel de excelencia en todo lo que ofrece y que logra concretar con una vivencia directa en los más reconocidos eventos deportivos. Los productos que ofrece Grand Prix Tour son usados por empresas como fuerza de Ventas, incentivos y promociones.

Ahora con la gran experiencia acumulada se comienza a dar un nuevo servicio integrado incluyendo viajes a congresos y convenciones, campañas internas o cualquier otro que las empresas necesiten.

La Visión de ser la empresa líder en Hispanoamérica y brindar siempre a sus clientes alternativas de turismo para asistir a los más importantes eventos deportivos a nivel mundial se está cumpliendo ampliamente.

Con contactos directos con gran cantidad de agencias de viajes latinoamericanas, Carmelo organizó durante 11 años eventos que le permitieron situar su empresa como la Agencia Nro.1 en turismo deportivo entre los que se destacan más de 90 viajes a carreras de Fórmula Uno, 20 viajes a los clásicos de Fútbol Español, Italiano y Partidos de Champion League, varias series del Caribe, Clásico mundial de Béisbol, Copa América en Venezuela, además de ser la primera agencia en su país en ser certificada con la exclusividad de ventas para el mundial de Fútbol de Alemania 2006 y Sur África 2010.

Trabajando para la Copa América en el corriente año (2011) Carmelo Trimarchi nuevamente tomó la delantera logrando resultados bien concretos para mover entusiastas clientes a visitar Argentina.

Dentro de Grand Prix Tour los deportes tienen un lugar de preferencia y también los eventos que se realizan en los más diversos lugares y con sus viajes de coordinación con presencia en más países, esta empresa ya tiene un renombre internacional que es sinónimo de excelencia, oportunidad y en especial de gran impacto dentro de toda la comunidad latinoamericana para estar presente en el mundo de los deportes.



**Grand Prix TOURS**

**Nº 1 en Turismo Deportivo**

**2011**

**CONOCE EL MUNDO A TRAVÉS DEL DEPORTE**

- GOLF PGA TOUR
- MOTO GP
- REAL MADRID VS BARCELONA
- MUNDIAL FORMULA 1
- COPA AMERICA DE FUTBOL ARGENTINA 2011
- MUNDIAL DE FUTBOL FEMENINO ALEMANIA 2011

www.viajesgrandprix.com E-mail: info@viajesgrandprix.co Telefx: (+58-212) 987.41.56 - 987.17.98  
Centro Profesional santa Paula, Torre A piso 9, Ofic. 95 Santa Paula, código postal 1061, Caracas - Venezuela  
RIF J-30661332-3



# El Polo y el mundo de los negocios, una pasión compartida por Jesús Aveledo

Para el abogado Venezolano Jesús Aveledo, los deportes extremos, de altas velocidades y riesgo como la aviación acrobática, los de motor y en especial el polo, son su pasión.

Este último, el Polo, que practica con frecuencia, se ha convertido en una actividad que combina con los negocios y con el ejercicio de su profesión. Este reconocido abogado con amplias relaciones en Latinoamérica y Europa, es quien hace dieciséis años creó en el entorno hispano, el reconocido seminario "Cómo hacer negocios con Estados Unidos" y ahora quiere llevar el polo a otro nivel.



Adolfo Cambiasso, el Polista Número Uno del mundo y Jesús Aveledo

Su experiencia deportiva en la práctica de este deporte lo reafirma en su filosofía para los negocios, donde nos expresa, que aún asumiendo grandes riesgos éstos se pueden minimizar si se cuenta con los profesionales y equipos de trabajo apropiados y se es cauto. Jesús Aveledo ha logrado alcanzar unos resultados que sí responden efectivamente a las metas inicialmente propuestas por sus clientes en sus negocios.

Jesús Aveledo, intenta vincular los negocios con el deporte equino y comenta: **"Yo siempre estuve vinculado con el tema de los caballos, dado que mi familia paterna ha tenido haras de caballos de carrera"**.

Pues ahora que estoy un poco más adulto e inmerso en el maravilloso mundo de los negocios internacionales, ellos y mis relaciones en la Argentina y en los Estados Unidos me han acercado al mundo del polo profesional. Tengo parte de mi familia que vive en Argentina, lo que me lleva de la mano a este deporte y también por mi entrenador personal en Argentina, Santiago Hernando, quien es un profesional del polo y cuenta con un alto hándicap. Juega en Inglaterra y los Esta-

dos Unidos, me ha involucrado en este maravilloso proyecto de crear un tour mundial de polo.

Este deporte y lo que significa para mí trabajar en equipo en la cancha y en mi red de negocios y clientes me han proporcionado las habilidades necesarias para conducir con éxito ambas actividades. El mundo de los negocios y el del polo comparten similitudes en cuanto a que hay que tomar decisiones y asumir riesgos y por la velocidad con que se desarrollan ambos, además de que el polo es un deporte de equipo al igual que en mi profesión, un equipo cliente-abogado. Soy un ferviente apasionado del trabajo en equipo, allí radica el éxito de mis Clientes, los cuales he rodeado de mi equipo profesional y de mi red de negocios.

relacionada con esta actividad al estilo de otros deportes.

Me gustaría que el polo fuera más cercano al público, que la gente pueda disfrutar el juego desde diferentes ángulos como en el béisbol y en el fútbol o en la fórmula uno, involucrar a la televisión y al turismo alrededor de este deporte. Éstos son algunos de los objetivos,

recalcó Jesús Aveledo en una entrevista con el editor de la revista Negocios USA, en sus oficinas del despacho internacional de abogados en Miami, Florida.

Hoy en día el polo se juega en clubes privados en Europa, Estados Unidos, Argentina y Asia, él va a por más y enfatiza: "Quiero para el polo el mismo concepto del Red Bull Air Race", una competencia de acrobacias aéreas que es muy conocida en Europa. Se ha hecho muy popular en estos últimos años a pesar de su reciente estreno, hace aproximadamente unos ocho años. Este evento atrae a multitudes y esto es lo que quiero para el polo. Por exhibición acuden hasta un millón de personas!

El proyecto está programado para comenzar en los Estados Unidos en la temporada de polo 2013 - 2014. Ahora estamos buscando los patrocinadores y los miembros de los equipos, que es la tarea más difícil. Creo que sumando a los patrocinadores ya existentes, otras marcas que deseen tener presencia en el Mundo del Polo, podremos colocar este deporte en el mapa mundial.

En cuanto a los jugadores, aspiramos a que sean profesionales y de alto hándicap, vendría a ser como la final del polo en Argentina, el Abierto de Palermo, donde cada equipo participante tiene un 40 de hándicap. Sabemos que el equipo tiene un patrón quien paga a cada uno de sus jugadores, no queremos que solo el patrón esté presente como único director sino que el grupo esté financiado por grandes corporaciones como lo están otros deportes que ganaron su prestigio y fama a nivel internacional. Y el polo en este sentido no puede ser menos", finalizó Jesús Aveledo.

Actualmente Jesús Aveledo se entrena en la Argentina y en los Estados Unidos, donde aspira participar con su equipo en las futuras ediciones del campeonato de polo de los Estados Unidos.

Desde todo el equipo de redacción de nuestra revista Negocios USA, le deseamos mucha suerte a Jesús Aveledo en este arriesgado y difícil deporte que ha escogido como reto personal y de negocios.

Suerte en la práctica de este glamoroso deporte mundial y mucha suerte en los Negocios de sus clientes, le deseamos a este emprendedor abogado venezolano.



De izquierda a derecha: Marc Ganzi, Gonzalo Pieres, Jesús Aveledo



# Las marcas...

... invierten millones en el deporte

por Angélica Willard

*Exitoso jugador de Polo Nacho Figueras imagen de Mercedes Benz y Ralph Lauren*

Hace poco se dio fin a la versión 45 del Super Tazón en los Estados Unidos, un evento que genera millones de dólares para los equipos, sus jugadores, los apostadores y la televisión. Los minutos en el espacio están parcelados estratégicamente y se calcula que 30 segundos de publicidad estaban cotizándose en 3 millones de dólares.

Como todo, estas ganancias tienen un efecto dominó en el comercio. Los deportistas exitosos conocen muy pronto su valor cuando alcanzan renombre, ya sea por su calidad, por su físico y si a esto se suman las dos cualidades, rápidamente son contratados por las marcas más famosas.

Ignacio "Nacho" Figueras, el atractivo y talentoso jugador de Polo argentino además de ser el hispano favorito de Ralph Lauren, para una línea de fragancias y ropa. A los 33 años, millonario, gran deportista, padre de tres hijos, vive feliz en su hacienda en las afueras de Buenos Aires, desde donde traslada sus caballos fina sangre para los juegos de Polo en los clubes más selectos del mundo. Y como nada viene solo, la marca de automóviles alemana Mercedes Benz puso su lente para estampar su figura junto al fabuloso modelo SLS.

Los jugadores de fútbol, como David Beckham, junto a Cristiano Ronaldo, Rafael Nadal y Roger Federer en el tenis, LeBron

James en el baloncesto y Alex Rodríguez en el béisbol, entre algunos, nos dan una idea como con contratos millonarios en el deporte son figuras favoritas de marcas como Nike, Adidas por nombrar algunas, para sumar otros cuantos dólares o euros a su abultada cartera.

Los eventos masivos y la imagen junto a la marca impactan de manera espontánea y silenciosa en el consumidor. La publicidad se refleja cuando niños y adultos fanáticos, compran en las tiendas, "esa" marca de zapatillas, camisas, gorras, guantes, toallas, y marcas de autos, para seguir la saga de sus líderes. Todos dispuestos a pagar determinadas sumas para lucir al estilo de sus ídolos.

Pero todo es un trabajo de años para muchos deportistas. Nacho Figueras comenzó su pasión por los caballos a los 9 años de edad y a los 20 ya era un gran polista, cuando fue descubierto por un fotógrafo en Estados Unidos. "Descubrí que podía hacer un dinero extra", dijo en esa oportunidad a los medios, y comenzó a modelar para Ralph Lauren en el 2000, luego ya fue la imagen de Ralph Lauren Black Label en el 2005, y desde el 2009 ya tiene un contrato como imagen para las fragancias World of Polo, Polo Black, Polo Blue and Polo Modern Reserve.

Así mismo el equipo de Polo Black Watch tiene auspicio de la marca Ralph Lauren, todo un éxito, de la mano con el deporte.



Foto: Cortesía de Mercedes Benz y Ralph Lauren



# Welcome back...

...to Miami.

por Juan Carlos Murillo, Fortune International Realty

*Miami está de regreso, desde mediados del 2009, en la capital del Sol se empezó a sentir un ambiente semejante al de la primavera después de un terrible invierno.*

Ahora, ya arrancamos el 2011 y es definitivo, los indicadores económicos, reportes de prensa y los propios hechos concluyen que tiene sentido de nuevo invertir y hacer negocios en esta ciudad que se ha transformado en una hermosa metrópolis moderna, llena de oportunidades y con las puertas abiertas para recibir capital extranjero.

El mercado de Bienes Raíces experimenta un resurgimiento con mucha energía y algo muy positivo está ocurriendo, los nuevos compradores, en gran parte extranjeros, son individuos o fondos de capital que cierran la compra al contado en un alto porcentaje, sin préstamos hipotecarios y absorben inventario con mentalidad no especulativa, sobre todo en el caso de individuos y familias que piensan en invertir a largo plazo.

La demanda actual es muy firme y esta solvencia de compradores fuertes permite estabilizar el mercado, regularizar el funcionamiento de los condominios y regularizar la recaudación de impuestos a la propiedad que tanto necesita una ciudad para su buen funcionamiento. También es un punto muy positivo ver de vuelta los cierres con créditos hipotecarios, los bancos están trabajando, las tasas de interés siguen muy bajas, las per-

sonas, incluyendo extranjeros, obtienen un préstamo porque realmente califican para obtenerlo, sencillamente pueden demostrar ingresos y capacidad de pago.

Estados Unidos ha desplazado a China, Brasil y otros países como el país preferido para la inversión y la ciudad de Miami vibra. Las ventas de inmuebles pendientes reflejaban según un reporte de Septiembre del 2010 un aumento del 28.6 por ciento en comparación con el mismo mes del 2009, en Miami - Dade, 1,039 unidades cambiaron de mano sólo en el mes de Noviembre del 2010, un asombroso 37.7 por ciento por encima del mes anterior y un 71 por ciento por encima del mismo mes del 2009, la venta de casas unifamiliares también subieron en Noviembre en un 24,4 por ciento con respecto a Octubre. Un informe reciente, establece que se han vendido el 85% de los condominios construidos desde el 2002, 41,258 condominios se han vendido desde South Beach hasta West Palm Beach, gran parte en la zona del Downtown de Miami donde se vendieron 3,675 condominios en el 2010, un 57 por ciento por encima del 2009. Es evidente que el mercado y el ambiente están cambiando y ha llegado la hora de reaccionar para aquellos que todavía esperan el momento.



Si desea invertir en USA, le invito a contactarnos... Somos un equipo de profesionales que le van a asesorar en todos los procesos de inversión.

## compra | venta | alquiler | desarrollos

Asesorar a extranjeros es nuestra especialidad en todo lo relacionado a la compra, venta y rentas a corto y largo plazo de inmuebles en el centro y sur de Florida. 20 años de experiencia, hacen la diferencia.

Fortune International Realty Brickell, Inc.  
1390 Brickell Ave. #104 | Miami | FL 33131 Off: 305.400.6393 | Fx: 305.400.6394



**Juan Carlos Murillo** REALTOR®-Associate  
Cell: 305.332.5804 | email: jcmurillo@fir.com  
**Línea Directa en Venezuela (212) 720.5287**  
@micasaenflorida | mi casa en florida  
www.JuanCarlosMurillo.com | www.fir.com

**FORTUNE**  
INTERNATIONAL REALTY



# Visa EB-5

## La Actual Economía Norteamericana

*Excelente oportunidad para los inmigrantes-inversionistas de todas partes del Mundo, en especial para los Latinoamericanos.*

Muy probablemente este es el Momento en que la Economía de EEUU requiere más de la inmigración y de sus inversiones. Aunque algunos factores indiquen que estamos saliendo de la recesión, muchos otros tales como la debilidad del dólar, la situación de las instituciones financieras, la industria de bienes raíces y el desempleo, parecen indicar lo contrario. La situación económica actual se traduce en una magnífica oportunidad para los extranjeros que desean invertir en EE.UU. y conseguir una visa de residencia, categoría EB-5 que ofrece la Ley de Inmigración.

Todos los años muchos inversionistas latinoamericanos se acercan a nuestras oficinas para ver qué posibilidades tienen de establecerse legalmente en los EEUU y una vez que estudiamos su perfil podremos indicarles cuál es la categoría mas apropiada para radicarse junto con su familia y emprender sus negocios, inversión, etc, en este país.

La categoría de residencia EB-5 es la vía para aquellos que desean obtener su residencia y al mismo tiempo aprovechar las oportunidades de negocios y de inversión. La Agencia de Inmigración, Servicios de Inmigración de USA, (United States Citizenship and Immigration Services) otorga residencia a personas que inviertan como mínimo un millón de dólares y creen 10 empleos en al menos dos años de operaciones. USCIS tiene una cantidad de 10.000 residencias disponibles al año por esta importante vía y que nosotros consideramos como una excelente oportunidad para los Empresarios e Inversionistas de otros países, en especial de Latinoamérica. Esta categoría no es nueva, fue creada en 1990 con el propósito de estimular la economía, crear empleos y aumentar el capital de inversión en los Estados Unidos. En los años 2000 y 2002 la Ley fue modificada para crear un programa adicional,

recientemente se implementó uno para empresarios que desean invertir 500.000 dólares en planes certificados por USCIS. Estos proyectos son conocidos como "Regional Centers" y existen aprobados en California, Iowa, Washington, Louisiana, Vermont, Florida, Nueva York y Hawai. De las 10.000 residencias disponibles, 5.000 están reservadas para este Programa.

En la economía, un período de recesión también suele ser de grandes oportunidades de negocios, son estos los momentos que no dejan pasar los verdaderos emprendedores. Muy especialmente en los EEUU existen oportunidades reales, legales y seguras desde el punto de vista migratorio para invertir con éxito y obtener ganancias tanto financieras como migratorias.

Hay proyectos de construcción comercial, donde el interesado se puede asociar con otra empresa que tenga un plan en proceso. Incluyen centros comerciales, edificios residenciales y hasta hoteles y resorts para esquiar. Lo ideal es que el inversionista se asesore con una firma de abogados especialistas en inmigración y en negocios para evaluar las posibilidades que les brinda la Ley, estudiar cuáles se ajustan mejor a cada caso en particular y que los abogados le confirmen la existencia de los **Regional Centers** y otras vías para establecerse legalmente en USA. Si el interesado prefiere controlar su inversión, dirigir las operaciones gerenciales o sencillamente no le interesa el **Regional Center**, la opción es la inversión tradicional de un millón de dólares.

Cuando la aplicación llegue a la oficina de USCIS la decisión puede demorar desde algunas semanas hasta seis meses. Una vez aprobada su aplicación, el inversionista, su cónyuge e hijos menores de 21 años no casados pueden ingresar como residentes a los EEUU. La residencia es aprobada inicialmente por dos años (re-

sidencia condicional) y la renovación es sencilla, sólo tiene que demostrar que la inversión todavía existe y de inmediato le renuevan la residencia (permanente) por cinco años más.

El Departamento de Seguridad Nacional ha reportado un Incremento en el otorgamiento de este tipo de residencia por la vía de este programa para la economía americana reportó que inversionistas consiguieron su residencia permanente o condicional, de ellas fueron obtenidas por medio de una inversión mínima de un millón de dólares, otro con inversión de 500.000 dólares en un "Regional Center" y otros gracias a una inversión de u\$s500,000 en una zona de alto desempleo.

Para que un inversionista pueda obtener la residencia EB-5, no sólo debe tener los fondos disponibles sino que necesita documentar la fuente de sus ingresos. Entre los documentos que tiene que presentar están los impuestos y cuentas bancarias de los últimos cinco años y un reporte financiero detallado del valor de los activos de la empresa. Si los fondos resultaron de la venta de una propiedad, tiene que demostrar que la venta efectivamente transcurrió. En ciertos casos, el capital que el inmigrante va a invertir puede provenir de una donación pero siempre se debe confirmar su procedencia.

Así, las puertas están abiertas para los inversionistas inmigrantes que busquen obtener una residencia en los EEUU. Pueden invertir en cualquier estado y no tienen que vivir en el lugar donde realizan su inversión. Anímese a consultar con los especialistas, este es el camino para establecerse legalmente como residentes permanentes. Las oportunidades existen y la Ley las pone a su disposición, sólo es cuestión de planificar y asesorarse con profesionales adecuados.



## CENTRO REGIONAL EB5 (Totalmente aprobado por USCIS) LAKE BUENA VISTA RESORT VILLAGE & SPA Orlando - Florida

### Ventajas del programa de inversión

- Centro Regional cumple con todos los requisitos exigidos por el Servicio de Ciudadanía e Inmigración de los Estados Unidos (USCIS)
- El monto de la inversión es solamente de \$500,000
- Los 10 puestos de trabajo (requisito indispensable para obtener la residencia permanente) están pre-aprobados para cada uno de los inversionistas
- No somos un proyecto en pre-construcción estamos totalmente desarrollados y operando exitosamente desde hace mas de 4 años
- El inversionista percibe ingresos mensuales por concepto de la renta de su propiedad inmediatamente al ser pre-aprobada su aplicación
- El EB5 es la vía más rápida y directa de obtener la residencia permanente en los Estados Unidos a través de una inversión pasiva



### Ventajas del programa EB5

- Residencia para usted, su cónyuge y todos sus hijos solteros menores de 21 que no hayan contraído matrimonio
- Tiempo de aprobación de la visa mucho más rápido
- El inversionista puede residir y trabajar en cualquier lugar en Estados Unidos
- Después de cinco años, el inversionista y su familia pueden aplicar por la Ciudadanía de los EE.UU.



  
LAKE BUENA VISTA  
*Resort Village & Spa*  
www.eb5greencardusa.com

Para una información mas detallada favor llamar a Rhayza Rosias o Elizabeth Arnaud  
Directoras EB5  
407-432-8903 o 407-398-4954



# Entrevista

a Lesly Simon

Presidenta Venezuelan- American Chamber of Commerce of the United States

Después de varios años de haber participado activamente en nuestra cámara como Directora, como primera Vicepresidenta y a partir del mes de diciembre del 2010 como Presidenta, me siento más que orgullosa de estar al frente de tan activa y reconocida organización y de tener la oportunidad de hacer algo especial para nuestra comunidad.

En nuestra cámara todos sus directivos hacen un increíble esfuerzo por asistir a los miembros, que sobrepasan ya los 100, y a las instituciones y empresas asociadas, a encontrar la solución que necesitan para mejorar sustancialmente el desarrollo de todas sus actividades gerenciales, su competitividad y para cumplir con sus metas fijadas. Es decir, cumplir con nuestra misión de "Ser el enlace entre su actividad comercial y los Estados Unidos".

A través de nuestras reuniones para relacionar a nuestros miembros y amigos (Networking) nos comunicamos directamente con nuestros miembros y organizamos además una serie de cursos, seminarios, reuniones de trabajo y desayunos

para desarrollar una agenda conjunta, donde completamos investigaciones, estudios de mercado y llegamos a todos los que tratan de hacer negocios con los Estados Unidos y necesitan algún tipo de apoyo. Desde la formación general para directivos de pequeñas empresas hasta ayudar a crear eficientes Planes de Negocios, la cámara provee una de las formas más efectivas y directas de ser parte de estos cambios que estamos viviendo.

Hemos hecho un convenio con "Nova University" y la Universidad Ana G. Mendez para programar actividades de desarrollo gerencial, así como con la Organización Action Coach y estamos planificando para este año organizar un evento conjunto, trayendo a un especialista de Harvard University para ofrecer en el área de Miami uno de sus reconocidos seminarios de desarrollo gerencial. También estamos en contacto con directivos de otras cámaras para aprovechar sus experiencias y lograr acuerdos que brinden más información y posibilidades de intercambios a nuestros miembros.

Estamos en la actualidad avocados a de-



1600 Ponce De Leon Blvd, Suite 1004  
Coral Gables, FL 33134 - Phone: 786.350.1190  
Mobile: 954.226.2882 - Fax: 786.350.1191  
[www.venezuelanchamber.org](http://www.venezuelanchamber.org)

sarrollar un nuevo Directorio o Anuario de la Cámara donde esperamos tener un elemento más de acercamiento y de ayuda para todo el que lo necesite. Seguimos creciendo y eso es en base a la confianza que se ha podido lograr a través del tiempo y yo espero seguir el paso de mis antecesores para continuar interactuando con todos los que se acercan a nuestra organización.

El recibir la invitación de formar parte en esta revista NegociosUSA, una guía tan especial para hispanos, lo veo como una magnífica oportunidad para sumar más esfuerzos y llegar de la mejor forma posible a ayudar a todos aquellos que desean hacer negocios con los EEUU.

Con los eventos que se organizan con el tema "¿Cómo hacer negocios con USA?" más nuestras reuniones mensuales de "Networking" y nuestras periódicas comunicaciones y "Newsletters", no tenemos duda que tanto nuestros miembros activos como los potenciales sienten que los estamos acompañando en todas sus iniciativas de negocios y les ayudamos no sólo a instalarse, sino ya una vez en el mercado, a estar preparados de la mejor forma posible para cumplir con sus metas fijadas. Es decir, que "somos el enlace entre su actividad comercial y los Estados Unidos."

Nueva directiva de la Cámara



Fotografías cortesía de Biaggio Correale



# UN BUEN NEGOCIO COMIENZA CON UN BUEN SERVICIO

SBA Airlines vuela diariamente en la ruta Caracas-Miami brindándoles el mejor servicio a bordo. Además, le ofrecemos conexiones con Madrid, Tenerife, Panamá, Quito, Guayaquil y, próximamente, Bogotá.



Address: 9600 NW 25th St. 1st Floor Doral, FL 33172 Ph: 786-437-1800 / Toll Free: 1-866-213-2457

# Préstamos

## Para Bienes Raíces Residenciales - Mito o Realidad

Entrevista con el Sr. Raúl A. Vidal, Senior Vice President Residential Real Estate Lending. Espirito Santo Bank



Hoy en día es muy común que trabajemos con “cash buyers”, inversionistas que compran propiedades en efectivo, ellos también buscan la ayuda del banco para apoyarse en el proceso de compra. Muchas veces les puede interesar un refinanciamiento de la propiedad adquirida en efectivo, para rescatar el capital invertido. Somos muy flexibles y tratamos cada situación con mucha particularidad.

### ¿A quiénes van dirigidos sus préstamos?

El banco tiene clientes domésticos, internacionales y extranjeros radicados en Miami. Suele suceder que los clientes

que se incorporan a nuestra cartera, se convierten luego en nuestros mejores representantes de ventas y son los que más nos refieren a nuevos clientes.

Todo inversionista con deseos de invertir en Bienes Raíces Residenciales tiene desde ya la puerta abierta en nuestro banco y tan solo necesita una entrevista para dar en conjunto el primer paso. Al banco le interesa trabajar con extranjeros que están moviendo capital a Miami. Buscamos un “partnership” y estamos a disposición para atenderles con su préstamo y demás servicios financieros.

### ¿Cuánto se tarda normalmente en conseguir un préstamo?

Desde el momento que se presentan todos los documentos al banco, el proceso en general es bastante rápido. Es posible conseguir un cierre en 30-45 días. Nosotros llevamos a cabo una entrevista conjunta y a partir de ese momento nuestros oficiales le dan apoyo a lo largo de todo el proceso de evaluación y “under writing” para llegar a hacer el cierre del préstamo.

Si el inglés no es su primer idioma, no debe preocuparse, pues nos especializamos en trabajar con extranjeros y trabajamos con documentos en español, portugués y otros idiomas. Nuestro personal se maneja muy bien en varios idiomas y las diferentes culturas presentes en Miami y Latinoamérica.

### ¿Cuál es el poder diferenciador del Banco en este tema?

Los valores fundamentales que han guiado todas nuestras operaciones son: Excelencia, Disciplina y en especial el Enfoque al Cliente. Estos son los factores que nos separan del resto y es lo que presentamos con orgullo cuando tratamos cualquier tipo de consulta o solicitud de préstamo.

Estos valores se traducen en una experiencia muy personal para los clientes del banco. Muchos clientes del banco han sido clientes por generaciones. Esta es la estampa del Grupo Espirito Santo y lo que nuestros clientes recuerdan. Un mismo banco a través del tiempo, con el mismo nombre, la misma filosofía y creciendo de la mano de sus clientes.

### ¿En caso de dudas como pueden ayudar a los potenciales clientes?

Tenemos un estilo de trabajo muy particular. A diferencia de otros bancos donde el cliente debe trabajar con personas de diferentes departamentos a medida que avanza el proceso del préstamo, en Espirito Santo Bank, los clientes trabajan con la misma persona que hace la primera entrevista y llena su solicitud de crédito. En caso que sean clientes de Banca Privada, su banquero también participa y simplifica la gestión de su crédito.

### ¿Dónde puedo encontrar información de detalle sobre los préstamos que se brindan?

Nuestro website ([www.esbf.com](http://www.esbf.com)) tiene la información básica y general de los documentos requeridos para obtener un préstamo en Estados Unidos. Esta lista de documentos o “checklist” está también disponible en español y portugués, y no debe ser razón para intimidarse. Nuestros clientes siempre van a tratar con un ejecutivo que sabrá orientarlos en la preparación de los documentos. Como hemos mencionado, trabajamos con documentos extranjeros y hablamos el idioma de nuestros clientes. Siempre invito a mis clientes a comunicarse personalmente con mi oficina para hacer la cita de su entrevista inicial.

## La Riqueza de la Experiencia

### ¿Hay que presentar documentación financiera para obtener un préstamo con ustedes?

Ninguna duda que sí, pero le aseguramos que de poder trabajar juntos en la solicitud, nosotros le ayudamos a prepararse de la mejor forma posible para llegar al cierre real de su préstamo. Cabe mencionar también que para muchos extranjeros, iniciar una relación con la institución también puede ayudarle con el proceso de solicitud de créditos.

### ¿Cómo hacer para contactarlo y de ser necesario pedirle algunas aclaraciones y/o recomendaciones para obtener estos créditos?

Quedo 100% a disposición para el que lo desee y me puede contactar vía telefónica en mis oficinas o bien a través de email ([rvidal@esbf.com](mailto:rvidal@esbf.com)). Quedamos listos para brindarle la información que necesite.

En la entrevista con el editor de esta revista el Sr. Raúl V. Vidal, quién aparece en la foto junto a la Sra. Marcela Astralaga, Gerenta de Desarrollo de Ventas y Marketing, tuvo la gentileza de contestar algunas preguntas formuladas a fin de aclarar que es lo que está haciendo su Banco en el área de préstamos para Bienes Raíces Residenciales.

### ¿Qué experiencia posee el Banco en Bienes Raíces Residenciales?

Espirito Santo Bank en Miami ha sido pionero desde principios de los años noventa en trabajar con extranjeros y darles acceso a préstamos para vivienda propia y de inversión en bienes raíces residenciales. Tenemos una cartera de mas de \$150 millones de dólares y queremos seguir creciendo.

### ¿Por qué se dice que los bancos no dan dinero para préstamos en general?

Se habla mucho de las limitaciones que ponen hoy en día los bancos para dar préstamos. Mucho de esto está determinado por nuevas regulaciones las cuales el banco también debe respetar. También estamos trabajando con criterios de crédito más exigentes, para proteger al banco y los clientes. Lo importante es identificar un banco que sea socio de sus clientes y ofrezca los conocimientos para facilitar el proceso y traducir las reglas del juego en una experiencia positiva para los clientes.



**FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO**  
Las hipotecas para extranjeros son nuestra especialidad.

ESPIRITO SANTO  Bank

Raul Vidal: [rvidal@esbf.com](mailto:rvidal@esbf.com)  
James Venney: [jvenney@esbf.com](mailto:jvenney@esbf.com)



1395 Brickell Ave, Miami FL 33131 | 305.347.8300 | [www.esbf.com](http://www.esbf.com)



# PERLAND TITLE & ESCROW SERVICES CORP.

CENTRO INTEGRAL DE SOLUCIONES CON UNA BASE DE CONTACTOS PROFESIONALES PARA ASISTIRLE EN EL PROCESO DE OBTENCION DE SU VIVIENDA EN LA FLORIDA

## ESPECIALIZADOS EN SHORT SALES Y REO'S

ATENCIÓN PERSONALIZADA, UN EXCELENTE Y EFICIENTE SERVICIO A CLIENTES EXTRANJEROS DURANTE EL PROCESO DE COMPRA, LIBRE DE PRESIONES Y ESTRES.

9100 S. Dadeland Boulevard - Suite 514 - Miami, FL33156  
Tel: (305) 846-7880 / Fax: (305) 846-7886 / E-Fax: (305) 846-7881  
judy@perlandtitle.com - www.perlandtitle.com



## Transforme las Vacaciones de su Vida en una Vida de Vacaciones

[www.parksquarehomes.com](http://www.parksquarehomes.com)



5200 Vineland Road Suite 200  
Orlando, FL 32811  
407-529-3031



## Amigo's Car Rental

# "MIAMI SENTIRÁ LA DIFERENCIA"



**Esta compañía venezolana de alquiler de vehículos no es solamente competitiva por su flota y su garantía de servicio y seguridad: Ha llegado para demostrar un integral servicio de satisfacción al cliente con su bandera de...**



El negocio del alquiler de vehículos nació en 1916 y, desde entonces, muchas aguas han corrido quedando claro que esta actividad económica ha exigido implementar bondades que generen una integral experiencia de servicio de satisfacción al cliente desde que reserva hasta que cierra el contrato de alquiler, y cuidado si no más allá...

Ese más allá lo grita a los cuatro vientos la compañía venezolana Amigo's Car Rental que, después de casi quince años de operaciones exitosas en su país, hoy presenta una oferta no solamente competitiva para Miami, sino que supera las expectativas de sus clientes. Así lo defiende Víctor Montagne, su gerente general.

**¿Por qué confiar en la flota de Amigo's Car Rental?**

"A nuestra clientela le garantizamos una serie de vehículos nuevos que le ofrecen lujo con base en la experiencia sensorial y la comodidad: en cualquier tipo de carro que requiera (compacto, intermedio, camioneta y minivan) contará con los modelos 'top of the line'".

**¿Hacia dónde llega el más allá de Amigo's Car Rental en su propuesta?**

"Tenemos un servicio, literalmente hablando, vip. En el momento en el cual el pasajero busque su maleta y sale por la puerta que le corresponde, encontrará la sonrisa de un Amigo' que le llevará sus maletas hasta el propio vehículo que tiene destinado a alquilar, y lo transportará hacia nuestra estación, a escasas dos millas de la terminal, para realizar el trámite de apertura del contrato de alquiler. Igualmente, una vez que nuestro usuario finaliza el arrendamiento, es transportado con el vehículo hacia la puerta de la terminal que le corresponda para ejecutar su chequeo en el vuelo de regreso. Es decir, aquí no hay cabida para el incómodo escenario de tener que desplazarse con equipaje, niños pequeños ni personas de la tercera edad hasta la parada del autobús que los llevará al edificio de las arrendadoras y, posteriormente, tener que recorrerse el estacionamiento hasta conseguir el vehículo designado, además de tener que repetir el procedimiento a la inversa".

**Hay una promesa de "hacer sentir la diferencia" aquí en Miami como lo han logrado en Venezuela. ¿Qué hay detrás de esto?**

"Sin duda, un personal con alta vocación de servicio que está debidamente entrenado y capacitado, y al cual se le ha nutrido de experiencias y programas que ya se han aplicado con éxito en casa matriz".

**En alquiler de vehículos, las palabras garantía y seguridad son valores intrínsecos. En este sentido, ¿qué le ofrece Amigo's Car Rental a su clientela?**

"Estos temas implican varios aspectos dentro del proceso del arrendamiento que cumplimos a cabalidad. Por un lado, el personal siempre dará una excelente capacidad de respuesta en todo el proceso del alquiler y, si surge cualquier inconveniente u emergencia, nunca el cliente se encontrará solo. Por el otro, el usuario puede tener la plena confianza de que todos nuestros vehículos están asegurados con los estándares exigidos por las leyes norteamericanas para circular por todo el territorio nacional, además de que el cliente tiene una serie de opciones de protecciones adicionales que puede adquirir en nuestro counter a la hora de arrendar el vehículo; inclusive, los accesorios que ofrecemos como sillas para bebés, GPS y teléfonos celulares aseguran al cliente un feliz alquiler".

# COMPRA Y VENTA DE NEGOCIOS EN USA



Pablo Langesfeld P.A. CBI  
Certified Business Intermediary

Tel: 786 290 1091  
Pablo@tworld.com  
www.NegociosEnMiami.com

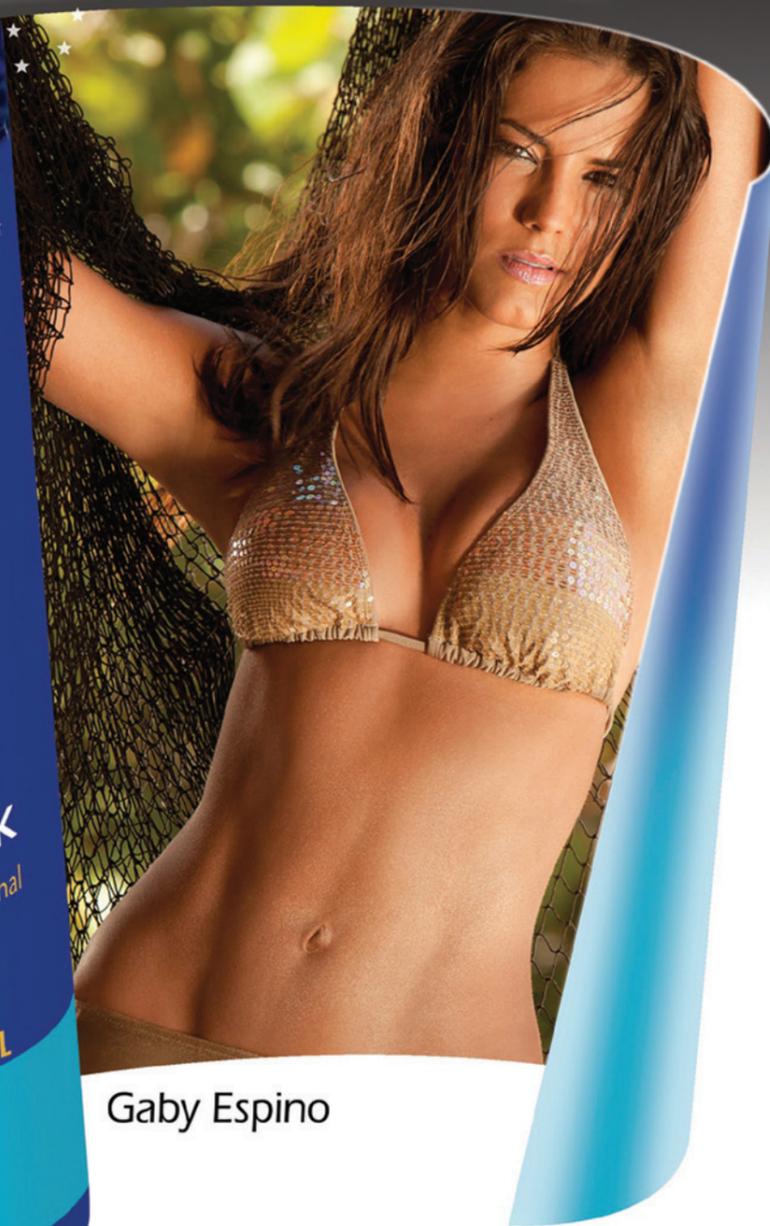


Los Amigo's vienen con muchas buenas nuevas para esta, su primera plaza en los Estados Unidos, por los momentos. "Sin duda, Miami sentirá la diferencia", puntualizó Montagne. Foto cortesía de nuestros aliados Revista P&M Venezuela.

10% de descuento al presentar este cupón en el counter de la estación.



3326 NW, South River DR.  
Miami, Florida.  
Telés: (305) 636-98-85  
(305) 636-98-84



Gaby Espino

La Energía de las Estrellas



Imagen artística. El producto final puede variar.

## El Sueño Americano está a su alcance.

Disfrute de la libertad, la seguridad y un estilo de vida de clase mundial mediante la obtención de una Green Card.

Obtenga su US Green Card mientras recibe un retorno superior, con una inversión inteligente en bienes raíces. Como un inversor EB-5 en Gold Coast Florida -Centro Regional del desarrollo Hollywood Circle- usted recibirá:

- La US Green Card para usted y su familia inmediata, con la opción a la Ciudadanía Americana, en tan sólo 5 años.
- Una inversión en Hollywood Circle, que producirá ingresos en un desarrollo de uso mixto en el corazón del sur de la Florida.
- No se necesita experiencia laboral, patrocinio, nivel educativo o idioma para ser aprobado

La EB-5 es un programa de inmigración a través de una inversión, establecido por el Servicio de Inmigración y Ciudadanía de EE.UU. (USCIS).

Hollywood Circle ofrece una única oportunidad a los inversionistas para que trabajen, codo a codo con los directores del proyecto, para que puedan estar involucrados y con todos los derechos aprobados en el Centro Regional. Las posiciones disponibles para esta inversión comienzan con un depósito de \$20.000 y los cupos son extremadamente limitados.

Para garantizar su participación, contacte hoy mismo al Centro Regional en Florida al 877-423-5325 o para saber más visite [www.gcfrc.com](http://www.gcfrc.com).



**GOLD COAST  
FLORIDA™**  
Regional Center

1200 Ponce de Leon Blvd  
Coral Gables, FL 33134  
T: 305 396 4884  
F: 305 396 4829

T: 1 877 GCFL EB5  
(1 877 423 5325)  
INFO@GCFRC.COM  
[WWW.GCFRC.COM](http://WWW.GCFRC.COM)

ESTE ANUNCIO NO CONSTITUYE OFERTA ALGUNA PARA LA VENTA DE TÍTULO ALGUNO. DICHA OFERTA SERÁ EFECTUADA SÓLO CONFORME A LOS DOCUMENTOS OFERENTES DEFINITIVOS Y SÓLO A LAS PERSONAS Y EN LAS JURISDICCIONES PERMITIDAS CONFORME A LAS LEYES APLICABLES. © GOLD COAST FLORIDA REGIONAL CENTER LLC.

# Tecnología

y su impacto en los negocios con USA.

por José L. Barletta, M.S.

*Reiterados cambios en la presentación de campañas publicitarias, de productos, equipos y redes sociales impactan ahora nuestras actividades en todos los sectores de la sociedad y se crean, por estas razones, nuevos escenarios de negocios a nivel mundial y en especial en los Estados Unidos.*



Con los dos eventos mas importantes de tecnología que se realizan anualmente, uno en Las Vegas a principios del 2011 y otro en Barcelona, la segunda semana del mes de febrero, se han hecho una serie de anuncios de nuevos dispositivos y formas de interactuar con ellos, que aceleran los cambios que impactan la mayoría de nuestras actividades, tanto las de carácter personal como las que se relacionan directamente con los negocios.

y después de tantos anuncios de gran cantidad de tabletas que salen al encuentro de la de Apple para poder competir con ella, se definió al 2011 como el año de las "Tablets" y de los "Smartphones".

En estos días estamos viviendo un nuevo cambio de paradigma motivado ahora por el impacto y la difusión que se está logrando con la incursión en el mercado de los más diversos desarrollos tecnológicos y surge Microsoft con un producto vinculado con el entretenimiento y que permite brindar el control al usuario y no a los dispositivos. El ya difundido Xbox360 y el Kinect, una forma de interactuar y lograr que el control cambie de mano, por ahora en los equipos de juegos. Una nueva revolución, una carrera tecnológica que va a concluir con la introducción de este principio de reconocimiento de nuestras acciones en todos los elementos que nos rodean en nuestros hogares, oficinas y entretenimientos en general.

Lo más importante de este anuncio es que Microsoft también liberó el denominado código SDK de su dispositivo Kinect y de esa forma los desarrolladores de cualquier parte del mundo podrán agregar contenidos a este sensor en el entorno Windows.

Esas aplicaciones, según Steve Ballmer, están vinculadas con el reconocimiento de voz, gestos y movimientos en general y favorecerían el control de computadoras y otros dispositivos con los que según Microsoft "Esta nueva comunidad integrada por usuarios Kinect muestra la am-

plitud de la invención con posibilidades infinitas y aseguran que la profundidad de la imaginación es posible cuando las personas tienen acceso a la tecnología innovadora y sin duda estos son los elementos que cambian las condiciones del mercado".

Hoy en día comenzaron a aparecer nuevos conceptos y nuevos tipos de usuarios tales como Bloggers, Twitters, RSSers, Facebookers, Skypers y otros. Cuando advertimos que se suman los APPS, con un crecimiento diario mayor de lo que fue la misma Internet a mediados de los 90 y que se estima que es de alrededor de 15.000 a 20.000 usuarios diarios, según lo anunciado por Steve Jobs CEO de APPLE, durante su anuncio de iPhone4, nos damos cuenta que estamos viviendo una nueva era donde estos dispositivos comienzan a tomar un lugar de gran relevancia en todo lo que nos toca hacer. Cabe destacar que ya hay en uso más de 3 millones de apps, los que tienen un valor que oscila entre 0 y 950 dólares.

Lo que estamos viviendo con la introducción de los iPad y las Tablet PC, es un nuevo cambio en cuanto a la gestión de publicidad y el manejo de avisos en general, a tal punto que el organismo que regula este tema en Internet, el Interactive Advertising Bureau (IAB), ya bautizó con el nombre de

"Tabvertising", a esta nueva forma de publicidad, además de crear el Tablet Task Force, una unidad dedicada exclusivamente a esta categoría. Esto no es otra

*APP es una sigla utilizada para representar aplicaciones de software de gran ubicuidad u omnipresencia en el mundo de la Internet, que están disponibles por ahora para los equipos iPods, iPhones y iPads y los smartphones en general.*

cosa que grandes cambios en las condiciones de mercado, en la forma de comunicarse, en la forma en que la imagen corporativa toma una nueva dimensión para anunciar nuevos productos, comunicar nuevos desarrollos y dar más vida a una marca.

Para el IAB, las Tablet PC tienen imágenes de gran definición y los avisos que ya comienzan a aparecer en las mismas se los puede ver en forma excelente con la ventaja de la interactividad, para poder acceder a más imágenes o bien videos.

Son muchos los ejecutivos que se transforman en app-aholic, y con orgullo ellos comentan que ya tiene en su iPhone o iPads un app, programa para cada una de las acciones que desempeñan día a día y nos remarcan que estamos enfrentando una nueva forma de negocios que va a mover mas de 10 billones de dólares en los próximos dos años.

*"Los APPS representan un nuevo mundo que una vez que lo descubres es muy difícil salir de él."* Según los resultados de las presentaciones que se

hicieron en el más importante evento de tecnología europeo desarrollado en Barcelona, la mayoría hace hincapié en que hoy en día surge un nuevo gap generacional y los usuarios de los distintos teléfonos de tercera y cuarta generación pasan más del 60% del tiempo usando las facilidades de datos en lugar de las de voz.

Al anunciar el dispositivo iPad y anteriormente el iPhone4, Steve Jobs CEO y fundador de APPLE dio a entender que estábamos frente a la muerte de la PC y rápidamente salió al encuentro Bill Gates para replicar ante tal anuncio, que eso no iba a ocurrir, aunque si se iban a producir ciertos cambios como

de esta convergencia de tecnologías donde Microsoft tendrá una parte proactiva.

Para Barnews Research Group, empresa líder en el desarrollo de este tipo modelos APP, estos conceptos dan forma a un nuevo escenario de mercado, y marcan una nueva forma de negocios ya que la gran cantidad de websites diseñados que se encuentran hoy en día en plena operación en la red, se van ajustando para que puedan ser accedidos a través de los iPhone e iPads y que además tengan de alguna forma una interacción a través de las mismas redes sociales representadas especialmente por Facebook y Twitter.



*La denominada "Inmerse Natural Interaction Technology" ya está presente hoy y no se duda que en los próximos tres años se van a llevar a cabo anuncios inimaginables vinculados con todos los dispositivos con los que interactuamos diariamente.*



José L. Barletta, M.S.  
Presidente Barnews Research Group  
Desarrollador de modelos APPs

Desde la introducción de la PC en forma masiva a principios de la década de los 80s y posteriormente la de las primeras "laptops", comenzó en el campo de la tecnología una carrera entre las pantallas de TV y las de los computadores para ocupar un espacio de preferencia en los hogares y oficinas que aún sigue vigente.

Nadie se imaginó que unos 30 años más tarde comenzaría a vislumbrarse una nueva pantalla para competir con las imágenes de entretenimiento y la de los negocios y es la de los teléfonos móviles y la de las llamadas "Tabletas" como es el caso del iPad. Precisamente en Las Vegas,



More than 15 years creating Corporate Branding

more than 400 webpages lot of satisfied customers

We specialize in Graphic and Web design

COMMUNICATION KITS

Graphic Design

Web

Programming



barletta@barnews.com  
www.barnews.com

CALL US NOW!  
305-867-1661

# Eventos

## Seminario y Desayunos de Negocios

Un increíble y práctico método de crear una verdadera red de buenos negocios

Una vez al mes, aparte de los eventos en distintos países que organiza, Jesús Aveledo creador del Seminario "Cómo hacer Negocios con USA", para impartir los mismos, lleva a cabo reuniones en sus oficinas de Miami a las que asisten gran cantidad de personas especialmente interesadas en oportunidades de inversión y su relación con la obtención de visas.

Más de 2,000 personas anualmente asisten a estos eventos donde, aparte de recibir sus libros y revistas especializadas, tienen la oportunidad de escuchar directamente de los que manejan proyectos relacionados con los programas EB5, sus iniciativas y el estado de desarrollo de los mismos.

Al finalizar una de estas reuniones, José L. Barletta, M.S., Presidente de Barnews Research Group y editor ejecutivo de la revista "Negocios USA" hizo una presentación sobre la importancia y estado de desarrollo de la misma y de los aspectos tecnológicos que actualmente están modificando los escenarios de negocios en este país.

Temas como los "20 errores más frecuentes que se cometen los hispanos a la hora de hacer negocios en los Estados Unidos" y todos los aspectos sobre visas y su relación con las posibilidades de negocios son los que dominan estos eventos. Notas sobre franquicias, marcas, registros y avisos en general de empresas que se han instalado la mayoría de los casos en base a estos programas, son los que le han dado vida a esta revista.

Las reuniones son muy concurridas y representan un verdadero "Business Card Exchange", ya que cada uno de los participantes tiene la oportunidad de presentarse ellos con sus empresas. Es una forma muy práctica de crear una verdadera red de amigos y de negocios y, sin duda, una forma de extender las posibilidades de contactos que tanto ayudan a concretar proyectos.

En una de esas tantas reuniones participaron Así Cymbal, dueño de Cymbal Development y Jesús Caldera Presidente de ALODIGA, empresa que ya tiene un lugar de preferencia en edificio Museum Village, gran desarrollo inmobiliario de alto nivel de uso mixto ubicado en el "Design District". Este edificio ha sido diseñado por el Arquitecto Enrique Norton mundialmente reconocido.

Fueron parte del grupo expositor en este evento Roy y Julie Norton, dueños de Florida Overseas Investment Center, que servirá como centro regional también para ofrecer visas para los inversores en base a ciertas reglas de generación de empleo que deben cumplirse.

En los dos últimos eventos, uno a finales del mes de diciembre y un segundo en los primeros días del mes de febrero del 2011, se presentó formalmente la iniciativa de rediseñar esta revista que tanto impacto ha tenido en sus tres años de vida y que ustedes ya están leyendo, "NegociosUSA", como una guía para hispanos.



Seminario: Como hacer negocios con USA



Roy Norton, Jesus Calderas, Julie Norton y Jesus Aveledo.



Seminario: Como hacer negocios con USA



Desayuno de trabajo

# Invierta y Viva en los Estados Unidos!

A través del Programa de Visas EB-5 para Inversionistas Inmigrantes

## Beneficios del programa:

- La forma mas rápida de obtener la residencia en los EEUU.
- Puede vivir o trabajar dondequiera en los Estados Unidos.
- Sin restricciones de viaje.
- Sin requisitos de idioma, edad, educación o experiencia en negocios.
- Capacidad de comenzar un negocio, ir a la escuela, jubilarse.
- Opción para obtener la ciudadanía después de 5 años.
- Capacidad de patrocinar "green cards" para sus parientes.

## Museum Village es un desarrollo inmobiliario de alto nivel de uso mixto en el exclusivo Distrito del Diseño ("Design District") en Miami.

- Proyecto aprobado por el Gobierno de los Estados Unidos como inversión EB-5.
- Alta certeza de obtener la residencia permanente en los EEUU para usted y su familia debido al exceso de trabajos a ser creados por inversionista.
- Buen sentido económico. El proyecto tiene una ubicación excelente, sin competencia directa y con un inquilino abordo.
- Empresa constructora con excelente credenciales de éxito.
- Patrocinado por Florida Overseas Investment Center (Centro Regional aprobado)



  
MUSEUM VILLAGE

Contáctenos: [info@museum-village.com](mailto:info@museum-village.com) | US: +1 786 693 8334 | Ven: +58 212 225 0115

Visite nuestra página: [www.museum-village.com](http://www.museum-village.com)



Cool de Sac es el UNICO Centro de Entretenimiento Familiar en Los Estados Unidos que ofrece un lugar divertido para los niños y un Restaurante tipo gourmet para los padres en el mismo sitio.

Durante nuestra etapa de desarrollo entrevistamos a más de 300 padres de familia para entender sus hábitos y preferencias al buscar entretenimiento y restaurantes familiares.

Hoy contamos con operaciones en Miami y con un programa de franquicias para llevar nuestro concepto a todos los Estados Unidos

Forma parte de esta historia de éxito antes que sea demasiado tarde.

Pregunta por nuestro programa de

**EB-5**

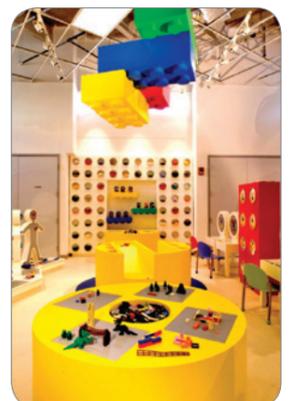
El mejor restaurante familiar y centro de entretenimiento del sur de la Florida\* está listo para ofrecer franquicias en todo Estados Unidos

\*Reconocimiento otorgado por "Florida Parenting Magazine" en octubre del 2010.



## INVIERTA EN UN NEGOCIO CON 5 DIFERENTES FUENTES DE INGRESO

- Alimentos y Bebidas
- Cuotas de Entrada
- Fiestas Infantiles
- Tienda de Juguetes
- Talleres Infantiles



Para mayor información visite nuestro sitio de web [www.cool-de-sac.com](http://www.cool-de-sac.com)

Mail - [aabascal@cool-de-sac.com](mailto:aabascal@cool-de-sac.com)  
Tel - 1.800.855.COOL



# Entrevista

a Eduardo Sosa Branger

VR Business Brokers

## Nadie en el Mundo ha vendido tantos Negocios

Entrevistamos a Eduardo Sosa Branger, Director Gerente de VR Business Brokers en Coral Springs, Florida.

Eduardo es abogado venezolano graduado en la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas con Maestría de Administración de Empresas de la Escuela de Negocios de Wharton de la Universidad de Pensilvania.

**VR Business Brokers** es la organización pionera a nivel mundial en la asistencia profesional para la venta de negocios medianos y pequeños.

Fundada en 1979, VR ha comercializado más de 100 mil negocios desde su fundación a través de más de 130 oficinas ubicadas en USA, España Portugal, Turquía, Canadá, México, Perú, Panamá, Chile y Venezuela.

VR presta servicios profesionales comparables a los mejores bancos de inversión pero dirigido a empresas valoradas en montos desde los \$ 100 mil hasta los \$ 10 millones.

La Oficina que dirige Eduardo Sosa Branger, opera desde el 2003 y es líder en el mercado del Sur de la Florida, que incluye los condados de Miami-Dade, Broward y Palm Beach. Esta es una de las áreas preferidas por el inversionista latinoamericano en los Estados Unidos de América.

Esta Oficina, con más de 10 profesionales en la intermediación de negocios, fue la octava en ventas de empresas a nivel mundial dentro de la organización de VR Business Brokers en el 2009.

### ¿Cómo asiste VR Business Brokers a los inversionistas latinoamericanos?

El típico comprador de negocios latinoamericano es un profesional que busca establecerse con su familia en los Estados Unidos. Para ello requiere de una empre-

sa o negocio que le permita garantizar su sustento, desarrollo profesional y que le sirva de base para establecerse legalmente en USA.

Nosotros, a través de entrevistas personales, elaboramos un perfil confidencial de este profesional o empresario que nos permite identificar sus objetivos de negocios, sus fortalezas y debilidades así como su experiencia y capacidad gerencial y financiera.

En base a este perfil, y a las capacidades del comprador, seleccionamos oportunidades que se adaptan a sus requerimientos y lo asistimos en el proceso de selección, investigación de la empresa, negociación, consecución del financiamiento y compra de la misma.

Nos enfocamos en empresas sólidamente establecidas, con más de 10 años de operación, con productos o servicios probados, empleados con experiencia y con una base de clientes estables, cuyos propietarios desean vender por razones de retiro, de salud o familiares.

Esto obviamente minimiza el riesgo del inversionista garantizándole un flujo de caja positivo desde el primer día en el que toma el control de la empresa.

El proceso suele tener una duración de un par de meses entre la entrevista inicial y la adquisición de la misma. La Inversión típica se encuentra entre los \$ 150 mil a \$ 600 mil. El valor de la empresa usualmente se ubica en un múltiplo de 2,5 a 4 veces el flujo de caja positivo que genera al año.

El financiamiento lo da el antiguo propietario y este se ubica entre un 30-35 % del valor de la transacción. Esto debido a que el inversionista latinoamericano usualmente carece de historial crediticio local

que le permita acceso a financiamiento bancario.

El universo de empresas a la venta en el Sur de la Florida oscila entre las 1500 a 3500 y rota de manera constante. Nuestros honorarios los paga el vendedor a pesar de que representamos, en el caso del inversionista latinoamericano, al comprador.

### ¿Cómo se determina el valor de una empresa o negocio?

Existen múltiples métodos de valoración que tratan de reflejar la realidad del mercado. VR posee la más extensa base de datos del mercado que nos permite valorar la empresa, además de usar los métodos tradicionales de valoración, en función de transacciones recientes de empresas de igual tamaño y actividad.

### ¿Cuántas transacciones realizan al año en su Oficina?

El número ha variado a través de los años pero dada la complejidad de las transacciones nuestra Oficina tiene una capacidad de cierre de tres a cuatro transacciones por mes.

### ¿Qué tipo de negocios ha comercializado su Oficina?

De los más variados pues donde surge una necesidad surge una empresa o negocio para satisfacerla.

Como potencial inversionista, usted podrá contactar a Eduardo Sosa Branger para una entrevista inicial en:

**Eduardo Sosa Branger**  
VR BUSINESS BROKERS, Coral Springs.  
9900 West Sample Road, Suite #101  
Coral Springs, Fl, 33065  
Phone 954-227-1505  
Cell: 954-263-8074  
Fax: 954-227-1402  
your\_broker@bellsouth.net  
www.yourbizbroker.us  
VR Has Sold More Businesses  
In The World Than Anyone!



# Una nueva

forma de brindar servicios

Víctor Casado, Presidente de Global Rent a Car

*Le aseguramos que si usted alquila vehículos con nosotros, no sólo vuelve sino que nos recomienda.*

Víctor Casado, Presidente de Global Rent a Car se encuentra al frente de esta empresa y de un grupo de inversionistas venezolanos que desde Noviembre del 2010 adquirieron la firma International Car Rental, de 12 años de experiencia en el sur de la Florida.



Con una flota de vehículos del 2010 y 2011 que totalizan mas de 500 unidades con las marcas mas reconocidas y con los tamaños y modelos que se ajustan a las necesidades de sus clientes actuales y potenciales, Víctor irrumpió en el mercado de una forma inigualable y gracias a su experiencia como ejecutivo de varias organizaciones y su preparación académica en el área de la alta administración, ha puesto en marcha sus dotes gerenciales y apunta a resultados de los servicios brindados bien concretos, medibles y de nivel de excelencia.

En la visita a su oficina, pudimos apreciar que se están preparando con nuevas instalaciones que quedaran totalmente terminadas en el primer trimestre del corriente año para extender sus oficinas aparte de las de Miami y Ft. Lauderdale en el área Orlando.



Con el tradicional 24x7 de servicio, Víctor nos comentó que siempre hay una persona y no una "Grabación" lista para atender los pedidos o cualquier tipo de problemas que pueda surgir y eso ha dado lugar a increíbles testimonios que ponen de manifiesto el grado de satisfacción de los que se acercan a esta empresa y contratan sus servicios.

Esta firma que ya opera con más de 1500 contratos mensuales se caracteriza por un enfoque de negocio por demás simple, personalizado y de gran flexibilidad. El lograr rapidez en la

atención, aceptar licencia de otros países, permitir el pago de la forma que satisfaga las posibilidades de cada uno de sus clientes, lograr una verdadera personalización en todas las transacciones es algo que le da a Global Rent a Car, un valor agregado muy difícil de igualar.



Aparte de la flotilla de vehículos propia, con modelos compactos, económicos, convertibles, vans de distintos tipos y tamaños y otras variedades, han logrado alianzas estratégicas con reconocidas firmas del área, para atender cualquier tipo de pedidos y lograr poner en manos de los que lo deseen, los modelos de carros que los clientes soliciten. Estas alianzas se extienden también a varias compañías de aviación entre las que figuran TACA, Aerolíneas Argentinas, Bahamas Air y otros.

Global Rent a Car está haciendo negocios en USA, y con la entrega y dedicación de los que manejan este proyecto y el sólido conocimiento del marco tanto legal como de las condiciones del mercado, están logrando excelente resultados.



Global Rent a Car  
3275 NW 24st. Road, Miami, FL 33142  
305-635-3060  
[www.globalrac.com](http://www.globalrac.com)





# La Salud

y los Negocios.

Información suministrada por un experto en productos naturales y temas de salud en general, de FDC.

Al hacer la consulta a Richard Cardona, experto en productos naturales y en temas específicos de salud, nos comentó que la primera causa de muerte en Venezuela la conforman las enfermedades cardiovasculares y dentro de ellas son tres las que encabezan la tabla de mortalidad: primero, la cardiopatía isquémica arteroesclerótica, en segundo lugar los accidentes cerebro vasculares (ACV) y finalmente la hipertensión arterial.

El nos explicó que sin duda uno de los elementos más importantes para lograr éxito en los negocios es sentirse en perfecta condiciones de salud y tratar de evitar que las tensiones que tenemos que vivir en los momentos de grandes decisiones puedan producir ciertos trastornos físicos que causen serios problemas. Por ello, es importante consultar periódicamente con un especialista para reducir los riesgos de enfermedades cardiovasculares según el estilo de vida, de alimentación y el tiempo disponible que dedique a ejercitarse.

## El cuidado de su corazón y su estilo de vida.

Los productos denominados Omega 3 provenientes del aceite de pescado pueden reducir sin ninguna duda el índice de mortalidad y los ingresos hospitalarios por enfermedades vasculares de pacientes con problemas cardíacos y posiblemente de un accidente cerebro vascular.

Los riesgos implicados al ingerir grasas saturadas tanto de origen animal: carnes y sus derivados, como de origen vegetal: margarinas, aceites de coco y palma, contribuyen a la aparición de enfermedad cardiovascular, debido a que el exceso de grasas se acumula dentro de la pared arterial formando placas ateromatosas (cargadas de colesterol, plaquetas y otros compuestos). Estas incrementan la posibilidad de sufrir un infarto en el corazón, problemas en cualquier parte del organismo: riñón, ojos, cerebro y dedos

del pie.

Los ácidos grasos contenidos en el producto Omega 3 (EPA y DHA), han sido relacionados con un amplio rango de beneficios para la salud incluyendo: disminución de los niveles en sangre de triglicéridos y colesterol, protegiendo además, contra los cambios metabólicos, inflamatorios y oxidativos presentes en pacientes con síndrome metabólico.

## ¿Qué hay del consumo de pescado como el atún, el carite bonito y sardinas provenientes de mares tropicales?

Aunque el músculo de la mayoría de los peces contienen como fuente natural Omega 3, se deben tomar en cuenta varios factores: no son peces de agua fría, existe un riesgo de polución por mercurio, dioxinas y otros compuestos al consumir pescado fresco, que en muchas ocasiones son llevados al sartén para freírlos.

Estos puntos de vista conflictivos sobre la ingestión de pescado se han reflejado en el aumento de suplementos que contienen Omega 3, ya que los consumidores solicitan Omega 3 de fuentes más seguras. La mayoría de los aceites extraídos de pescado son destilados molecularmente y destilados con vapor para eliminar los contaminantes.

Es importante señalar que las personas que presentan dislipidemia (trastornos de los lípidos) deben ser evaluadas por el especialista quien determinará si presenta otros factores de riesgo asociados tales como presión elevada, obesidad abdominal, resistencia a la insulina, hiperglicemia. Así mismo se debe destacar la importancia en el cambio del estilo de vida, con medi-



das dietéticas, ejercicio constante, control de peso, la eliminación de hábitos tabáquicos y otros factores ambientales.

En general, las evidencias existentes señalan que el consumo controlado de Omega 3 aportará beneficios para la salud, pero son necesarias iniciativas de salud pública para informar a la población de los riesgos implicados con la alimentación inadecuada, para obtener mayores beneficios en la prevención de las enfermedades cardiovasculares.



Cuidalo antes de que sea tarde.

## Omega 3 EPA de FDC.

Tratamiento natural indicado para la disminución de los triglicéridos y colesterol elevados. Con Omega 3 EPA de FDC proteges tu corazón.

Presentaciones: 60 y 120 cápsulas blandas.



Si observa una reacción desfavorable o persisten los síntomas suspenda su uso y consulte al médico.

Salud con todas sus ventajas.



# Entrevista

a Leonardo Rocco

Un estilista a través del Tiempo

Considerado una leyenda en la industria de los diseñadores de peinados, Leonardo Rocco es uno de los más aclamados entre las celebridades y sus clientes de alto nivel en el negocio del espectáculo.

Una charla con Rocco, un verdadero artista que por un lado es sinónimo de éxito pero por otro sinónimo de dedicación entrega y total devoción por lo que hace y por la forma en que se interrelaciona con sus clientes.

Sus experiencias, sus proyectos, sus anécdotas con difíciles momentos vividos, su cercanía a innumerables y reconocidos artistas colocan su imagen en un lugar de preferencia a nivel internacional. Incansable, talentoso, dedicado y siempre listo para dar un verdadero toque de distinción en cada uno de sus trabajos, que son pequeñas obras de arte, lo hacen por demás exclusivo.

El y su arte, son su mejor imagen corporativa, y gracias a los testimonios y recomendaciones de la gran red de los clientes que ha formado, lo convierte en un ejecutivo con el

mejor plantel de vendedores de sus servicios. Cuando se dice que si usted visita sus locales y si además trata con Rocco personalmente, seguro vuelve, es su mejor carta de presentación.

Al entrevistarlo para nuestra revista esto es lo que Rocco contesta ante cada una de las preguntas que le formulamos:

**¿Cuál es la clave del éxito de un estilista?**

Yo siempre les digo a mi equipo, que lo mas importante para triunfar como estilista o en cualquier cosa que hagas

en la vida, es hacer las cosas con mucha pasión, con amor, desde el corazón! La gente se da cuenta, lo percibe y lo valora, la entrega en lo que uno hace es fundamental.

**¿Cómo se logra Glamour?**

El glamour es algo que muchas personas lo tienen innato, pero otras lo desarrollan. Pero sin lugar a dudas que para lograr el glamour se necesitan personas capacitadas en diseño de imagen, en maquillaje y por supuesto el estilista es de suma importancia. Entonces hay que saber elegir y rodearse muy bien.

**La relación con artista, ¿crece o disminuye?**

La relación con el artista siempre crece. Hay que crear un buen feedback y ser respetuoso con la carrera y profesionalismo de cada persona. Como también es importante que se valore el trabajo de uno.

**¿Cuál fue la mejor obra de su vida?**

Han pasado cosas muy importantes en mi vida, pero considero que la creación de Rocco Donna junto a mi familia en 1991, me ha marcado para siempre y hoy soy quien soy por todo lo vivido y la ex-

periencia adquirida

**¿Hablemos de planes y de futuro?**

Tengo muchos planes para el futuro, no hay nada mas lindo que soñar con lo que uno desea y trabajar hasta conseguirlo. No hay que bajar los brazos nunca! De los planes y del futuro, ya se enterarán, se vienen cosas muy buenas.

**¿Cómo se relaciona lo artístico con los negocios?**

Hoy en día todos los que trabajamos en lo artístico necesitamos conocer el lado de los negocios. Hay que prepararse en ambas ramas para ser cada día mejor, y mas completo en un mundo tan competitivo y exigente como el que nos encontramos viviendo.

**¿Por qué estás en esta revista Negocios USA?**

Considero que es una revista que va a ayudar a todos los que estén por venir a USA o para los que quieran hacer negocios aquí. He leído los libros de Jesús Aveledo y me parecen excelentes. Además la franquicia Rocco Donna viene con mucha fuerza y estoy por demás entusiasmado.



Makeover Specialist,  
Fashionable Haircuts, Corrective Color,  
Make-up, Exclusive Hair Extensions System,  
Keratin Treatment, Damage Hair Recovery,  
Brides and More

101 Ocean Drive at The Hilton Bentley Hotel  
South Beach, FL 33139  
305.531.3330  
valet parking

@RoccoDonna Rocco Donna RoccoDonnaTV

The Energy of Beauty

www.roccodonna.com

Franchise Opportunities  
Now Available

Be a part of one of the most exclusive brands in the hair design industry. Led by internationally renowned hair artist Rocco, the salon on world famous Ocean Drive is one of Miami's most acclaimed spots for celebrities and locals alike. Now Rocco is making his successful brand concept available for franchising. For more information on how to own a Rocco Donna salon, please contact: Larry Pettit at 305.531.3330 or email franchiseopp@roccodonna.com

...son nuestras modernas instalaciones y el personal profesional que apoya a nuestros clientes.



**¿Cómo surge la idea de desarrollar un centro de negocios, cómo nace Platinum Business Center?**

Un grupo de inversionistas dinámicos y emprendedores de capital venezolano, con una vasta experiencia en el sector inmobiliario en sus diferentes etapas, desde la promoción, proyectos, desarrollos, administración, arrendamiento y hasta la compra/venta de inmuebles, decidió hacer una inversión inmobiliaria en los Estados Unidos y escogimos como piloto para desarrollarlo la ciudad de Coral Gables, por ser un centro de negocios importante en el sur de la Florida.

Una vez hecha la inversión inmobiliaria queríamos también hacerla rentable, así que revisamos varios esquemas para lograr esto, siendo el más atractivo y novedoso el proyecto para hacer un Office Business Center.

**¿Cómo reaccionó el mercado?**

El mercado nos acogió muy bien, por lo novedoso del concepto y calidad de las instalaciones.

Nosotros somos más que un sitio para alquilar espacios de oficinas, salas de conferencia y oficinas virtuales somos un concepto dinámico donde ofrecemos servicios personalizados para que nuestros clientes se concentren en alcanzar sus objetivos de negocio, con la confianza de que nosotros nos ocuparemos del resto para ello contamos con un equipo de profesionales a la disposición de nuestros clientes.

**¿Cuál es el balance de este año que comienza?**

En pocos meses hemos logrado tener más de la mitad de nuestros espacios ocupados por empresas de diferente índole, caldo de cultivo para comenzar a utilizar esa sinergia entre nosotros mismos y lograr hacer relaciones entre nuestros clientes.

**¿Cómo ven a Platinum Business Center a corto y mediano plazo?**

A corto plazo, consolidar nuestra gama de servicios en este primer centro que hemos abierto y a mediano plazo queremos replicar nuestra experiencia en otros sitios al sur de la Florida y en otros países, estamos considerando Colombia, Costa Rica y Panamá en estos momentos.

No descartamos un plan de franquicias en el sector de servicios para oficinas de alquiler.

**¿En que consisten las oficinas virtuales?**

Nuestras oficinas virtuales cuentan con las ventajas de una oficina de prestigio, desde atención telefónica personalizada a tiempo de uso de oficinas privada, en un entorno completamente amoblado con el respaldo de personal profesional, tenemos domicilio en una zona de prestigio, recepción y reenvío de correspondencia, números de teléfonos locales, servicios profesionales, operadora telefónica personalizada, buzón de voz, acceso a oficinas y salas de reuniones, asistencia administrativa entre otros servicios.

**¿Cuáles son las ventajas de tener una oficina en Platinum Business Center?**

**Sin costos de instalación / Precio** - Tener una oficina en PBC es simple y no necesita costos de instalación. Nosotros ya hemos hecho todas las inversiones necesarias incluyendo tecnología de información y sistemas telefónicos, muebles, salas de reuniones, cafetería, fotocopiadoras y área de recepción.

**Nos adaptamos a sus condiciones / Flexibilidad** - Normalmente las condiciones de renta en oficinas regulares son muy estrictas, en Platinum somos flexibles y nos adaptamos a sus necesidades, el cliente puede alquilar desde tres meses a varios años y puede adaptar la oficina para tener de 1 a 3 empleados.

**Gastos mensuales bajos / Rentabilidad** Nuestros servicios le ofrecen gastos bajos que pueden estar presupuestados con gran certeza. El alquiler incluye casi todos los gastos básicos para dirigir una oficina, esto significa que no hay gastos imprevistos como reparaciones de la fotocopiadora, cableado o renovaciones. De hecho, *en comparación con una oficina convencional, puede ahorrar entre el 20 a 35% por ciento en sus gastos de oficinas.*

**Dimensiones flexibles de espacio / Crecimiento** - Nuestras oficinas están diseñadas para permitir que su empresa pueda crecer sin tener que trasladar o buscar espacios más grandes. Significa que puede empezar con una persona y crecer en las mismas instalaciones. A la larga, se convierte en un ahorro para a su negocio, con la flexibilidad de crecer cuando haga falta.

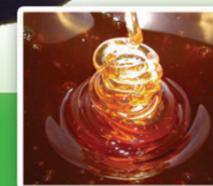
# JENGIMIEL®

**Syrup** Con Miel, Ginger y Aloe!  
SUPLEMENTO DIETARIO



JENGIMIEL es la vía natural para aclarar y refrescar la garganta, ayudando a su digestión.

## Una costumbre sana



MIEL



GINGER



ALOE

**ORGANICO FORTE PARA ADULTOS Sin Azúcar**  
Versión premium para adultos con altos concentrados.

**ORGANICO PARA NIÑOS Sin Azúcar**  
Versión premium para niños con bajas concentraciones.

**FORTE PARA ADULTOS**  
Versión convencional para adultos con altos concentrados.

**PARA ADULTOS**  
Versión convencional para adultos con moderados concentrados.

**PARA NIÑOS**  
Versión convencional para niños con bajos concentrados.

DISPONIBLE EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS Y TIENDAS DE VITAMINAS

Contáctenos: 305-915-0581 / 1-877-863-1040 - e-mail: info@jng-ngc.com

Sin Alcohol. Sin Preservativos. Botella de vidrio. Sin sabores artificiales.



# NEGOCIOS

## ¿Cómo comprar uno en marcha?

por Pablo Langesfeld P.A. CBI\*

*Comprar una empresa ya existente y en funcionamiento tiene sus ventajas. Este atajo puede evitar cierta incertidumbre y grandes dolores de cabeza, además de poder ahorrar tiempo dinero y energía.*

Si adquiere un negocio establecido tendrá la posibilidad de obviar ciertas etapas de la creación. Es muy probable que la empresa ya tenga una base de clientes, proveedores, un nombre o marca ya establecida, empleados entrenados y capacitados. Generalmente comienzan un negocio de cero puede tomarle entre 3 a 12 meses. Los vendedores, usualmente están dispuestos a asesorar y entrenar al comprador durante un delicado periodo de transición, para familiarizarse con toda la operación. Un factor económico que puede ser determinante es que muchos vendedores están dispuestos a financiar parte del precio de venta, situación que es poco probable para empresas nuevas, que no disponen de opciones de financiación, por falta de historia crediticia, y los bancos cada día prestan menos dinero y exigen más documentos.

La compra de un negocio generalmente es una de las decisiones más importantes en su vida. Por esa razón usted tiene que estar muy bien asesorado y hacer su "Due Diligence". Esta etapa en la compraventa se conoce como el proceso de verificación de la información. Lo

mejor es que todo o casi se puede verificar. Cuando se hace profesionalmente el proceso de compraventa de negocios en marcha presenta un riesgo bastante bajo, ya que todos los estados financieros, declaraciones fiscales, permisos, licencias, términos de arrendamiento, personal, etc. pueden ser verificadas antes de proceder con la adquisición. Pero debe ser cauteloso, como cualquier otra inversión.

Convertirse en su propio jefe siempre implica un riesgo y no tiene garantías de éxito. Al comprar un negocio, usted va a tomar un riesgo calculado que elimina muchas de las trampas y posibilidades de fracaso que surgen con un comienzo. No se recomienda emprender en una industria en la cual se tenga poco conocimiento o experiencia previa.

Las razones de la necesidad de compra de la empresa pueden ser variadas, desde pérdida de trabajo, inmigración a los Estados Unidos, fusión, aburrimiento, ser emprendedor etc. Generalmente suele ser un alternativa segura y sencilla, pero por el otro lado costosa. Es importante trabajar con su equipo que abo-

gados, contadores, brokers o intermediarios certificados de negocios (Business Brokers) y asesores calificados dentro del rubro que le interese. Siempre asegúrese de pedir referencias. La mayoría de las ventas de negocios son confidenciales, le van a pedir que firme un acuerdo de confidencialidad, ya que la información que se le va a proveer es confidencial y generalmente los empleados no están informados de la posible venta del negocio. "Es mejor comprar un buen negocio caro que un mal negocio barato". Averigüe bien cuales son las principales razones de la venta. Pregunte, pregunte y pregunte, averigüe TODO. Una vez que ya compro y firmo, ya es tarde. Las razones mas comunes de la venta pueden ser cansancio, aburrimiento, retiro, falta de tiempo, disputa entre socios, divorcio, salud, falta de generación de relevos etc., o simplemente el negocio está quebrado.

Pablo Langesfeld P.A. CBI - Certified Business Intermediary - Transworld Business Brokers - Tel: 786 290 1091  
Pablo@twworld.com - www.NegociosEnMiami.com . Miembro de IBBA, (International Business Brokers Association), BBF (Business Brokers of Florida), Realtor Association, Commercial Alliance.



Mónica Aveledo  
Directora General Argentina

# Sun Channel

## un canal que viaja hacia lo alto.

*Sun Channel Tourism Television, canal de entretenimiento dedicado a recorrer y disfrutar a través del turismo las incontables cualidades del mundo.*

Se hace notar en el continente gracias a una programación variada y entretenida conformada por atractivas producciones que hacen viajar a su audiencia.

Con presencia en más de 8 millones de hogares en Latinoamérica y Europa y una interesante propuesta de valor, el medio televisivo espera un crecimiento superior al 100 % en distribución de señal y producciones originales.

En más de cuatro años al aire, Sun Channel Tourism Television ha aumentado vertiginosamente su alcance en la región, encontrándose actualmente en 19 países de América Latina y Europa. Al presente, está posicionado en el mercado latinoamericano como una excelente opción dentro de las diversas ofertas programáticas de la industria de la televisión por suscripción.

"Desde nuestros inicios hemos trabajado arduamente para convertirnos en una referencia turística bajo un enfoque entretenido. Este crecimiento nos ha conllevado a aperturar oficinas en Argentina, donde este año cumplimos nuestro tercer aniversario y recientemente iniciamos operaciones en España y Brasil; manteniendo la sede principal en Venezuela", señaló Mónica Aveledo, Directora General del canal en Argentina.

Sun Channel Tourism Television fortalece su promesa de conquistar nuevos mercados y captar más hogares, a través de una nutrida programación con contenidos en español, concebidos para difundir las potencialidades turísticas de cada país.

"Este año continuaremos recorriendo

lugares fabulosos para ofrecerle a nuestros anunciantes la posibilidad de hacer viajar su marca por todos los rincones donde está presente nuestra señal, además de brindarles calidad de contacto y productos adaptados a la medida de sus necesidades. Así mismo, contamos con una propuesta audiovisual que ha obtenido altos niveles de aceptación, gracias a un contenido innovador diseñado para que el televidente se traslade por nuestra pantalla a los mejores destinos", añadió Aveledo.

Sun Channel Tourism Television busca afianzarse en las diversas plataformas digitales, con el fin de concretar alianzas para potenciar la presencia de la marca en la web, además de generar un vínculo interactivo y directo con el público.

Siguiendo la línea de lo que trae el canal durante el 2011, se destaca la reciente creación de la unidad de negocios Sun Channel Program Sales, encargada de proveer contenidos de alta calidad a sus clientes, a través de la mejor programación de entretenimiento y turismo, conformada por las siguientes temáticas: deporte y aventura, ecoturismo, gastronomía, reality shows, destinos, culturales, diversión y todo lo que da vida a cada viaje.

La señal ha preparado para el año en curso estrenos de temporadas y nuevas producciones 100% originales para seguir inspirando a sus espectadores. Recalcó Aveledo "Queremos incrementar la penetración de mercado y la distribución de señal principalmente en Colombia, México y España, mediante una oferta atractiva con espacios entretenidos, de los cuales más del 40% corresponden a producciones originales".

En esta nueva etapa, brindará nuevos

episodios de su encantadora programación, tales como: Aventuras Sonoras, con el gran flautista Luis Julio Toro y sus recorridos fascinantes en una fusión de música y regiones; Cambia la Ruta, sólo para ciudadanos que desean cambiar su rutina y Destinos de Sol, un viaje a través de los mejores lugares turísticos de Latinoamérica.

Dentro de las novedades se destacan: Taxi para... una serie documental que llevará a la audiencia por ciudades vistas a través de los ojos de sus taxistas; Próxima Parada un espacio donde los espectadores conocerán junto a Jorge González los diversos medios para viajar, como el metro, monorriel, tren y trolley; Sun Models, reality que reunirá a siete bellas mujeres en los mejores paisajes de Uruguay, quienes deberán demostrar lo que son capaces de hacer para convertirse en verdaderas estrellas y Estilo Punta, programa que invitará a los televidentes a vivir y sentir lo mejor del verano de Punta del Este de la mano de Myriam Bunín.

Se mencionan otros contenidos que cautivarán a sus seguidores, entre ellos: Km a Km, 360, Expedición, El Desafío del Inca, El Globo, Golf: Turismo de Lujo, Sport Travel, entre otros.

No queda la menor duda que la señal se enfrentará a un año de grandes retos, manteniendo el objetivo de continuar guiando y entreteniendo al público.



## LENDING BANKERS

### MORTGAGE LLC

## PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO PARA EXTRANJEROS

- FINANCIAMIENTO DE HASTA UN 70% DEL VALOR DE COMPRA DE SU PROPIEDAD.
- TASAS DE INTERÉS FIJAS COMENZANDO DESDE EL 5.5%.
- PRÉSTAMOS A NOMBRE DE INDIVIDUOS Y/O DE CORPORACIONES.
- FINANCIAMOS CASAS, APARTAMENTOS Y PROPIEDADES COMERCIALES.
- SERVICIO PERSONALIZADO Y CON EL MÁS ALTO NIVEL DE CONFIDENCIALIDAD.



SOMOS SUS ESPECIALISTAS CON MAS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA FINANCIANDO EN LA FLORIDA.

David Otero  
dotero@lendingbankers.com  
Tel. 1-877-338-2265  
Tel. Vzla. 212-720-5294  
Localizados en: Downtown Miami



# Inversiones

## Las oportunidades de Negocios

por Manuel 'Manny' Chamizo III, Director de la División Comercial de Fortune International

Manny Chamizo es un experimentado profesional con 26 años de experiencia, englobando en la misma todos los aspectos de lo que implica responsabilidad gerencial. Como Director de la División Comercial de Fortune International ha adquirido una gran riqueza de conocimiento en el área inmobiliario.

Manny es también un especialista de inversiones sirviendo a inversores privados de capital y ampliamente reconocido como uno de los expertos más sobres-

lientes en temas de ventas transacción de propiedades Sur de la Florida. Adicionalmente ha representado a gran cantidad de inversiones para distintos tipos de operaciones tales como disposiciones o bien adquisiciones de propiedades comerciales.

Su conocimiento del mercado de capitales y el acceso a inversores privados que ha logrado a través del tiempo le ha permitido ser parte proactiva en un gran número de transacciones concretas que totalizaron más de 637 millones de dólares en las que por su intervención se facilitaron exitosos cierres.

Como Director Comercial de Fortune International Realty y agente de Real Estate. Manny Chamizo, es un gran inversor y sobresaliente negociador. Sus conocimientos en el área inmobiliaria, en aspectos de seguro e inversión de capital en general, más su marco académico, le permitió estar ubicado actualmente en una posición inigualable entre sus pares. Manuel Chamizo fue graduado como administrador de negocios con un Bachelors (BBA) de la Universidad de Miami con honores.

La Association de Realtor de Miami & Beaches (RAMB) y la The Realtor Commercial Alliance (RCA) líder en el Estado de la Florida en pro-

iedades comerciales, lo han designado y reconocido como el "2009 y 2010 RCA Commercial Realtor of the Year a nivel Nacional" por sus éxitos y entrega en todas sus gestiones. Manuel Chamizo fue seleccionado para estar en tapa de las reconocidas revistas *Miami Business Review*, así como también *South Florida Business Journal*.

Sus áreas de sólido conocimiento son:

- Ventas de oficinas y edificios comerciales
- Centros Comerciales (Retail-Shopping Centers)
- Almacenes (Bodegas Naves / Galpones/Warehouses)
- Propiedades horizontales para médicos o relacionado con medicina
- Edificios con departamentos multi-familiares (Edificios para renta de apartamentos)
- Ventas de terrenos y desarrollo de tierras

A continuación detallamos algunas de sus recientes transacciones exitosas en los últimos meses del 2010 y principio del 2011:

- Exitoso Short sale de 110 unidades del Jenny Tower – Edificio con un valor neto de 25 millones de dólares.
- Exitoso Short sale del Edificio Cristabelle's Theme en Coconut Grove con un valor neto de 12 millones de dólares.
- Venta del J&M Shopping Center por 2.6 millones de dólares
- Venta del 12 Ave Shopping Center por 2 millones de dólares



**Especializados en el manejo e inventario de carga de equipos industriales tales como:**  
Impresoras InkJet, Aplicadores de Pega Caliente, Automatización, Detección y Control de peso, etc.

**Nuestro equipo de profesionales le ofrece una gama completa de servicios que cubre todos los aspectos del transporte Nacional e Internacional**

- Importación / Exportación • Aérea y Marítima • Transporte Terrestre (LTL & FTL) • Paquetes y Embalajes
- FLC/LCL • Consolidación • Almacenaje y Distribución • Proyectos Especiales
- Le Ofrecemos su Oficina Virtual en los Estados Unidos

**Servicios**

**Contactenos**  
10050 NW 116th Way, Suite # 11, Medley, FL 33178  
Teléfono: +1.305.888.6714 • Fax: +1.305.888.6718  
[www.islogisticsusa.com](http://www.islogisticsusa.com)

**PENSANDO ESTABLECER UN NEGOCIO EN LOS ESTADOS UNIDOS?**

Sabemos que comenzar no es fácil, por ello lo llevamos de la mano para que tome las decisiones más acertadas

Nos especializamos en:  
Estudios de Mercado | Análisis de Industria  
Business Plans | Business Plans de Inmigración | Business Coaching

THREE FOUR FIVE GROUP  
**345**



# Seguros

## y su relación con el éxito en los negocios

Por Oswaldo Rivero

*Por medio de un network global tenemos alcance en todo el mundo, especialmente en países latinoamericanos*

Después de más de 10 años en la práctica de la Industria de Seguros y haber tenido la oportunidad de estar en contacto con gran cantidad de ejecutivos de empresas que operan en el área de la Florida y haberle podido satisfacer sus necesidades en este tema, seguimos tratando de brindar una alternativa integral que es nuestro gran poder diferenciador pero como broker independiente. Nuestra empresa está integrada con socios Venezolanos uno de la industria de la banca y otro de la industria de seguros

Como Presidente de NC Insurance Brokers hemos concretado gran cantidad de pólizas y hemos apreciado que nuestra estrategia, aparte de especializarnos en todo lo vinculado al ámbito comercial, el haber creado un producto integral, nos ha dado resultados excelentes. Nuestras raíces Venezolanas nos permitieron entender a nuestros clientes y sus necesidades y hacemos lo imposible para tratar de ser reconocidos como el broker de preferencia para nuestra comunidad, además de atender clientes de cualquier nacionalidad.

También estamos sumando en una nueva iniciativa la experiencia de nuestros socios quienes durante 30 años ocuparon en Venezuela el área de corretaje y juntos seguimos trabajando ahora en los Estados Unidos para seguir atendiendo las necesidades de todas las personas que desean instalarse en USA.

Por medio de un network global tenemos alcance en todo el mundo, especialmente en países latinoamericanos tales como: Argentina, Colombia, Perú y Venezuela donde trabajamos directamente con los directivos y dueños de empresas

Nosotros sabemos que los "Business Plan" de nuestros potenciales clientes

siempre tienen una sección denominada "Risk Mitigating Milestones" y la parte de seguros es precisamente una de ellas, o sea que para lograr un éxito total en los negocios no se puede descuidar este aspecto, es decir hay que estar cubierto por las cosas que aunque no las deseamos, pueden ocurrir y es ahí donde tratamos de ayudar al máximo para encontrar la mejor alternativa.

Estamos continuamente trabajando para brindar a nuestros clientes la cobertura que ellos necesitan. Aseguramos que podemos proteger su auto, su propiedad, su negocio e inclusive su familia y esa es la razón de que nos sentimos orgullosos de aclarar que no somos "Brokers" de paso para cerrar una operación, sino que creamos una relación para permitir que nuestros clientes sean parte de la red que con el tiempo hemos podido integrar.



Hemos apreciado que nuestros mejores vendedores son nuestros clientes ya que a través de sus testimonios, sus contactos, sus colegas y sus referidos en general, tenemos la oportunidad de demostrar que nuestros servicios están a nivel de exce-

lencia y que tenemos "entre comillas y con Mayúsculas" un verdadero poder diferenciador que nos hace exclusivos.

Podemos decir con orgullo que somos una firma boutique que, con nuestros especialistas aseguramos desde pólizas de vehículos, propiedades en general, beneficios de salud, riesgos de energía, aviación, exportación y más.

También desarrollamos actividades innovadoras y especializadas en Gerencia de Riesgos y programas de seguros para la protección de activos, responsabilidades y personas, en todas las líneas de negocios.

En resumen, estamos en condiciones de hacer lo siguiente:

1. Gerencia financiera, auditoría y Gerencia de Riesgos.
2. Análisis y cuantificación de los escenarios de Riesgos.
3. Negociación de programas de seguros.
4. Análisis, investigación, coordinación de siniestros y recuperación de pérdidas ante las aseguradoras.
5. Elaboración de planes de contingencia y programa de capacitación sobre riesgos para gerentes y empleados.
6. Informes de gestión con la frecuencia que requiere el cliente.
7. Constante investigación de mercado.



# LA VIDA ES DIVERSIÓN.



the blue  
HYATT RESIDENCES

**Comenzando en los US\$190,000**

Hotel-Residencia de Lujo | Campo de Golf de Clase Mundial  
Spa Azul | 5300 Chop House Restaurant de Primera  
5300 NW 87 Avenue, Doral, FL, 33178 USA | +1 305.640.6650  
[www.thebluehyattresidences.com](http://www.thebluehyattresidences.com)

No se puede depender de la representación oral como una indicación correcta de las declaraciones del desarrollador. Para las representaciones correctas debe guiarse por los documentos requeridos por la sección 718.503 de los estatutos de Florida, a ser facilitados por un desarrollador a un comprador o arrendatario. Esta oferta está compuesta sólo por el folleto informativo para el condominio y no se deberá depender de ninguna declaración que no se haya hecho en el folleto. Esta no es una oferta para vender, o invitación a comprar las unidades del condominio en Estados donde tales ofertas o invitaciones no puedan hacerse. Los precios, características y especificaciones están sujetos a cambio sin previo aviso. Blueview Golf Villas, LLC ha adquirido de Hyatt Corporation la licencia de derecho al uso del nombre y la marca Hyatt. Ni Hyatt Corporation ni ninguna de sus empresas afiliadas tiene ninguna (i) participación de propiedad en el Proyecto, o (ii) responsabilidad por el mercadeo y venta de las Unidades.





# Contratos

## Internacionales.

*Elección de la ley aplicable y la jurisdicción en los el arbitraje como método alternativo de solución de disputas.*

Por : Dr. Mario Bariona G.\*

Cuando dos o más personas, sean naturales o jurídicas, de diferentes nacionalidades celebran un contrato, éste viene a ser denominado como "contrato internacional" atendiendo principalmente al hecho que las partes poseen diferentes nacionalidades. En el caso de las personas jurídicas, nos referiremos principalmente a las sociedades mercantiles y la nacionalidad de las sociedades mercantiles viene dada por el lugar de constitución y por la ley que las gobierna.

Así, si un contrato es celebrado entre dos partes que obedecen a una misma ley, (dos compañías anónimas venezolanas por ejemplo) no existirá mayor problema para concluir que la ley aplicable es la ley venezolana, para todos los efectos y consecuencias de tal contrato.

En cambio, si un contrato se celebra entre dos personas jurídicas de diferentes nacionalidades, surgen inmediatamente dudas (muy válidas por cierto) sobre cuál de las dos legislaciones regirá los diferentes aspectos del contrato. Una determinada consecuencia del contrato podría ser regulada de manera radicalmente diferente si se analiza a la luz de una u otra legislación.

Desde el momento que ha sido plenamente aceptado que un contrato puede ser celebrado entre más de dos partes, podríamos encontrarlos entonces con dos o más legislaciones aplicables a un determinado aspecto del contrato y, por supuesto, estas diversas legislaciones podrían aportar soluciones distintas y encontradas al problema planteado.

Como solución a posteriori respecto a estas dificultades, el Derecho Internacional Privado ha creado las llamadas "normas de conflicto" que, mediante un sistema a veces muy complicado de interpretar y aplicar, dan la solución cuando hay un conflicto entre normas de legislaciones diferentes.

Sin embargo, ha sido consejo constante a nuestros patrocinados, el anticipar tales dificultades eligiendo en el mismo texto del contrato la legislación aplicable, la cual puede ser la del país de una de las partes involucradas (declinando por ende la otra parte la ley que le sería naturalmente aplicable). Por ejemplo, una sociedad venezolana que contrate con una sociedad española y acepte que las consecuencias del contrato se rijan por la ley española. Esta solución es perfectamente aplicable a la luz del artículo 29 de nuestra Ley de Derecho Internacional Privado: "Las obligaciones convencionales se rigen por el Derecho indicado por las partes". Repetimos, la voluntad de las partes y lo que ellas negocien y acuerden será la fuente primaria de regulación del contrato.

Otra solución es la de incorporar a los contratos internacionales las reglas dictadas por la Cámara Internacional de Comercio conocidos como "Incoterms" (International Commercial Terms) los cuales no son otra cosa sino normas redactadas por la mencionada Cámara de Comercio y de aceptación internacional. Aconsejamos utilizar la página web de la Cámara de Comercio Internacional para conocer más de esta fascinante herramienta. ([www.iccspain.org](http://www.iccspain.org)).

### ELECCIÓN DE LA JURISDICCIÓN

Una vez determinada la ley aplicable a un contrato internacional, surge la siguiente pregunta en casos de disputas o controversias: Cuál será la jurisdicción aplicable? Es decir, cuáles serán los tribunales competentes para conocer de la disputa? Nuevamente, a falta de elección expresa por parte de los contratantes, surgen una serie de normas de gran complicación y solitamente contradictorias entre sí, dado que cada país suele ser muy celoso en cuanto al ejercicio de la jurisdicción

sobre sus nacionales o de los bienes inmuebles ubicados en su territorio. Sin embargo, la Ley de Derecho Internacional Privado venezolana permite la elección de la jurisdicción, colocándola en los tribunales de otros países, inclusive de naciones extrañas a las partes intervinientes en el contrato. Así disponen los artículos 44 y 45 de la Ley de Derecho Internacional Privado.

### EL ARBITRAJE COMO MÉTODO ALTERNATIVO DE SOLUCIÓN DE DISPUTAS.

Es cada vez más frecuente ver en contratos internacionales, como las partes eligen expresamente someter las eventuales controversias o disputas que puedan surgir del contrato a una decisión arbitral antes que a los órganos jurisdiccionales convencionales (Tribunales o Cortes, dependiendo de la denominación que reciban en cada país). El arbitraje ofrece a los contratantes soluciones mucho más ágiles y rápidas que las de la jurisdicción ordinaria, permitiendo obtener decisiones veloces y eficaces en las disputas de las partes.

La contratación internacional puede ser mucho más sencilla y fácilmente manejable si las partes son debidamente asesoradas por especialistas en la materia que puedan negociar y establecer las normas que anticipen las probables disputas derivadas del contrato.

*\*Mario Bariona G. es abogado autorizado para ejercer en leyes venezolanas. Egresado de la Universidad Católica Andrés Bello en 1984. Posee post-gradados de la Universidad Central de Venezuela en Derecho Mercantil y en Derecho Tributario. Miembro de la Asociación Venezolana de Derecho Tributario. Miembro de la Asociación Italiana de Arbitraje. Arbitro de la Cámara de Comercio de Caracas. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello en el post-grado en Derecho Mercantil y de la Universidad Central de Venezuela en el post-grado en Derecho Mercantil.*

# DEFENSA CRIMINAL

## FEDERAL Y ESTATAL



David Kubiliun  
Attorney at Law

- Audiencia de Fianzas de Emergencia
- Procesos del Gran jurado
- Fraude Medicare/Medicaid
- DUI
- Suspensión de la licencia de manejar
- Robo y fraude
- Sellamiento y supresión de expedientes
- Traficando / Drogas
- Posesión
- Conspiración
- Lavado de Dinero
- Crímenes administrativos y de negocios
- Resistencia / Maltratos
- Audiencia para Libertad Condicional
- Casos juveniles
- Acusaciones de Asesinato
- Casos de armas de fuego
- Acusaciones de maltratos sexuales
- Extradición
- Violencia doméstica
- Asalto con agravante

**LUCHAMOS POR SUS DERECHOS**

**PRIMERA CONSULTA GRATIS**

**VISITAS A LA CARCEL**

**ABOGADOS LITIGANTES CON EXPERIENCIA**

Oficinas Legales de  
**KUBILIUN & ASSOCIATES, PA.**  
**305.577.0227**



**KUBILIUN & ASSOCIATES, P.A.**

*La contratación de un abogado es una decisión importante que no debe basarse solo en anuncios. Antes de decidir, pídanos GRATIS información escrita sobre nuestras calificaciones y experiencia.*

## OFICINAS EN MIAMI DADE

Miami Center • 201 S. Biscayne Boulevard, Suite: 905 • Miami, FL, 33131 • [www.kubiliunlaw.com](http://www.kubiliunlaw.com)



# Visión e Inversión

## Cómo decidir acerca de su inversión en EEUU.

por Ing. Noris Diamond - DIAMOND MARKETING SOLUTIONS.VP.

*Actualmente estamos viviendo un momento decisivo para la fortuna de aquellos que tienen visión económica. La decisión de invertir es una de las más delicadas a tomar, para una persona o empresa.*

Es necesario e importante tener en cuenta la fase del ciclo económico donde se encuentra la economía. En estos momentos se ven señales del inicio de una recuperación global, los consumidores comienzan a comprar bienes duraderos y las empresas, a ejecutar proyectos de inversión retrasados.

Luego, ante la expectativa de un crecimiento, quizás lento, y sus efectos en la economía a mediano plazo, es necesario analizar los criterios básicos para la Inversión: "**Valor Actualizado de Rendimiento, superior al valor actual de Inversión**"; estar consciente de que la Inversión conlleva un riesgo una vez iniciada; muchas veces se hace irreversible, con implicaciones financieras generalmente muy importantes, por lo que es necesario ANALIZAR SU RENTABILIDAD Y VIABILIDAD.

A pesar de la actual crisis económica en EEUU, las condiciones actuales del mercado favorecen la Inversión en Bienes Raíces; ahora esas condiciones son excelentes porque los precios han mermado a nivel mundial. Recordemos el viejo principio

del buen Inversionista: "**compra cuando el mercado está bajo, vende cuando el mercado está alto**". Como en toda economía capitalista, todo es un ciclo natural. Hay momentos en que la economía crece y hay momentos en que decrece, pero al final hay un balance.

Por lo tanto el que invierta hoy, estaría comprando barato y en un futuro vendería a mejor precio. Tome una decisión sobre la base de una buena información en estos momentos. Nosotros, DIAMOND MARKETING SOLUTIONS, y ELITE INTERNATIONAL REALTY ENTERPRISES, le ofreceremos y orientaremos en lo que sea más conveniente para Ud. Tenemos, para su escogencia, muchas alternativas en el mercado, además de la experiencia, capacidad, seriedad y conocimiento de lo que actualmente ocurre en el área de Bienes Raíces.

Por favor llámenos y le atenderemos profesionalmente.  
Tel.: 1-513 3754736 (USA) / 212-3350124 (Vzla)  
Email: [Lisadiamond17@gmail.com](mailto:Lisadiamond17@gmail.com)



# Vivir en USA

... una decisión con consecuencias.

por Roberto E. Macho

En los últimos años un aluvión de empresarios latinoamericanos han tomado la decisión de radicarse en USA, bien sea para desarrollar un proyecto de negocios o para hacer base en sus operaciones regionales.

En la mayoría de los casos es el sur de la Florida el lugar elegido, fundamentalmente por la proximidad geográfica y cultural a Latinoamérica. Esto, a veces lleva a creer que hacer negocios en la Florida es igual a hacer negocios en un país latinoamericano. De no reconocer que las afinidades culturales no implican que el contexto en el cual se debe desarrollar la empresa es sustancialmente diferente al que los empresarios están acostumbrados a desenvolverse, las consecuencias pueden ser muy negativas.

Uno de los primeros temas que debe considerar quien decide radicarse en USA, son las consecuencias fiscales de dicho cambio de residencia. Para ello es importante que la persona conozca que una vez convertido en "residente fiscal" de Estados Unidos, hay una serie de regulaciones que deberá cumplir y cambios en el tratamiento fiscal de sus ingresos y patrimonio que pueden ocasionar desembolsos inesperados.

En términos generales los cambios más importantes podrían resumirse en:

1. **Tributación en base a la renta mundial:** esto significa que la base imponible para el impuesto a la renta será la totalidad de los ingresos de la persona, sin importar el lugar geográfico donde se obtengan los mismos. Es decir que si la persona mantiene un negocio en su país de origen, esta renta deberá tam-

bién ser considerada para la declaración en Estados Unidos

2. **Impuesto sucesorio en base a bienes mundiales:** a los efectos de este impuesto todos los activos de quien fallece (sin importar el lugar de localización) deberán ser considerados para la determinación de dicho impuesto. Con frecuencia este es un impuesto que no se toma muy en cuenta y debido a las altas tasas puede resultar muy gravoso.

En general la gente confunde residencia fiscal con el estatus migratorio, siendo que independientemente de la situación migratoria de la persona, la sola permanencia en Estados Unidos puede convertirla en residente fiscal.

Por tal motivo es fundamental minimizar el impacto impositivo de quien se radica en el país, mediante una adecuada planeación preinmigratoria. Para ello es imprescindible trabajar en este tema antes de que la persona venga a radicarse, pues una vez que esto sucede ya no existe posibilidad de acción alguna.

Estados Unidos es un país con reglas que favorecen los negocios y con uno de los mercados más desarrollados del planeta. Es muy importante entonces, para desenvolverse con éxito en este país, que el empresario identifique que las reglas de juego son diferentes a las de su país de origen y se asesore adecuadamente.

## UHY Macho & Asociados

AUDITORES Y CONSULTORES

ADDING VALUE TO EVOLUTION

**Argentina**  
Av. Córdoba 1255  
Piso 3°  
(1055AAC) Buenos Aires  
+54 (11) 4815-8866

info@uhy-macho.com  
www.uhy-macho.com

**USA**  
1110 Brickell Avenue  
Suite 800  
Miami, Florida, 33131  
+1 (305) 810-8951

Con oficinas en USA y Argentina, presencia en los principales centros de negocios de Latino América, UHY Macho y Asoc. mediante su equipo de profesionales especializados en cada área, brinda asesoramiento desde el inicio de su negocio, optimizando sus procesos.

**Impuestos ■ Auditoría ■ Bookkeeping ■ Outsourcing**  
**Consultoría** Startup - Valuaciones - Due diligence - Management - Recursos Humanos

# ADQUIERA SU EJEMPLAR



ON LINE

www.negociosconusa.com

www.tecniciencia.com



Autor Jesús Aveledo Urdaneta

Dirección Oficinas en Miami:  
Negocios en USA.LLC.  
201 S. Biscayne Blvd, Miami Center. Suite 905. Miami, Florida 33131  
Telefono Oficina de Miami: 786-272-7100

Para mayor información referente a los dos libros:  
Como hacer negocios con los Estados Unidos de América  
Aveledo Urdaneta & Asociados - Abogados, Consultores  
aveledo@cantv.net | aveledo@negociosconusa.com  
Tel. USA: 786-345-1720  
Tels. Venezuela: (58-212) 266-3257 | (58-212) 335-4329

Oficinas en Caracas: Centro Letonia, Torre ING Bank  
Piso 10, Of. 103. Avenida Principal de La Castellana.  
Ave. Eugenio Mendoza, La Castellana.  
Chacao. Caracas. Venezuela.



# Educación

en el mundo de los Negocios

Por Arístides Maza, PHD

Millennia Atlantic University (MAU)- Ofrece una valiosa ayuda para descubrir el potencial que todo tenemos

Como Presidente de Millennia Atlantic University (MAU), fue un placer recibir la invitación de esta prestigiosa revista "Negocios USA", que tanto impacto tiene en nuestra comunidad latinoamericana, apoyando con valiosa información a inversionistas extranjeros interesados en participar en negocios a través de franquicias, joint ventures, establecimiento de nuevas empresas y marcas, colaborando con la economía de este importante país, generando nuevos empleos y dinamismo.

Cuando se habla de Negocios con Los Estados Unidos (USA) no podemos dejar de mencionar el rol importante que ocupa la educación para todos los miembros que integran el grupo familiar inversionista.

Millennia Atlantic University, nació en agosto 2005, con un diseño especial para estudiantes del sur de la Florida y profesionales que desean dar un mayor valor académico a sus carreras y actualizar sus conocimientos. Millennia Atlantic University, es una institución del más alto nivel, licenciada por la Comisión Independiente para la Educación de la Florida (CIE), y acreditada por el Consejo Independiente de acreditación para los Institutos Superiores y Universidades (ACICS) que es un organismo de acreditación reconocido a nivel nacional por el Departamento de Educación de Estados Unidos y es reconocido por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior en Los Estados Unidos. MAU está acreditada por el Organismo responsable de dar estas autorizaciones "ACICS" para conceder títulos a nivel de Licenciaturas (Bachelors) y Maestrías (Masters). Nuestra filosofía se basa fundamentalmente en colocar al estudiante en primer término con la finalidad de informarlo, inspirarlo y lo más importante, motorizar su potencial interno.

A través de nuestros Programas, estamos proporcionando una experiencia de aprendizaje sobresaliente, con enseñanza

a un nivel accesible económicamente y con horarios flexibles basado en los siguientes principios:

- Creación de un enfoque de aprendizaje de la realidad económica nacional e internacional;
- Oferta de un plantel de profesores con sólida experiencia corporativa;
- Oferta de programas multiculturales exclusivos;
- Creación de un ambiente con especial y reconocida orientación familiar;
- Preparación de nuestros estudiantes al más alto nivel de calidad académica facilitando la transición del estudiante hacia campos de trabajo competitivos destacándose en el mercado laboral por su exclusiva preparación.

Millennia Atlantic University crece tomando en consideración la demanda laboral en las diversas áreas de la economía global. En ese sentido hemos incluido nuevos programas con especializaciones en las áreas de los negocios internacionales, de Gerencia de los Sistemas de Salud y Legal, para dar respuesta a estas exigencias. En este crecimiento constante, recientemente se adquirió una nueva Sede en Doral, con amplias y modernas instalaciones para acomodar nuestro creciente número de estudiantes.

Para nosotros el año 2010 marcó un hito muy importante en nuestra trayectoria, ya que aparte de la acreditación mencionada para ofrecer diversos tipos de títulos, también se recibió la elegibilidad para otorgar ayuda financiera para estudiantes que califiquen y con orgullo me complace mencionar que fuimos autorizados por el Programa de Intercambio de Estudiantes Extranjeros No Inmigrantes (SEVP) para expedir las Formas I-20 que permitan a los estudiantes internacionales procesar su Visa de Estudiante.

Millennia Atlantic University ofrece tam-

bién una Maestría en Administración de Negocios "Online", nueva alternativa de aprendizaje para que los estudiantes domésticos e internacionales que hace posible estudiar desde sus hogares en horarios flexibles y dirigidos por expertos profesionales especializados en este tipo de enseñanza. Este programa está diseñado para proveer al estudiante con las herramientas académicas necesarias con el fin de evaluar el comportamiento de los negocios internacionales y obtener la respuesta de acción adecuada para el éxito. MAU continuará expandiendo la disponibilidad de programas en línea en el futuro.

Durante el presente año la Universidad ha comenzado a introducir nuevos programas presenciales en procura de crear los cursos denominados de "Educación Continua". Estos logros aseguran aún más que nuestra Universidad es una Institución internacional con un foco local, demostrando nuestro compromiso de continua excelencia.

Actualmente la Universidad además de estudiantes ciudadanos y residentes norteamericanos cuenta con estudiantes de diversos países de Latinoamérica, Europa y el Caribe. Nuestro nivel de retención es muy alto, lo cual demuestra la confianza que nuestra población de estudiantes y representantes tienen hacia nuestra Universidad.

MAU con miras al intercambio de estudiantes de otras culturas y basados en el conocimiento académico integral, ha concretado diferentes tipos de acuerdos con universidades europeas y de Latinoamérica con el fin de consolidar sus principios de aceptación multicultural y de intercambio de comportamiento gerencial y de negocios.

Para detalles acerca de la oferta académica de Millennia Atlantic University e información general visite nuestra página web: [www.maufl.edu](http://www.maufl.edu)



# Eres Único.

## Tu educación debería ser igual.



### 786-331-1000

### [www.maufl.edu](http://www.maufl.edu)

Localizada en Miami, Florida, USA

Millennia Atlantic University (MAU) ofrece una experiencia educativa personalizada considerando tus talentos y necesidades académicas. Regístrate en MAU!...descubre tu verdadero potencial en un ambiente diseñado especialmente para ti.

**Nuestra filosofía tiene como premisa principal: PRIMERO EL ESTUDIANTE.**

**¿Por qué MAU es la mejor opción como universidad?**

- ▶ El proceso de aplicación es sencillo.
- ▶ Clases en español para estudiantes que se inician en el idioma Inglés.
- ▶ Ambiente familiar.
- ▶ Aprendizaje con visión de negocios internacionales.
- ▶ Profesores con excelente preparación académica y experiencia corporativa.
- ▶ Programas académicos con diversidad multicultural.

**MAU está acreditada por el Consejo Acreditador de Colegios y Universidades Independientes (ACICS)**

**MAU está autorizada bajo la Ley Federal de los Estados Unidos de Norteamérica para aceptar estudiantes internacionales No Inmigrantes**

## Descubre tu potencial, Descubre el mundo.



[twitter.com/MAU\\_FL](https://twitter.com/MAU_FL)



[facebook.com/millennia.atlantic](https://facebook.com/millennia.atlantic)

# NEGOCIOS USA<sup>®</sup>

UNA GUIA PARA HISPANOS - 2011 / Edición Latinoamericana

USTED TAMBIEN  
PUEDE  
ESTAR PRESENTE  
EN NUESTRA  
PROXIMA EDICION.  
LE ESPERAMOS!



## CONTÁCTENOS!

[aveledo@negociosconusa.com](mailto:aveledo@negociosconusa.com)

Miami: 786-345-1720 / 786-553-9550

Venezuela: (58-212) 266-32.57 / (58-212) 335-43.29

[www.negociosconusa.com](http://www.negociosconusa.com)



## QUIERE ESTABLECERSE EN ESTADOS UNIDOS

Nuestro equipo de profesionales  
trabjará junto con usted para  
ayudarlo a lograr sus objetivos de negocios.  
Podrá consultar abogados en Leyes  
Comerciales, de Inmigración,  
Internacionales, de Real Estate  
como así también en Derecho Civil  
Reconocidas compañías multinacionales  
y locales confían en nuestros servicios.

Nuestro seminario ha sido presentado  
en Venezuela, México, Colombia,  
Perú, Ecuador, Bolivia y Argentina.

## PASSPORT



*United States  
of America*

Asista a nuestro reconocido seminario  
Como Hacer Negocios con Estados Unidos

Contáctenos

En Caracas

Aveledo Urdaneta & Asociados

Abogados Consultores

Av. Eugenio Mendoza. Centro Letonia. Torre ING BANK, Piso 10. Ofic. 103. La Castellana. Caracas - Venezuela.

Telfs.: 0212-266.32.57 / 0212-335.43.29 / 0212-335.53.16.

E-mail: [aveledo@cantv.net](mailto:aveledo@cantv.net)

[aveledo@negociosconusa.com](mailto:aveledo@negociosconusa.com)

Regístrese

[www.negociosconusa.com](http://www.negociosconusa.com)

Argentina



Everyday  
from Miami to Buenos Aires,  
with A340 planes and the best fares.



[aerolineas.com](http://aerolineas.com)  
1 800 333 0276

  
**Aerolíneas  
Argentinas**

Soaring in the sky