

NEGOCIOS USA[®]

GUIA PARA LOS NEGOCIOS HISPANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

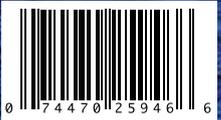
OPORTUNIDADES DE INVERSION

EN MIAMI

LA GUÍA MÁS COMPLETA Y ACTUALIZADA

- ✓ ASPECTOS LEGALES E INMIGRACIÓN
- ✓ INVERSIÓN Y RESIDENCIA (EB5)
- ✓ EL MUNDO DE LAS FRANQUICIAS
- ✓ OPORTUNIDADES INMOBILIARIAS
- ✓ PLANIFICACIÓN FINANCIERA E IMPUESTOS
- ✓ SOCIEDADES INTERNACIONALES

USA \$3.99 - Edición #9



6 AÑOS EN EL MERCADO

EDICION LATINOAMERICA





HALVAREGROUP

A New way to Franchise

yogen früz
of south florida



f yogenfruzSFL t yogenfruzSFL i yogenfruzSFL



Halvare Group, es una compañía de Franquicias que operan con éxito en EE.UU. y América Latina. Nos dedicamos principalmente a la ejecución, adquisición y venta de empresas que operan en un simple, estable y tiempo duradero .

Ofrece la **oportunidad** de tener licencia para comenzar un **negocio** utilizando una marca ya consolidada en el **mercado**

Internacionalmente tenemos experiencia en franquicias, industrias y empresas en Venezuela, Guatemala y México, con más de 70 instalaciones funcionando con éxito.



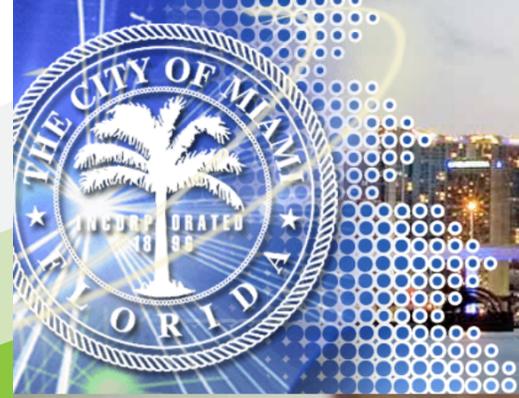
+1 786.866.9001

+ 58 212 335 2573



info@halvaregroup.com

www.halvaregroup.com



Alcalde de la ciudad de Miami, Tomás Regalado

Una Bienvenida a la edición Latinoamérica

Guía de Miami

Como Alcalde de la Ciudad de Miami, es un honor ser parte nuevamente de la reconocida revista NegociosUSA, que representa una verdadera guía para ayudar a todos los que desean aprovechar las oportunidades de negocios que se puedan presentar en los Estados Unidos.

Con el contenido que han integrado en este medio y los interesantes temas presentados en forma de guías, entiendo el impacto que se puede lograr con su difusión ya que es una verdadera herramienta de apoyo para todas aquellas personas que desean saber, no sólo como se puede negociar mejor con los Estados Unidos, sino como aprovechar las oportunidad de negocios que brinda este país, en especial el sur de la Florida y esta ciudad que represento.

El relacionar las posibilidades de visas con oportunidades de inversión es algo que nos alegra ya que pone de manifiesto un camino más para incrementar un intercambio que tan bien hace a todas las partes intervinientes.

Hemos apreciado que los seminarios que organizan ya hace más de 18 años, sobre el tema "Como hacer Negocios con los EEUU" en los que han participado más de 40.000 personas, y que se siguen desarrollando en varios países Latinoamericanos, son una muestra de la importancia de la temática que ustedes desarrollan, conocen y presentan de una forma por demás didáctica.

No puedo dejar de agradecer a los que dirigen este medio el hecho de haber dado un lugar de preferencia a la reciente noticia del lanzamiento del Miami City EB-5 Regional Center y no dudo que a través de este medio van a ayudar a que nuestra iniciativa tome cada día mas impulso.

Desde ya me comprometo a seguir muy de cerca todas las actividades que ustedes llevan a cabo y espero estar presente en el lanzamiento de esta nueva guía ya sea personalmente o por intermedio de alguien de mi equipo.

También estaré a entera disposición para atender cualquier inquietud que surja por parte de ustedes para asegurar un nivel de excelencia en todo lo que nos toque interactuar. ✓

Tomás P. Regalado
Alcalde de la Ciudad de Miami, FL.



OPORTUNIDADES DE INVERSION EN MIAMI

LA GUÍA MÁS COMPLETA Y ACTUALIZADA

Contenidos Edición Latinoamérica

- 3. Alcalde de Miami - Bienvenida
- 5. Palabras de los Directores
- 6. El Editor Ejecutivo
- 7. Entrevista: Willy Gort
- 10. Miami, una ciudad que se adelanta al futuro
- 12. Todo sobre visas
- 16. Guía para lograr el éxito - Errores a evitar
- 22. Guía para la preparación de un Plan de Negocios
- 24. Real Estate
- 26. AmCham
- 27. Un agradecimiento especial
- 28. Bienes raíces como inversión
- 30. Guía para adquirir la Franquicia más adecuada
- 32. Guía para la selección de un Centro Regional
- 35. Segundo edificio con éxito: Riviera Point

- 36. Oportunidad de inversión: área logística
- 40. Una agencia de medios con calidad total
- 42. Sociedades en los Estados Unidos
- 44. Euroconcept: una empresa de vanguardia
- 46. Guía para establecer un negocio. Documentación requerida
- 48. Planificando un negocio en la Florida
- 50. Programa EB-5
- 52. Innovación a través del tiempo
- 55. Beach Polo
- 56. Guía para el buen Golf y FootGolf en Miami
- 58. Guía empresarial para evitar obstáculos invisibles
- 60. Empresas con proyección internacional
- 61. Noticias del ámbito empresarial
- 62. Polo - US Open
- 64. Guía de Coaching Corporativo



Staff

Directores

Ariel Arrocha - Estudio Fuentes y Arballo - Arrocha & Asociados
 Av. Corrientes 457, Piso 9, CABA, C1043AAE, Argentina
 Tel & Fax: (5411) 5031-0770
 aoa@negociosconusa.com.ar
 redaccion@negociosconusa.com.ar | www.fuentesyarballo.com.ar

Jesús Aveledo - Negocios en USA a Law Firm
 201 S. Biscayne Blvd., Miami Center, Suite 905
 Miami, FL 33131 - Tels.: 786-553-9550 / 786-345-1720
 aveledo@cantv.net | aveledo@negociosconusa.com

Mercadeo y Contenidos

Lic. Alfredo Di Sanso
 Director de Revista y programa radial Liderazgo
 Tel (USA) 954-353-0013 - Tel Arg: (15) 5664-0371
 adisanso@negociosconusa.com.ar

Editor Ejecutivo

José Barletta, MS
 Presidente de BarNews Research Group
 Director de la Argentine American Chamber of Commerce
 barletta@barnews.com - T.: 305-867-1661 - Miami, USA.
 Director de Arte: Carlos Calabró, Damián Meligeni

Síganos en:



Negocios USA



@negociosusa

Palabras de los Directores



USA

Jesús Aveledo Urdaneta.
 Aveledo Urdaneta Asociados.
 Abogados Consultores.
 Caracas Tel.: (0212) 266-3257
 USA Tel.: (786) 345-1720
 Email: aveledo@negociosconusa.com

Apreciados lectores, como director de este excelente medio, que se ha convertido en una guía de hacer negocios para la colectividad hispana en los EE UU, quiero darles la más cordial bienvenida a esta nueva

Cada día más latinoamericanos y europeos confluyen para darle ese toque mágico que está tomando de una ciudad cada día más activa.

También quiero destacar el gran trabajo de nuestro Editor Ejecutivo Lic. José Barletta y su equipo de trabajo en especial a nuestro diseñador el señor Carlos Calabró.

Anímense a ser parte de este lugar que los recibirá como parte del mismo, del cual usted también se enamorará y su familia disfrutará de toda la calidad de vida que brinda, los deportes más variados, niveles de conectividad global, y posibilidades reales de crecimiento y expansión de sus negocios.

Nuestros ya 21 años presentando en Latinoamérica nuestro reconocido Seminario Internacional "Como hacer Negocios con los EEUU", aunado a las más de cien mil Personas que han asistido durante estos largos años ayudando a los hispanos a hacer negocios correctamente en esta gran Ciudad, nos llena de orgullo ver que cada día más clientes de la firma, están teniendo gran éxito en sus negocios y expandiendo sus es comentarios y sugerencias para las próximas ediciones.

Les deseo el mayor de los éxitos en sus negocios y cuenten con el apoyo de todo nuestro fabuloso equipo para ayudarlos en sus emprendimientos en esta mágica Ciudad: Miami, la nueva metrópoli de los negocios hispanos.

Hasta una próxima edición. ✓



LATAM

Ariel Arrocha.
 Estudio Fuentes y Arballo - Arrocha & Asociados
 Av. Corrientes 457, Piso 9, CABA, C1043AAE, Argentina
 Tel & Fax: (5411) 5031-0770
 aoa@negociosconusa.com.ar

Estimados Lectores:

Es para mí un verdadero honor acercarle a ustedes esta magnífica publicación creada hace más de 10 años por el Dr. Jesús Aveledo Urdaneta, exitoso abogado, socio de la firma legal Negocios en USA a Law Firm, a la que represento.

habla hispana, es única en su tipo y ha llegado a más de 60.000 lectores y aspira a acompañarlos, mostrarles secretos y fundamentalmente desmitificar ciertos asuntos, deseamos poner luz en los temas que muchas veces oímos, pero esta vez lo escucharemos de voces expertas en sus respectivos meties.

Esta nueva y primera versión para Latinoamérica es mucho más que una revista de interés para quien la tenga en sus manos, es para el lector latinoamericano una verdadera Guía de negocios inversiones e inmigración, que en sus diversos números le aportara conocimiento y experiencias de cuál es el mejor camino para hacer negocios, estudiar o radicarse en los Estados Unidos de Norteamérica, esta guía de

Esta publicación no es mérito de este Director o del Editor, es mérito de las empresas que apoyan, de quienes participan, escriben, se dedican y trabajan para que sea posible, así mismo es avalada por la larga trayectoria de quienes la integran.

Por eso es imposible no agradecer profundamente a mis más estrechos colaboradores, Darío Sokolowski,

amigo entrañable y Director de Grupo SyG, al Lic. Alfredo Di Sanso, quien en su larga trayectoria profesional ha sido empresario, editor y productor de diferentes medios y actualmente conductor del programa radial LIDERAZGO, emitido por la Radio Cadena Eco en el 1220 del dial de AM, el Lic. José Barletta Presidente de Barnews y Miami Oportunidad, así como al Sr. Carlos Calabró, Director de Arte de Barnews y al Sr. Fernando Gonzalo Kalauz. A todos mil gracias por su inmensa paciencia y disposición al trabajo.

Especialmente deseo agradecer su trabajo al Sr. Alcalde de la Ciudad de Miami, Don Tomas Regalado, y a mi estimado Willy Gort, Comisionado de la Ciudad Miami y miembro del Board of Directors de CAMACOL. Ambos realizan una meritoria labor por la Ciudad que los eligió y por la comunidad Latinoamericana. ✓



El Editor Ejecutivo

José L. Barletta, M.S.
Editor Ejecutivo
Presidente Barnews Research Group
Gente de Miami/Gente de Doral

Esta nueva edición de *NegociosUSA* representa un cambio de paradigma en nuestra revista, ya que le dimos un toque especial de Super Guía en la que nos concentramos en recopilar los temas considerados de gran importancia para poner en manos de nuestros lectores todo aquello que no dudamos les va a servir de utilidad para aprovechar mejor las oportunidad de negocios en el área de Miami.

En mi carácter de Editor Ejecutivo de *NegociosUSA*, revista que día a día toma más carácter de guía para los que integran esta red de personas que por distintas razones necesitan hacer negocios y aprovechar oportunidades de inversión en los EEUU, me complace dar una cordial bienvenida.

Para festejar el quinto aniversario de *NegociosUSA* se nos ocurrió en esta oportunidad hacer algo diferente en especial como resultado de un relevamiento que llevamos a cabo con gran parte de nuestros lectores y auspiciantes los que consideraban que había en el mercado muchas guías, pero nada en especial que concentrase todo lo necesario para hacer negocios en Miami.

Ante tal pedido, hicimos un análisis lo más exhaustivo posible y llevamos a cabo reuniones con autoridades gubernamentales locales, empresarios, directivos de bancos, dueños de restaurantes y franquicias, directivos de empresas consultoras y con todos los miembros de la Red de *NegociosUSA* Law Firm, y llegamos a la conclusión que estábamos en condiciones de hacer algo diferente para que llegue a las manos de todas aquellas personas que pensaban no sólo hacer negocios con los EEUU sino residir permanentemente en este país.

Diseñar esta guía, crear su contenido, completar entrevistas y llevar a cabo notas con distintas autoridades del gobierno local, fue una tarea que nos llevó más de cuatro meses de intenso trabajo y nos permitió estar en contacto con gran cantidad de personas de magnífico nivel.

Ante la demanda que se generó a través de la organizada distribución de esta guía, para ser parte proactiva de la misma, este hecho dio lugar a esta nueva edición que lanzamos, y que en esta oportunidad la

mejoramos y sumamos nuevo contenido para que tome más cuerpo y se convierta en un verdadero instrumento de ayuda a la negociación.

Espero que los lectores puedan disfrutar de este nuevo tipo de contenido y además se sientan parte de *NegociosUSA* pensando como la podemos mejorar y de que forma podrían integrarse a la misma, para la próxima edición. Esta "SuperGuía" es para nosotros un medio más de comunicación para fortalecer la red que hemos creado.

Para finalizar me resta agradecer a todos los auspiciantes que tuvieron confianza en esta nueva iniciativa y que hicieron posible su edición y no dudamos que a través de nuestros eventos, nuestra distribución y en los diversos medios en la que *Negocios USA* toma presencia, va a resultar de gran beneficio para todos.

Afectuosamente

José L. Barletta, M.S.
Editor Ejecutivo
Presidente Barnews Research Group
Director Argentine American Chamber
of Commerce of Florida - AACF

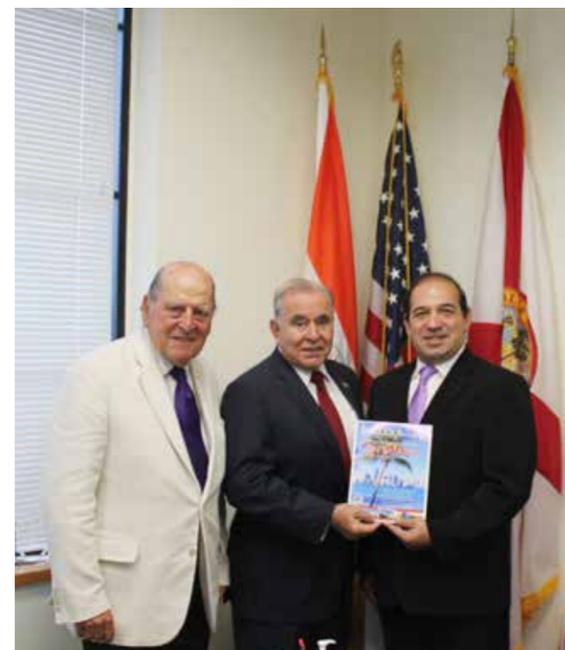


Entrevista con Willy Gort, Presidente del Congreso Hemisférico

Preparada por Jose L. Barletta.M.S., Editor Ejecutivo



Una oportunidad de interactuar en forma directa con representantes de cámaras de comercio de 24 países en menos de tres días. Un viaje virtual con proyectos reales.



A un paso de celebrarse en el nuevo Congreso Hemisférico de Cámaras de Comercio e Industrias de América Latina en la Ciudad de Miami, los primeros días del mes de junio, tuvimos oportunidad de reunirnos con su presidente, Com. Willy Gort, quien acababa de llegar de su misión de Polonia, en su despacho.

Para los directivos de este medio, en especial el Dr. Ariel Arrocha, que viajó expresamente para este encuentro, fue un honor tener la oportunidad de compartir con tan distinguida personalidad, Comisionado Willy Gort, una entrevista en la que nos presentó la iniciativa que él preside y que ya tiene 36 años de vida.

El Comisionado nos explicó claramente, que durante todos estos años el congreso

se fue adaptando a los diversos cambios de paradigmas y en esta oportunidad con la presencia de una delegación especial del Gobierno de Polonia, y otros países europeos, se abre la posibilidad de una nueva dimensión, para ayudar a canalizar para Latinoamérica, mas de 440 millones de euros que se desean utilizar para lograr gran cantidad de intercambios comerciales en especial en el área equipamiento de agricultura.

Durante su último viaje a Varsovia el Comisionado Gort pudo apreciar la gran posibilidad que se abre ante un país como Polonia que juega el rol de "Gateway" de todo Europa similar al de la Ciudad de Miami, con respecto a todos los países de la región.

El Comisionado nos destacó además que en los EEUU hay un mercado hispano en población equivalente al segundo país del mundo de habla hispana y primero en consumo per cápita, donde existen gran oportunidades para exportar e importar bienes y servicios.

Al matchmaking que se lleva a cabo con todo el equipo organizador del evento, concurrirán 22 países de Latinoamérica, más representantes de Polonia, España, China, Portugal, Gran Bretaña, India, Turquía y otros. Además el Comité Asesor de Compras de CAMACOL representado

por empresas minoristas estarán presentes en el Congreso activamente concediendo entrevistas a participantes que lo soliciten.

El Comisionado Willy Gort nos explicó que una vez concluido el congreso y después de su evaluación y preparación del informe final, se comienza con gran ímpetu a preparar el próximo, que es número 37, y que se va a desarrollar precisamente en Polonia.

Pudimos apreciar en la agenda prevista y las personas registradas, el nivel de los participantes y la presencia de este evento en todos los medios, y como el mismo despierta interés a nivel mundial, de ahí que son varios los países que se postulan para lograr ser sede del mismo, como es el caso de Bolivia para el 2017 y China para el 2018. Para la última parte del 2015, está prevista una reunión en Panamá, del 27 al 29 de Septiembre, de la Secretaría Permanente del Congreso Hemisférico, oportunidad donde se fijarán las pautas sobre el evento del 2016 en el lugar ya mencionado.

Nosotros le explicamos al Comisionado Gort, aparte de agradecerle la entrevista brindada, que para nuestra revista *NegociosUSA* versión latinoamericana, que se lanzará a mediados del mes de mayo en un evento en Argentina para 700 participantes, que es un lujo poder de alguna manera ser parte proactiva de esta iniciativa tan importante para el desarrollo de nuestros países, y ayudar a difundirla al máximo y no dudamos que como parte de nuestra distribución en todos nuestros eventos en varios países de la región, se despertará aún más interés por seguir de cerca el desarrollo de esta tan emblemática reunión, que es el Comité Hemisférico.

ENTREVISTA

MAS DE 20 AÑOS BRINDANDO SERVICIOS DE INMIGRACION Y NEGOCIOS CON LOS ESTADOS UNIDOS



Nos especializamos en Gestión de todo tipo de inversiones y aseguramos encuadrar las mismas en el marco legal más adecuado. Atendemos requerimientos de los más variados tipos de visas y nuestros 20 años de experiencia en esta área brindando excelentes resultados nos da un poder diferenciador exclusivo e inigualable.

Una Red de Profesionales a su servicio.

Está integrada por las máximas autoridades de las siguientes reconocidas empresas y organizaciones internacionales que ofrecen variados servicios a todo tipo de inversores.



Impuestos y Negocios

Todo lo que debe saber de impuestos si hace negocios con los Estados Unidos.



Invertir en Nuevas Oportunidades
Especialista en el Programa EB-5. Los proyectos más reconocidos, sólidos y prácticos. Le ayudamos a aprovechar la mejor alternativa para obtener una Residencia Permanente.



Descubre tu Potencial y tu Mundo.
Ofreciendo la mejor alternativa Universitaria. Aprendizaje con visión de Negocios Internacionales. Ofrecemos programas de Intercambio de Estudiantes Extranjeros.



Uniendo empresarios con franquicias.
Le ayudamos a buscar la mejor alternativa y le acompañamos durante todo el proceso hasta ponerla en plena operación.



Cada día más cerca de nuestra gente.
Servicio integral de Inversiones inmobiliarias. Compra y Ventas de Negocios y Franquicias, préstamos hipotecarios, Seguros de Patrimonio e Internacionales, Administración de Propiedades.

Creadores de la revista de inversiones más reconocida en Latinoamérica "Negocios USA" y del seminario internacional "Como Hacer Negocios con USA"

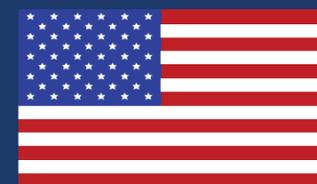


Estudio Fuentes y Arballo - Arrocha & Asociados
Av. Corrientes 457, Piso 9, CABA, C1043AAE, Argentina
Tel & Fax: (5411) 5031-0770
aoa@fuentesyarballo.com.ar | reuniones@negociosconusa.com.ar
www.fuentesyarballo.com.ar / www.negociosconusa.com.ar



COMO HACER NEGOCIOS CON U.S.A
WWW.NEGOCIOSCONUSA.COM.AR
DOING BUSINESS WITH U.S.A

ABOGADOS CONSULTORES EN INMIGRACIÓN Y NEGOCIOS CON LOS E.E.U.U.



DOMESTIC & WORLDWIDE LEGAL SERVICES

NEGOCIOS EN USA

A LAW FIRM

ABOGADOS CONSULTORES DE INMIGRACIÓN Y NEGOCIOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

MIAMI • CARACAS • BUENOS AIRES

¿QUIERE ESTABLECERSE EN ESTADOS UNIDOS?

Nuestro equipo de profesionales trabajará 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: **Cómo hacer Negocios con Estados Unidos**

Miami: 201 S Biscayne Blvd- Suite 905
Miami Center - Miami, FL 33131
Tel: 786-272-7100 - Fax: 786-279-0001
Email: info@negociosuslawfirm.com

Caracas: Centro Letonia, Torre ING Bank, Piso 10, Of. 103
Av. Eugenio Mendoza, La Castellana, Caracas, Venezuela
Tels: (58-212) 266-3257 / (58-212) 335-4329
Directos: (0212) 335-4465 / (0212) 335-5428 / (0212) 335-5429

www.negociosconusa.com

Miami. Una Ciudad que se adelanta al futuro

Por José L. Barletta M.S.
Presidente
BarNews Research Group
y Miami Oportunidad

Entrevista con el Honorable Alcalde Tomás Regalado

El equipo directivo y creativo de la revista Negocios USA, versión local y latinoamericana fue recibido en su despacho por el Alcalde de la Ciudad de Miami, Honorable Tomás Regalado a fin de explicarle el alcance de este medio, del que ya se han distribuido más de 60.000 ejemplares desde su creación hace seis años.

Aprovechando su amabilidad, se vio la oportunidad de entrevistarlo para hacer llegar un mensaje directo de su parte a todos los lectores de esta guía que participan en los eventos que conducimos en diferentes países ante potenciales inversores.

Estuvieron presentes en esta oportunidad, el Alcalde, su colaborador inmediato Dr. José Caló, quien tuvo a su cargo la organización de esta reunión, el Dr. Ariel Arrocha que viajó expresamente desde Argentina para esta ocasión, el Dr. Jesús Aveledo, creador del Seminario "Como hacer Negocios con USA" donde se reparte esta revista y en la que han participado más de 50.000 personas y el suscrito en su carácter de editor ejecutivo de este medio.

Durante su presentación el Alcalde se comprometió a seguir muy de cerca todas las actividades de esta nueva revista especializada con gran impacto

en el mundo de los negocios, para estar a disposición para cualquier apoyo que necesiten y garantizó que siempre ya sea personalmente o por intermedio de alguien de su oficina iba a estar listo para atender cualquier inquietud que surgiese para asegurar un nivel de excelencia en todo lo que nos toque interactuar con nuestro equipo.

Con magnífica claridad y elocuencia, el Alcalde nos explicó su visión de Miami 2020, y de lo que significa esta ciudad a nivel mundial en base a su ubicación, sus instalaciones, sus edificios, sus proyectos y sus mega obras.

Con una mención del impacto de las nuevas instalaciones portuarias, la importancia de que la ciudad es una



José Caló, Jesús Aveledo, Ariel Arrocha, Tomás Regalado, José Barletta

de las que posee el mayor tráfico de cruceros del mundo. Con el movimiento de turistas que llegan al Aeropuerto Internacional, uno de los más activos del país e inclusive del mundo, muchos

de los cuales lo hacen para instalarse en esta ciudad.

La capacidad hotelera, a la que se le suman 14 nuevas construcciones, tienen un promedio de ocupación en el entorno del 90% esto es una muestra del crecimiento programado que estamos viviendo y adelantándonos de varias maneras al futuro.

Con orgullo nos comentó que nada menos que el Mercado de San Miguel, uno de los centros culinarios más reconocidos a nivel mundial y que tiene 180 años de vida en el centro de la Ciudad de Madrid, llegará este año para instalarse en nuestra ciudad por un periodo de tres meses. Este mercado donde los productos que ofrecen son la clave, viene acompañado con una programación de eventos en general y no dudamos que este, conjuntamente con el Centro Culinario Internacional, dejarán un gran impacto en la ciudad.

El Mercado de San Miguel es una iniciativa con todas las ventajas que representa la pluralidad gastronómica española.

No podía estar ausente en su presentación el sueño de David Beckham y su mega proyecto de instalar un estadio de fútbol en la ciudad. Después de varias vicisitudes se está próximo a llegar a un acuerdo que va a permitir a Miami contar con otro centro de entretenimiento nivel mundial.

En cuanto a obras próximas a inaugurar, especialmente antes de finalizar el corriente año, el tan esperado Brickell City Center, una mega obra con más de un millón de pies cuadrados, que aparte de ser un orgullo arquitectónico para Miami, se va a convertir en una de las más emblemáticas atracciones turísticas. Con este proyecto se crearon 1700 puestos de trabajo por el término de 4 años, 240 habitaciones en el hotel, 780 condominios, 90 habitaciones de servicios, y para algunos, lo más importante, 2600 espacios para estacionamiento. Para la ciudad esta construcción le significa más de 15 millones de dólares en recaudación permisos e impuestos.

Habló también de la Torre Panorama, la más alta del sur de la Florida, con un costo de 700 millones de dólares, con un diseño del reconocido desarrollista, Ingeniero Tibor Hollo. En relación a esta construcción el Alcalde Tomás Regalado nos comentó que la policía de la ciudad tuvo a su cargo uno de los operativos más impresionantes y grandes del mundo, al organizar el movimiento de ciento de camiones cementeros que durante tres días y en forma ininterrumpida debían colocar cimientos de esta magnífica y emblemática obra que tanto enorgullece a la ciudad.

Ante nuestra pregunta sobre el Sky Rise, el Alcalde nos explicó, que Jeffrey Berkowitz, fue el desarrollador de esta obra, el edificio de más altura en la Florida, de un costo de \$430 millones. Este proyecto fue aprobado en el mes de agosto del 2014. Cabe destacar que previo a esta aprobación había sido unánimemente aceptado por la comisión en junio del mismo año.

El atractivo diseño fue concebido por un grupo que estuvo relacionado con otras obras de nivel mundial como son el caso de: One World Trade Center en New York City, Museo Guggenheim en Bilbao, España y el Shanghai Center, China; aparte de otras.

El alcalde durante la entrevista, habló también de la Ciudad como centro de eventos musicales reconocidos internacionalmente, de la clásica Fórmula 1 "E", exitoso evento que se llevó a cabo en el mes de marzo pero con el que se firmó un acuerdo por cinco años, después del gran suceso logrado.

Educación, cultura, deportes y sus



increíbles playas, siguen sumando elementos a esta ciudad que toma el matiz de exclusiva y que se sigue adelantando al futuro por todo lo que está ocurriendo en la misma y sus alrededores.

Finalmente se agradeció tan excelente presentación de lo que llamamos Miami

2020, que se trató de resumir en esta nota.

Prometimos que el primer número de nuestra revista NegociosUSA Versión Latinoamericana sería especialmente reservada para el Alcalde de la Ciudad y entregada en forma personal a la brevedad posible. ✓

TODO SOBRE VISAS

INTRODUCCION

CASOS PRACTICOS - La guía más completa de alternativas.



Preparado por
Fernando M. Socol, Esq.
Managing Partner
Abogado de Inmigración
Negocios En USA - A Law firm
Tel: (786) 272-7100
Email: fsocol@negocios-enusa.com

Como es habitual en nuestra guía que representa NegociosUSA, tratamos de dar de la forma más detallada posible los diferentes caminos que existen en la actualidad las personas que desean instalarse en este país con sus familias, al mismo tiempo que hacer negocios. Todos sabemos que se necesita una visa para ingresar a los Estados Unidos, las mismas que se deben expedir en los consulados y en las embajadas.

A continuación detallamos las que a nuestro criterio son las "Visas" más accesibles y que hemos seleccionado en base a nuestros 15 años de experiencia atendiendo distintos tipos de pedidos y habiendo participado en más de 2.500 casos concretos en los que se lograron obtener las mismas.

Hay dos tipos fundamentales de visas: de inmigrante para personas que tienen intención de vivir en los Estados Unidos y visas de no inmigrante, para personas con residencia permanente fuera de los Estados Unidos pero que desean residir en este país de forma temporal.

En resumen las visas detalladas son las siguientes:

Tipo de Visas	Breve descripción
H1B	Para profesionales
L1	Para transferencia de empleados Residencia por empleo
F1 y M1	Para estudiantes
E	En base a Tratados Bilaterales (Amistad comercio y navegación)
EB-5	Para Programa de Residencia Permanente para inversionistas

Visa H1B - Profesional

La visa de no inmigrante H1B, llamada también visa de profesional, debe ser solicitada por una empresa estadounidense que desee contratar los servicios temporales de un profesional que tenga un título 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 solicitada ante el Servicio de Inmigración 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 el proceso en el Servicio de Inmigración.

- 1. He trabajado durante muchos años como gerente de diferentes empresas en mi país. Soy administrador, egresado de una importante universidad, pero nunca obtuve mi grado universitario ni mucho menos el título de profesional de licenciado en administración. ¿Puedo obtener una visa H1B?**
Para obtener la visa se requiere poseer un título universitario (cuatro

años de estudio) o su equivalente en nivel de experiencia profesional documentada. Por lo tanto, usted puede suplir su deficiencia de nivel académico con años de trabajo. En los Estados Unidos hay empresas que evalúan sus credenciales, experiencia y estudios para determinar cuál es su valor profesional y ver si se ajusta a los requerimientos de esta visa. Su abogado de inmigración lo puede orientar al respecto.

- 2. ¿Hay profesiones deficitarias en los Estados Unidos?**

Ciertamente. Así se llama a las profesiones con más demanda que oferta de mano de obra. Hace un par de años, por ejemplo, el Congreso de los Estados Unidos autorizó ampliar el número anual de visas en la categoría H1B, para atender la creciente demanda de profesionales en tecnología de la informática. Hay otras profesiones que han sido históricamente deficitarias en los Estados Unidos, tales como la de enfermería y la fisioterapia. Aún así, una ley reciente del congreso redujo drásticamente, a la tercera parte, el número de visas H1B disponibles para el año fiscal 2006, pasando de 195 mil que se daban como cupos anteriormente a tan sólo un aproximado de 65 mil.

- 3. He venido con visa de turista, pero quiero explorar la posibilidad de que una empresa solicite una visa H1B para mí. ¿Puedo hacerlo?**

Puede hacerlo, y de hecho, esa es una forma inteligente de aprovechar su visa de turista. Usted puede contactarse con empresas que pudieran estar interesadas en sus servicios profesionales. Recuerde que es una empresa la que debe pedir la visa H1B para usted, no usted directamente. Tenga a la mano su título profesional y una copia traducida oficialmente al inglés, además de copias en inglés de cartas de referencia y experiencia, libros o artículos publicados por usted y certificados de participación en seminarios y conferencias sobre su especialidad.

Usted debe presentar documentación suficiente que acredite su preparación y experiencia profesional. Si la empresa decide solicitar una visa para usted, póngase de acuerdo de antemano con su futuro empleador sobre cómo serán pagados los honorarios profesionales de los abogados de inmigración. Normalmente esos gastos son asumidos por ambas partes o de común acuerdo entre usted y su empleador.

- 4. Una empresa ha pedido una visa H1B para mí. ¿Qué debo hacer por ahora?**

Esperar. El abogado que hará este trámite para su futuro empleador se pondrá en contacto con usted y su empresa tan pronto reciba la carta aprobatoria del servicio de inmigración. Esto puede demorar unos seis meses o más.

Si usted está amparado aún por su visa de turista, es decir, aún está autorizado para permanecer en los Estados Unidos según lo indica su tarjeta I-94 cuando la solicitud es presentada, puede esperar a que el trámite se complete en los Estados Unidos, aunque su I-94 caduque durante la espera. Si los plazos se cumplen a tiempo no será necesario salir de los Estados Unidos para cambiar su status de visitante temporal a trabajador temporal. En su próxima salida de los Estados Unidos sí deberá obtener el sello de la visa correspondiente en su pasaporte en el consulado estadounidense que le corresponda según su país de origen.

- 5. ¿Qué pasa si debo salir de los Estados Unidos antes que inmigración haya aprobado mi solicitud de visa H1B?**

En ese caso deberá esperar fuera de los Estados Unidos hasta que el CIS apruebe o no su solicitud.

- 6. Una empresa quiere contratarme con urgencia. ¿Cómo puedo hacer para acelerar el trámite?**

Su empleador puede solicitar al Servicio de Inmigración un proceso de habilitación o premium processing que reducirá el trámite a 15 días calendarios, en lugar de los seis meses que toma en promedio el trámite regular, y a un costo adicional de US \$ 1,225.00 (mil dólares americanos).

- 7. Debo volver a mi país a esperar allí la aprobación de mi visa H1B. ¿Qué debo hacer?**

Su abogado se comunicará con usted cuando inmigración haya aprobado su H1B y le hará llegar el documento res-



pectivo, denominado I-797. Con dicho documento usted deberá solicitar que le sellen su visa H1B en el pasaporte ante el consulado estadounidense de su país. No haga preparativos de viaje, ni renuncie a su empleo o compre pasajes en tanto que el consulado no le selle la visa H1B. Recuerde: aunque el Servicio de Inmigración de los EEUU haya aprobado su petición, es competencia y atribución del funcionario consular norteamericano de su país de origen, decidir si le concede o no la visa. Igualmente, aunque ya tenga la visa, es competencia y atribución del inspector de inmigración en el aeropuerto norteamericano decidir si usted es o no es admisible en los Estados Unidos. Las decisiones en su momento, de varios funcionarios, son definitivas.

- 8. ¿Por cuánto tiempo es válida la visa H1B?**

Se puede pedir por tres años y puede ser renovada por otros tres más, pero a los seis años concluye. Recuerde que esta es una visa de carácter temporal. Sin embargo, si usted tiene un trámite de residencia pendiente por un año o más, es posible solicitar la extensión de la H1B por un séptimo año. También puede empezar el trámite para obtener un labor certification (certificación laboral) mientras esté vigente su H1B.

- 9. ¿Qué ocurre con mi esposa y mis hijos?**

Su cónyuge e hijos pueden solicitar una visa H4. Ellos podrán vivir, estudiar, entrar y salir de los Estados Unidos pero no podrán trabajar. Sus hijos podrán ir a la escuela. La visa H4 será válida en tanto su H1B esté vigente y sus hijos sean menores de 21 años. Si su cónyuge también es profesional y califica bajo los requisitos que hemos explicado, puede buscar un

empleador que le ayude a conseguir su propia H1B y cambiar de status legal a una visa H1B que le permita también trabajar. Recuerde: sus hijos sólo mantendrán su estatus hasta cumplir los 21 años y mientras continúen solteros.



10. ¿Qué pasa si decido cambiar de empleador?

En ese caso su nuevo empleador deberá hacer el trámite respectivo ante inmigración. En este caso, aplicarán las mismas condiciones y requisitos de cuando solicitó la visa H1B por primera vez.

11. ¿Qué pasa si mi empresa cierra o hay despidos y no consigo otra oferta de empleo similar?

Su empleador está obligado, por ley, a notificar a inmigración de cualquier cambio de esta naturaleza, y si usted no consigue otro empleador interesado en auspiciar su contratación, se quedará sin su visa H1B y será notificado para salir de los Estados Unidos en un breve

plazo. Tenga en cuenta que con una visa H1B usted sólo puede trabajar para el empleador que pidió su visa.

No puede utilizar esta visa que le otorgó un empleador para trabajar en otra empresa. Una visa de profesional no es un permiso de trabajo. Si su empleador da por concluido el contrato de trabajo antes de que expire la validez de su visa H1B, deberá ayudarlo, por ley,

a cubrir sus pasajes de regreso, a no ser que usted se reubique.

12. ¿Puedo obtener residencia permanente con una visa H1B?

Si bien la H1B es una visa temporal, usted puede iniciar los trámites para obtener un labor certification (certificación laboral), si se dan las condiciones, mientras trabaja con esta visa, y eso sí le permitirá obtener la residencia permanente si usted logra calificar o hacer su certificación laboral. Es importante que sepa que la visa H1B es de carácter temporal.

13. Teniendo una visa H1B, ¿puedo obtener licencia de conducir y tarjeta de seguro social?

Sí. Su tarjeta de seguro social, que utilizará entre otras cosas para abrir cuentas bancarias, establecer su crédito y pagar impuestos, llevará anotada una restricción de validez, de acuerdo a la vigencia de su visa. Su licencia de conducir, si es emitida en el estado de la Florida, tendrá la misma vigencia que su visa.

14. Soy enfermera. ¿Es cierto que hay una visa profesional, tipo "H", especial para mí?

Esta clasificación expiró el 20 de diciembre de 2009.

Usted como enfermera puede obtener una visa H1C. El procedimiento para obtenerla, en general es parecido al de la H1B; un empleador deberá cumplir con una serie de requisitos muy rigurosos para poder ejercer como enfermera en los Estados Unidos, entre ellos aprobar el examen de suficiencia en inglés y obtener licencia estatal para poder ejercer su profesión.

La visa H1C tiene validez por tres años y no es renovable.

un empleado L no necesita demostrar que tiene una residencia extranjera pero sí que su permanencia será temporal.

La persona trasladada puede continuar recibiendo remuneración por la compañía matriz, subsidiaria, afiliada o sucursal ubicada en el exterior.

¿Cómo obtiene la compañía una visa L-1 para sus empleados?

Debe ser presentada una solicitud a la oficina regional del Servicio de Inmigración que tenga jurisdicción donde esté la empresa que ofrece el empleo. La petición inicial puede ser otorgada por el período de tres años, con excepción de la compañía que está abriendo una nueva oficina en Estados Unidos, pudiendo ser renovada cada dos años hasta alcanzar el máximo de estadía permitida. Las nuevas oficinas están limitadas a un período inicial de doce meses y las extensiones dependerán del rendimiento de las mismas. Una vez que la petición esté aprobada, el empleado puede aplicar a una visa L-1 en el consulado americano ubicado en el país extranjero. Si el empleado se encuentra en Estados Unidos y mantiene su estatus legal, puede aplicar para el cambio de estatus en Estados Unidos.

A los cónyuges e hijos menores de 21 años solteros de los empleados transferidos se les pueden otorgar las visas L-2. El portador de la visa L-2 hoy en día puede solicitar una autorización o permiso de trabajo para laborar en Estados Unidos. También la persona con un estatus de visa L1 y L2 puede estudiar en ese país sin necesidad de solicitar visa de estudiante. El titular de una visa L2 que sea hijo de un titular de visa L1, puede perfectamente estudiar en Estados Unidos, inclusive en escuelas públicas.

¿Qué empleados califican para una visa L-1?

Los empleados que son transferidos o trasladados a una compañía subsidiaria o afiliada tienen que ser ejecutivos, gerentes o empleados con conocimientos especiales.

La definición de gerente denota a un empleado que desempeña o ejecuta una función especial de la compañía dentro de una organización calificada. Los empleados con conocimientos especiales deben tener conocimientos especiales sobre el producto, los servicios, las investigaciones, los equipos, la administración o algunos otros aspectos,



así como su aplicación a los mercados internacionales, o un conocimiento avanzado o de experiencia en el proceso o procedimiento de la organización.

Clasificar al empleado en la categoría adecuada es importante, particularmente si la compañía quisiera en un futuro patrocinar al empleado para la residencia permanente. Un requisito clave para todos los empleados es haber sido un empleado continuo en el extranjero para el empleador, por el período de un año dentro de los tres años precedentes a la solicitud para la admisión dentro de los Estados Unidos de dicho empleado.

Visa L1

Traslado de ejecutivo internacional.

Esta clase de visa está disponible para ejecutivos (L1-A) o trabajadores especializados (L1-B) de empresas internacionales que son enviados temporalmente a los Estados Unidos para hacerse cargo o establecer una subsidiaria, sucursal o afiliada.

El trabajador en cuestión debe haber estado trabajando y en la nómina de la empresa que lo propone para un traslado a los EEUU, por lo menos un año en la empresa principal durante los últimos tres años. A diferencia de la H1B, esta visa no está sujeta a una cuota máxima anual de emisión como ocurre con la categoría de visas H1B. La visa L1 también puede ser un camino para obtener la residencia permanente.

Soy supervisor de ventas de una empresa exportadora desde hace más de tres años. Mi empresa desea que yo me establezca y me haga cargo como gerente de una oficina en los Estados Unidos.

¿Califico para obtener una visa L1?

Sí, pero su empresa deberá cumplir con una serie de requisitos para poder

auspiciarlo, tales como presentar reportes anuales, carta de fundamentación para su contratación, indicando vigencia de su contrato, salario, responsabilidades, contrato de alquiler de oficina, entre otros documentos que serán requeridos, tanto de la empresa en los EEUU como su empresa local.

¿Qué importancia tiene el nivel del puesto que va a ocupar el empleado que será trasladado a los Estados Unidos?

Es muy importante, porque la ley establece, para esta clase de visa, sólo tres niveles de puestos: gerente, ejecutivo o trabajador especializado.

¿Mi empresa debe ser muy grande para poder solicitar una visa L-1 para mí?

No necesariamente, pero una empresa pequeña con muy poco personal, poco mercado y bajo volumen de ventas se encontrará con serias dificultades que no tendrá una empresa con una facturación grande, muchos empleados y representación en varios países, y ciertamente le será más difícil renovar la visa a una empresa pequeña.

¿Qué visas obtienen mi esposa y mis hijos?

Ellos califican por una visa L2, que les permite vivir, estudiar, entrar y salir de los Estados Unidos, e incluso su esposa puede trabajar si solicita la autorización correspondiente al Servicio de Inmigración. Sus hijos podrán asistir a la escuela mientras usted conserve vigente su visa L1.

¿Qué duración tiene una visa L1?

La primera vez que se solicite, si su empresa recién se está estableciendo en los Estados Unidos, se la otorgarán por un máximo de un año. La visa L1-A puede renovarse sucesivamente por períodos de dos años, hasta un máximo de siete años. La L1-B es también renovable por períodos de dos años, pero por un máximo de cinco años.

¿Qué pasa si mi empresa quiere cerrar la subsidiaria en la que yo trabajo?

Si eso ocurre, su visa L1 y las L2 de su esposa e hijos serán canceladas de inmediato. Sin embargo, antes de que eso pase, usted tiene la posibilidad de cambiar, por ejemplo, a una visa H1B si una empresa le ofrece empleo y usted califica para esa visa, según lo explicamos antes.

Visa L-1 - Transferencia de empleados entre compañías.

Visas más utilizadas para transferencias de empleados a los Estados Unidos, qué camino tomar.

¿Cómo enviar a mis empleados, directores o gerentes de mi empresa en el extranjero a Estados Unidos?

La forma más utilizada y práctica de residir en Estados Unidos.

¿Cuánto tiempo pueden estar con una visa L-1?

La visa L-1 es una visa temporal con limitaciones específicas en lo que concierne a los períodos de permanencia en Estados Unidos.

* Si el empleado califica como gerente o ejecutivo, puede permanecer en Estados Unidos por un período de hasta siete años.

* Si el empleado es clasificado bajo la categoría de conocimientos especiales, puede permanecer en Estados Unidos por un período de hasta cinco años.

Categoría de visa L-1

Generalmente la categoría de visa no inmigrante L-1 es más útil para las compañías matrices, subsidiarias,

afiliadas o sucursales en el exterior que necesitan trasladar empleados extranjeros a Estados Unidos con capacidades ejecutivas, gerenciales o de conocimientos especializados.

La persona trasladada entre compañías con conocimientos especializados, por lo general entra a Estados Unidos con una visa válida por tres (3) años, a menos que la compañía sea nueva en Estados Unidos, en cuyo caso la visa es emitida por un año. La permanencia puede extenderse a un máximo de siete (7) años contando el período inicial.

La visa es muy flexible y le permite al empleado viajar sin problemas dentro y fuera de Estados Unidos. Además de esto,



Guía para lograr el éxito

...a la hora de hacer negocios en Miami.



Los principales errores que se deben evitar

Preparado por: Jesus Aveledo Urdaneta.
Aveledo Urdaneta Asociados. - Abogados Consultores.
Caracas Tel.: (0212) 266-3257
USA Tel : (786) 345-1720
Email : aveledo@negociosconusa.com



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 EE.UU., no subestime ciertos errores aunque le parezcan tontos; lamentablemente muchas personas los cometen cuando dan sus pasos iniciales para establecerse en ese país.

1 **No usar asesoramiento profesional.**

Es importante seleccionar a los profesionales que lo van a ayudar a usted y su empresa a la hora de establecerse en los EE.UU. No corra riesgos, busque a los profesionales más experimentados que le muestren cómo obtener el mejor provecho de la curva de aprendizaje que ya han vivido otros inmigrantes o empresarios. Estos profesionales van a ayudar a que se establezca correctamente usted, su empresa y su familia.

2 **No obtener un estatus legal.**

Su estadia legal en los EE.UU. 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 EE.UU. 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 EE.UU.

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 EE.UU., 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.

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.

14 **No ordenar adecuadamente el negocio.**

Muchos inversionistas y personas de negocios que se instalan en EE.UU., 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.

18 **Soñar demasiado con el 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".

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.



21 **No sea usted el "conejillo de indias".**

Muchas veces llegan clientes a nuestras oficinas con ideas maravillosas que no le son propias. Se trata de negocios que otros descartaron establecer en los EE.UU., pero que ellos quieren experimentar en carne ajena. Usted tendrá muchos asuntos importantes que llevar adelante en USA, para traer adicionalmente la carga de un concepto externo, que le es ajeno, y que aún no ha sido probado exitosamente en este país.

22 **Confiar en los que tienen el Síndrome del "Devuelto".**

Cuidado se encuentre usted con algún personaje de esos que -lamentablemente- por no hacer las cosas correctamente en este país, anda tratando de convencer a otros de que desistan de la idea de establecerse en los EE.UU.

23 **No detectar los Negocios muy personalizados.**

Tenga mucho cuidado con el negocio que usted vaya a comprar en este país.

Durante todos estos años asesorando a empresarios y emprendedores latinoamericanos, hemos visto en muchas oportunidades, personas que compran negocios que dependen estratégicamente de su dueño, es decir, su dueño actual es el alma de ese negocio, y si esa persona clave es reemplazada, el negocio podría dejar de funcionar.

24 **Comprar un negocio a ciegas.**

Uno de los errores más graves y comunes es comprar un negocio en los EE.UU. sin ser asesorado por los profesionales de la materia. Siempre tenga a su lado a su abogado y a su contador, y haga una investigación profunda de las cuentas de ese negocio.

Verifique que no tenga deudas con los proveedores, demandas, etc. o que ese negocio no esté dando los rendimientos que supuestamente le atribuyen. Tenga mucho cuidado de no valerse de personas que no estén calificadas como corredores de negocios. Evite hacer negocios con familiares o amigos.

25 **No leer las letras pequeñas de los contratos.**

EE.UU. es un país muy riguroso en materia de leyes, los norteamericanos están acostumbrados a su sistema judicial y a demandar ante cualquier situación legal que les sea inconveniente. Por esta razón, no firme nada sin consultar con su abogado.

26 **No escoger un equipo ganador.**

Rodéese de los mejores profesionales. Como en cualquier competencia, usted necesita un equipo ganador. Únase a ese equipo y que sean ellos quienes lo asesoren.

27 **Tenerle miedo a la crisis.**

Las crisis son la otra cara de las oportunidades. No tenga miedo de las crisis, pues ha sido en estos períodos de crisis donde más dinero se ha hecho en este país. Utilice su olfato de negocios, y el de sus asesores, pues muchas veces durante estas coyunturas surgen los momentos de tomar el riesgo.

28 **Desconocer que usted está a un paso de la idea de un millón de dólares.**

Así como lo escucha; en este maravilloso país, el país de las ideas y de los inventos, quizás usted esté a una idea suya de ser millonario. Imagine que su producto -que vale un dólar- usted se lo pueda vender a 300 millones de personas ¡Anímese!

29 **No reconocer que se está nadando con Tiburones.**

Si. En este país enfrentará mucha competencia. Usted estará todos los días compitiendo, estará nadando con tiburones. Está preparado, pues este es un país de inmigrantes y cada uno viene lo mejor preparado que puede para nadar en un mar con otros peces muy competitivos y sagaces.

30 **No pensar localmente y actuar globalmente.**

Si piensa en el potencial que tiene su negocio, piense también en cuanto usted lo puede hacer crecer.

No se quede sólo en su nicho, no se quede sólo en su aldea de comodidad. Salga de ese espacio mental y vea hasta dónde tiene su negocio potencial de crecimiento, qué tan lejos podría llegar y expandirse. Es allí donde encontrará usted lo grande que puede ser su negocio.

31 **Tener el Síndrome de la Alfombra roja.**

En ningún país del mundo donde usted piense radicarse lo van a recibir con una alfombra roja, mucho menos en los EE.UU. En este país usted debe ganarse su nombre y su estatus, trabajando duro y fuerte. Este es el país de las oportunidades que lo espera para que usted dé lo mejor de sí.

32 **No tener cuidado de profesionales que aprenden de cliente en cliente.**

Usted debe estar muy atento en contratar siempre abogados y personas calificadas para que lo asesoren. Tenga mucho cuidado con aquellos pseudo-profesionales que van aprendiendo con ensayo y error de cliente en cliente. Usted está comprando la curva de la experiencia, así que cuide que sus asesores sean personas que ya tengan años de experiencia, pues usted va a comprar esa experiencia y ese profesionalismo. Investigue primero quienes serán sus asesores.

33 **No Sirve a control Remoto.**

Muchas veces se nos acercan personas que quieren hacer negocios en los EE.UU., pero que tienen la enfermedad del control remoto, o sea no quieren moverse ni invertir energías y tiempo en ellos mismos y sus proyectos de vida y de un mejor futuro hacer las tareas que no harán otros por ello, créame a control remoto sentado desde su casa en Perú, no va a encontrar el negocio ni la forma de establecerse en los EE.UU., usted mismo debe poner en marcha su plan.

Melvin era un excelente empresario chileno, quien soñaba con expandir sus negocios a la Florida, pero pensaba siempre que su control remoto desde Santiago lo lograría, Imposible Melvin,

tienes que aparte de la asesoría que te den tus abogados debes venir a la Florida y palpar por ti mismo el ambiente de los Negocios y de tu futura competencia, deje el control remoto para ver tus partidos de Football, no para los Negocios, los Negocios se hacen in situ.

34 **¡Doctor Consígame el Negocio Perfecto!**

Créame usted algo muy certero mi querido amigo lector, el día que yo consiga el Negocio Perfecto dejo de trabajar, y saben por qué, porque el Negocio perfecto no existe, así que ahora es que tendrá que trabajar si quiere establecerse en la Florida o en los EE.UU. así que póngase en marcha, no hay negocio ideal ni tampoco nadie lo vende, así que deje de buscar el Negocio Perfecto y consiga el Negocio que más se adapte a su estilo de vida y gustos y lo más importante al estilo de su bolsillo, o sea de cuánto realmente dispone para invertir.

35 **No Busque el Socio Ideal: Prefiera un socio adecuado que uno ideal.**

Uno de los temas que le gusta comunicar a quienes aspiran a ser emprendedores es la importancia de conseguir el compañero adecuado.

Creo que el socio ideal no existe pues se trata de una ilusión con una fuerte carga de subjetividad y sugiero que se enfoquen en la búsqueda del que sea apropiado. Recuerde: el socio ideal no existe o muy difícilmente lo va a encontrar.

Muchos de ustedes esperan encontrar un socio ideal. La mala noticia es que no existe y la buena noticia es que si se hace correctamente la tarea de selección aumentan las probabilidades de asociarse con un profesional serio, interesado en trabajar para que el proyecto cumpla los objetivos planteados.

A la hora de elegir un accionista para un emprendimiento, hay que tener presente los requerimientos básicos que este debe cumplir.

36 **El Tiempo y el momento perfecto es Ahora**

El mejor momento para plantar un árbol fue hace 20 años atrás. El segundo mejor momento de plantar un árbol, es ahora, así que la oportunidad la tiene usted ahora en sus manos y

en su mente, no piense que sólo tiempos pasados fueron mejores, aproveche los ciclos económicos.

37 **El Síndrome del Control Remoto.**

Hay algunas personas que piensan que todo se hace a control remoto, esto es así, Doctor búsqueme el mejor negocio en Miami, yo no quiero salir de mi Chile natal, sin el mejor negocio de Miami en la mano, pues olvídese desde Santiago de Chile, usted escasamente tendrá posibilidades de evaluar el mejor negocio de Miami, aquí no hay control remoto que valga, embárguese en el primer avión con destino a Miami, busque los mejores abogados, los mejores asesores de Franquicias, los mejores corredores de Negocios en marcha, y empiece a visitar negocios, aquí la comodidad de su sofá no vale, llegó la hora de patear y recorrer la calle para encontrar el mejor negocio. Apague el control remoto, los mejores negocios no se hacen a distancia.

38 **Cuidado con un pie aquí otro allá.**

Aunque muchos de nuestros clientes son binacionales un error común al tener un pie en Miami y otro en su país de origen, es descuidar a la larga ambos negocios, cuidado con esta práctica que lo puede llevar a fracasar sus negocios aquí en Miami y su Negocio allá.

39 **Inscribir en escuelas a los hijos con una Visa B1-B2.**

Cuando usted entra a los EE.UU. con una Visa de turista o en carácter de visitante con visa B1-B2, sería un gran error inscribir a sus hijos en la escuela para estudiar con la visa de turista dado que puede tener grave consecuencias en su futuro proceso migratorio o de establecimiento con alguna otra visa en este país.

Sin embargo eso no elimina la posibilidad de que ocurra lo mencionado ya que su intención al entrar a los EE.UU. con una Visa de Turista no era la de poner a estudiar a sus hijos. Consulte con su abogado de Inmigración antes de cometer este grave error.

40 **Ofrecer un producto que no se vende.**

Muchos de los emprendedores que llegan a los EEUU traen la idea de un producto que pretenden vender en este gran mercado sin investigar o sin hacer estudios y a la larga se dan cuenta que no



tienen éxito. Investigue, haga un buen "Plan de Negocios" para llegar a ofrecer algo que tenga un nicho adecuado en el mercado. Tenga en cuenta que usted sostendrá una Visa que requiere generar dinero, empleo y además permitirle sostener a usted y su familia. Piense en algo que le pueda interesar a trescientos millones de personas.

41 **No contratar un buen asesor.**

Este es el país donde todo el mundo trata de vender algo. Al llegar, busque un consultor, un especialista de Marketing, alguien que lo guíe y oriente por los diferentes procesos de mercadeo. Para iniciar un negocio, usted no necesita un vendedor más, necesita un asesor y normalmente un abogado experimentado es su mejor opción.

42 **No descuide su estatus legal.**

Muchos latinoamericanos llegan a este país con una Visa de Turista, y van dejando correr sus días complicando su situación y poniendo en riesgo sus futuros planes. No cometa este error.

43 **Legar tarde a esta gran ciudad.**

Todos sabemos que Miami se está convirtiendo día a día, en una de las ciudades del mundo con más movimiento y más auge económico. No en vano, vemos por todos los rincones, emprendimientos de gran magnitud, que conducen a Miami a ser la "Nueva Gran Naranja".

44 **La "Visa de Turista" es para ver a Mickey Mouse y comer Helados.**

Si señor la Visa de turista que usted probablemente tiene o su visa Waiver cuando entra con un permiso electrónico ESTA (para países con convenios) es para ver a un ratón famoso llamado Mickey Mouse y para comer Helados en este país (No para trabajar, ni para Estudiar), si así como lo oye usted tiene un privilegio que le han otorgado y pueden revocárselo si usted lo mal utiliza, es solo un privilegio de poder visitar a este país. ✓



H3 | Desde \$250,000
Hollywood



Canvas | Desde \$250,000
Miami



Park Grove | Desde \$570,000
Coconut Grove



SLS Lux | Desde \$500,000
Brickell



Brickell Citi Centre | Desde \$500,000
Brickell



Aria on the Bay | Desde \$350,000
Miami

¿Ha pensado Invertir en MIAMI?

Con el equipo de PFS Realty
Es más fácil de lo que usted cree

- **INMUEBLES**
Proyectos en preconstrucción, propiedades nuevas a estrenar y en reventa.
- **FINANCIAMIENTO HIPOTECARIO**
Crédito inmobiliario para extranjeros.
- **ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDADES**
Tranquilidad para usted en el cuidado y mantenimiento de su inversión.
- **NEGOCIOS**
Amplio portafolio de establecimientos disponibles y negocios en marcha.
- **INMIGRACIÓN Y PROGRAMA EB5**
Programas de Residencia Americana desde una inversión inicial de \$500,000.
- **ASESORAMIENTO LEGAL**
Un equipo de abogados para orientarle en cada paso del proceso de inversión.
- **SERVICIO CONTABLE**
Apoyo profesional para todos los tramites contables, tales como apertura de compañías, entre otros.



Landmark | Desde \$440,000
Doral



5252 Paseo | Desde \$390,000
Downtown Doral



Brickell Heights | Desde \$400,000
Brickell



Gustavo Galvez y Patricia Gomez



GRUPO INMOBILIARIO

PFS
REALTY

MÁS DE 12 AÑOS DE EXPERIENCIA
EN EL MERCADO INMOBILIARIO DEL SUR DE LA FLORIDA

SÍGUENOS EN

Weston: 1725 Main Street, Suite 211. Weston, FL 33326. USA
Brickell: 1200 Brickell Ave, Suite 505. Miami, FL 33131. USA.
Bogotá: CL 134 # 7 83 Torre 2 oficina 221 Bogotá. Colombia.

USA -1-954-242 0377

Colombia -58-212-7708570

Venezuela -593-98-5196754

Argentina -54-11-5168 9790

Colombia -57-315-7987468

Brazil -55-11-39571243

CNN en Español

Facebook pfsrealty

Twitter @pfsrealty

Guía para la preparación de un Plan de Negocios

Por José L. Barletta M.S.
Presidente BarNews Research Group
y Miami Oportunidad

1

Consideraciones generales

Dado que un Plan de Negocio es una herramienta que ayuda a prever la mayor cantidad de hechos que se pueden presentar durante todas las etapas en la creación de una empresa, en la implementación de un proyecto o lanzamiento de un nuevo negocio, es indispensable asegurarse de contar con el mismo ante cualquier iniciativa que se desee encarar.

Es muy común ver personas que se lanzan a adquirir empresas, invertir en distintos tipos de negocios, o bien ser parte de proyectos, pero que no se apoyan o resguardan en un plan y eso no sólo pone en peligro el cumplimiento de los objetivos deseados, sino que existe gran probabilidad de que surjan sorpresas que obliguen a suspender todo, con las consiguientes implicaciones.

Un "Plan de Negocios" es una guía, un camino a seguir y una forma de tener bajo control todas las variantes que intervienen en cualquier tipo de negocio y poder reaccionar a tiempo ante las variaciones que se presenten.

Hemos visto inversionistas que adquirieron restaurantes, tiendas de golf, lavaderos, peluquerías, y otros y que al ponerlos en operación, no duraron ni tres meses en el mercado, simplemente por que no se apoyaron en ningún plan, porque no tuvieron en cuenta ciertos gastos, no contemplaron pago de impuestos, compra de mercadería, pagos a personal y tampoco tuvieron en cuenta los tiempos que se tardan para conseguir

permisos o licencias, es decir, se lanzaron al vacío y chocaron con la dura realidad.

Hay que tener en cuenta que en un "Plan de Negocios" se deben presentar, aparte de la situación actual, los distintos probables escenarios. Es un medio para identificar las condiciones del mercado, para describir ciertas variables que lo regulan y para analizar los cambios que se pueden producir, en especial considerando la competencia.

2

Algunas definiciones

En términos generales podemos decir que un "Plan de Negocio" es un instrumento de organización, es un documento de discusión que ayuda a planear los pasos a dar en cualquier tipo de negocio, es decir la estrategia y poder medir probables resultados a través del tiempo.

No es otra cosa que un documento básico donde se fijan las condiciones y mecanismos para presentar servicios y/o productos de la forma más competitiva y eficiente posible. Cuanto más detalle conozca de cada una de las actividades que lo conforman y cuanto más conozca las fechas tentativas de comienzo y terminación de cada una de estas tareas, más cerca del éxito se va a estar, ya que se va a tener más control sobre todas las variables en juego.

A continuación presentamos los principales elementos que se deberían tener en cuenta para la confección de un plan, dando gran énfasis a las secciones que lo deben conformar y en especial que

es lo que debería contener cada una de ellas.

Por intermedio de esta guía vamos a poder entender que es realmente un plan, que se debe contemplar en el mismo, que secciones lo componen y que extensión debería tener el documento que lo explique.

Primeramente es importante diseñar una tapa o portada bien clara, simple y en la que se tenga en cuenta el nombre del Proyecto, el nombre o logo de la empresa o del negocio y un mensaje o slogan donde quede bien definido que es lo que se desea ofrecer. También debe figurar la fecha y el autor del plan.

3

Componentes básicos

A. Contenido del Plan

A través de la imagen presentada podemos apreciar cuales son las principales secciones que debe componer un plan y seguidamente vamos a ir detallando que es lo que se debería colocar en cada una.

Hoy en día, gracias a la magia de la Internet, es muy fácil encontrar gran cantidad de modelos y es muy recomendable tratar de conseguir ejemplos de planes de reconocidas empresas en el mismo sector, en especial de aquellas que sabemos han cumplido y siguen cumpliendo con su visión y misión y que tienen éxito en el cumplimiento de sus objetivos.

B. El Resumen Ejecutivo

Podríamos decir que este resumen es una de las partes más valiosas del plan, ya que es lo que normalmente leen los ejecutivos, los que siempre se encuentran muy ocupados y además no están muy motivados para leer gran cantidad de hojas. Un buen resumen, que sintetice todo, que motive, que explique con objetividad la esencia del negocio, las potenciales ventajas, los servicios y productos a ofrecer, los riesgos que significa poner en marcha el negocio, las condiciones del mercado, la competencia y sus movimientos, el ámbito regulatorio, un flujo claro de caja, proyecciones de inversiones, el clásico "Break Point" o momento donde se asegura percibir ganancias.

El "Resumen Ejecutivo", que no debería ocupar más de dos páginas, es la primera sección del plan, el mismo que se debería hacer al finalizar la confección del mismo y en el que debe figurar el resumen de todo lo que es significativo.

Este resumen, es el que debería dar la visión general del negocio y motivar a los que lo leen, a profundizar en la lectura de todo el plan. ✓

PLAN DE NEGOCIOS

Componentes o estructura básica

Resumen Ejecutivo

- I. Introducción
- II. Objetivos del Plan
- III. Metodología a seguir
- IV. El Modelo de Negocio
 - Productos y Servicios
 - El poder diferenciador - Condiciones del mercado
 - La competencia - Riesgos (SWOT)
 - Actuales y potenciales clientes
 - El marco regulador
 - Viabilidad técnica, económica y financiera (KPI)
- V. Aspectos Gerenciales/Administrativos
 - Organización - Manuales y Procedimientos
 - La Operación - Detalle de funciones
 - Personal necesario y su relación con el organigrama
 - El Plan detallado (Mini Pert o cronograma de actividades)
- VI. Aspectos financieros - Evaluación
 - Situación actual - La sociedad
 - Inversión - Gastos recurrentes - Facturación
 - Mediano y largo plazo
 - Principales proyecciones
 - El 'Break Point' - (ROI) Tasa interna de retorno - La inversión
- VII. La operación
 - La imagen corporativa
 - Campaña publicitaria
 - La empresa y los medios
- VI. Conclusiones

Anexos



Resumen Ejecutivo

A continuación presentamos las 10 principales preguntas que deberían quedar contestadas en este resumen:

1. ¿Cuál es el modelo del negocio - productos o servicios ofrecidos?
2. ¿Cuál es el poder diferenciador del negocio?
3. ¿Cuál es la verdadera competencia?
4. ¿Cuál es el poder diferenciador de este proyecto o negocio?
5. ¿Qué experiencia tienen en el mercado los directivos que lo van a operar?
6. ¿Quiénes son sus clientes actuales y potenciales cuál es el tamaño del mercado?
7. ¿Cuáles van a ser los principales hitos en la vida del proyecto?
8. ¿Cuáles son las actividades críticas del proyecto?
9. ¿Cuál es la estrategia de financiamiento y la valuación del negocio?
10. ¿Cuál va a ser la organización y personal para el arranque del proyecto?

Grupo SG, compromiso permanente con el Real Estate

Como todo emprendedor, el desarrollador de proyectos inmobiliarios se encuentra en la búsqueda constante de oportunidades, que pueda convertir en negocios rentables. Dos factores son claves en el recorrido: la capacitación continua y la generación de negocios; la profesionalización y el networking.

Hace 15 años, la empresa argentina Grupo SG, con visión de futuro, se dedicó desde entonces a satisfacer cada necesidad que el sector demandaba y que, en muchos casos, desconocía. Primero fue la creación de Mundo Inmobiliario, una mega exposición de productos y servicios para brokers, que permitió que todos los profesionales puedan conectarse y actualizarse.

La empresa creció y la próxima novedad fue la apertura de Bienes Raíces Ediciones, la única editorial de habla hispana, que hoy dispone de 30 títulos, que atraviesan temáticas de desarrollo, comercialización, branding, marketing digital, gestión, inversores, siendo la fuente de conocimiento obligado de todo profesional.

El salto cuantitativo, cualitativo; local e internacional, lo encontró Grupo SG cuando desarrolló Expo Real Estate Argentina, un espacio dedicado a exhibir los principales desarrollos inmobiliarios, incentivando los negocios y las inversiones. La cita comenzó en el 2009 como un punto de encuentro y con los años se fue expandiendo, convirtiéndose

en la principal vidriera para captar compradores y colocar los productos en el mercado.

Tal es así, que hoy es el encuentro internacional más importante del Cono Sur, donde participan empresas de Argentina, Estados Unidos, Panamá, Uruguay, Paraguay y han sido parte empresas de Ecuador, Dubai, República Dominicana y España. Ninguna empresa, ni player, queda fuera del círculo de la exposición.

Con el espíritu de expansión y en la búsqueda de nuevos mercados internacionales, Grupo SG puso el foco en el exterior y desembarcó en Panamá, Perú y México, plazas donde llevará el modelo exitoso de Expo Real Estate Argentina, creando por primera vez en la historia de los países encuentros exclusivos para que desarrolladores inmobiliarios puedan exponer sus productos, captar inversores, conectarse y actualizarse.

Consciente de la importancia de la experiencia y con la convicción de que las redes de contactos, son la base de cualquier proyecto, Darío Sokolowski y Silvano Geler, directores de Grupo SG, se propusieron crear una comunidad latinoamericana de desarrolladores inmobiliarios, que apuesten a la profesionalización del sector. Así nació EN-Real Estate, la primera y única escuela latinoamericana de Negocios Inmobiliarios, con sede en Argentina, México, Colombia, Perú y representaciones en todo Latinoamérica y Estados Unidos.

En un mercado complejo, volátil y permeable, como lo es el sector de Real Estate, recrearse y diferenciarse es uno de los grandes valores que se ponen en juego, por eso las empresas para comercializar sus productos adhieren a propuestas segmentadas y específicas, que conozcan sus lógicas y expectativas. El principal objetivo de Grupo SG es estar a la vanguardia y poder detectar esas necesidades y traducirlas en propuestas concretas.

Por eso para el 2015 ingresa en el sector de la construcción, con Expo Construir, con el objetivo de incrementar los negocios entre los proveedores y los desarrolladores inmobiliarios, a través de un evento que reúna a un sector que necesita una motivación comercial que acelere el crecimiento de oportunidades.

Guía de Inversiones Inmobiliarias, Visión Inmobiliaria, Recursos Ilimitados y Congreso de Desarrollos Inmobiliarios, son otras de las unidades de negocios que conforman la cartera de una empresa que, bajo el lema de la creatividad y la innovación, selló un fuerte compromiso con el crecimiento con el mercado del Real Estate. ✓

imagenzero.com.ar

GRUPO S·G

Grupo S·G es la empresa líder en servicios de conocimiento y networking en Real Estate, que trabaja como nexo entre los actores del mercado, con el objetivo de conectar desarrollistas, inversores, constructores, arquitectos, profesionales, inmobiliarias y empresarios del sector, a través de un catálogo multiplataforma de productos y servicios.

www.gruposyg.com.ar

EN REAL ESTATE
ESCUELA DE NEGOCIOS

EDUCAMOS

REUNIMOS



EMPRENDEMOS

POSICIONAMOS

GUÍA DE INVERSIONES INMOBILIARIAS



CAPACITAMOS

ACTUALIZAMOS

CONGRESO DE DESARROLLOS E INVERSIONES INMOBILIARIAS



EXPANDIMOS

PERSONALIZAMOS



CONSTRUIMOS

VINCULAMOS





Visión

Ser una cámara empresaria de gran prestigio e influencia en la Argentina.

Valores

Ética - Transparencia - Libre Empresa.

Son objetivos de AmCham:

- Promover el libre comercio, la inversión extranjera directa estadounidense, el comercio bilateral y la transferencia de conocimiento.
- Promover la libre empresa, la economía de mercado y la práctica de normas éticas entre sus miembros y la

comunidad.

- Preservar, proteger y promover un ambiente de negocios bajo un marco de libre competencia, asegurando un trato equitativo a los diversos actores del mercado.
- Valorar la existencia de reglas claras que permitan desarrollar un marco de previsibilidad y seguridad jurídica.
- Defender el derecho a la propiedad privada.
- Contribuir a mejorar la calidad de las instituciones y el diálogo genuino, como medios para generar consensos, fundamentales para el desarrollo de los negocios de largo plazo.
- Incentivar la innovación, la tecnología y el crecimiento educativo y cultural.
- Brindar un ambiente de negocios que proteja las inversiones realizadas, a través del respeto por

la propiedad intelectual, e incentive la realización de nuevos desarrollos e investigaciones como factor clave para las economías del siglo XXI.

- Promover un sistema tributario claro, transparente y equitativo para el desarrollo empresarial.
- Promover un entorno de trabajo de calidad, seguro, confiable y motivador.
- Promover la responsabilidad social empresaria a través de la realización de negocios sustentables que velen conjuntamente por el cuidado del medioambiente, el desarrollo de la comunidad y la generación de resultados económicos-financieros.

SOCIOS POR ORIGEN DE CAPITAL

REDONDEO DE LOS VALORES SIN DECIMALES

ORIGEN	%
ESTADOUNIDENSES	45,27%
REPRESENTANTES DE COMPAÑÍAS ESTADOUNIDENSES	10,39%
DE OTROS PAÍSES	44,34%

SOCIOS POR FACTURACIÓN

FACTURACIÓN	%
+ 250 ARS MM	36,76%
16 ARS MM/250 ARS MM	28,88%
-16 ARS MM	34,36%

SOCIOS POR CANTIDAD DE EMPLEADOS

Rango empleados	%
+ 1000 empleados	14,15%
200/1000 empleados	23,9%
50/200 empleados	32,20%
-50 empleados	29,75%

EJES DE TRABAJO

Desde nuestra área de Marketing, Intercambio entre socios y servicios promovemos ámbitos de intercambio y vinculación entre los miembros a través de comités de trabajo, jornadas de capacitación y actividades abiertas. Ofrecemos una plataforma de servicios y beneficios que busca ser un diferencial para la cámara y sus socios, a la vez que comunicamos a los diferentes públicos con los que interactuamos las actividades que desarrollamos.

Tenemos como objetivo en el área de Sustentabilidad hacer visibles los valores de AmCham y la sociedad, sinergizando y maximizando las acciones de RSE y sustentabilidad de las empresas socias. Nos propusimos ser reconocidos por el gobierno, las corporaciones y el tercer sector como el principal impulsor de la gestión empresarial orientada a la sustentabilidad en la Argentina para 2016.

Y a través del área de Gobierno y dialogo institucional buscamos contribuir al fortalecimiento y desarrollo institucional



a través de la realización de programas que construyen puentes entre los sectores público y privado, mejorando la comprensión entre empresas y Estado. Participamos activamente de los principales debates públicos promoviendo un entorno de negocios fundado en valores que contribuyan al

desarrollo sustentable.

Nuestros socios han identificado los siguientes atributos diferenciadores de AmCham:

- Abordaje multisectorial de los temas de interés
- Alta representatividad empresarial
- Existencia de espacios de intercambio para diferentes niveles y funciones en la organización
- Influencia con entidades publicas
- Canal con alto profesionalismo y asesoramiento técnico
- Impulso a la gestión empresarial orientada a la sustentabilidad

Fuente: encuesta realizada a 290 representantes, Dic.fer.2013.

Saludamos al equipo de Negocios USA, le deseamos éxitos en las actividades que realicen tanto en nuestro país como en la región para promover buenos negocios. ✓

Un agradecimiento especial

Preparado por la Redacción

El Licenciado Alfredo Di Sanso junto a sus productoras, ha sido estrecho colaborador de todos nuestros eventos y ha cubierto ya dos de nuestros Seminarios "Como hacer Negocios con USA" dictados en Buenos Aires, al tiempo que hemos participado desde su radio o vía telefónica directamente desde los EEUU varios de los expositores y directivos de nuestra firma, así como también algunos de nuestros auspiciantes.

LIDERAZGO es un programa de interés general enfocado al ámbito empresarial, dirigido a los formadores de opinión donde en un ambiente ameno, se conversa sobre temas de interés general. El programa sale al aire los días miércoles de 13:00 a 14:00 hs por Radio Cadena Eco en AM 1220, llegando a todo el país en amplitud modulada y al exterior por

Internet, donde no sólo se lo puede escuchar, sino también disfrutar de la dinámica del mismo en vivo gracias a las cámaras web instaladas en su estudio.



Por este medio, desfilan semanalmente invitados de gran categoría y relevancia a nivel nacional e internacional. Su apoyo a nuestros expositores y auspiciantes ha sido de significativa relevancia para nuestra firma y en especial nuestra revista, con USA por eso nuestro agradecimiento absoluto. ✓



Bienes Raíces como inversión

Por Ariel Arrocha



contemplar los costos de reparaciones entre otras cosas.

Vayamos paso por paso, para no frustrarnos al momento de obtener el beneficio esperado y realmente hacer “negocios” con bienes raíces debemos necesariamente recorrer este camino.

Primer paso

Debemos contactar y reunirnos con abogados y contadores ya que ellos nos podrán asesorar sobre qué estructura jurídica -sociedad o sociedades- nos son más útiles como extranjeros, (Corp.?, LLC?, con una sociedad extranjera arriba de una de USA como dueña etc) y desde lo fiscal, que posición impositiva nos conviene tomar (sacaremos o no un ITIM, como nos resguardamos del Estate Tax) etc. estos temas tendrán un rol protagónico en el resultado de nuestra inversión.

Es imprescindible que tengamos constituida nuestra sociedad o sociedades, sacados los números de impuestos, abierta una cuenta bancaria a nombre de la sociedad, transferidos los fondos a invertir y haber obtenido

una comprobación de fondos, por parte del banco, antes de iniciar la búsqueda ya que no somos los únicos sondeando el mercado inmobiliario del sur de la Florida y cuando salimos al ruedo debemos tener todo listo y preparado para comprar de inmediato, eso mejorara nuestra posibilidad de comprar verdaderas oportunidades.

Segundo paso

Debemos contactar o reunirnos con uno o más agentes inmobiliarios, y ver su actitud y predisposición para comprendernos y entender nuestra intención, no buscamos cosas lindas o en óptimas condiciones, buscamos hacer negocios con bienes raíces. Hecha la elección aboquémonos a la tarea de ver y estudiar inversiones.

Tercer paso

Armemos una planilla donde podamos graficar los ingresos, costos de closing, seguros, vacancia de la zona, costos fiscales, administrativos, costos anuales de la sociedad e incorporemos una propiedad como modelo, luego a medida que vayamos visitando y estudiando opciones, sometamos a cada propiedad

a esta misma planilla, así de esta forma, estaremos comprando propiedades bajo un sistema lógico, sería bueno mostrarle a nuestros contadores o abogados esta planilla a efecto de que puedan chequear si no cometimos errores.

Cuarto paso

Elijamos un agente de cierre -en los países anglosajones los cierres/ closing- no hace un escribano o notario, sino una “compañía de título” (title company), empresas dedicadas a estudiar cada título de propiedad y sus antecedentes, asimismo nuestros abogados podrán aconsejarnos sobre la elección de una compañía de seguros de título, recordemos que sistema de los Estados Unidos no es como el sistema registral de los países de Latinoamérica y esto requiere contratar un seguro para asegurarnos que ante contingencias en el título tendremos nuestro dinero nuevamente.

Y ahora si salgamos a buscar, comparar, ofertar y hacer buenos negocios, éxitos... ✓

Lo primero es comprender que no es lo mismo ser un comprador que un inversor de Bienes Raíces.

El comprar propiedades parece para la mayoría de nosotros ser una tarea sencilla, y si se trata de comprar en una región como el sur de Florida, diría más que placentera, pero no solo se trata de ir visitar propiedades, elegir, discutir algo el precio, pasar una oferta y llegar a un cierre o -como se lo denomina en los países anglosajones- al closing, es correcto que hay cientos de agentes de bienes raíces y brokers que estarán dispuestos a ayudarnos en esa tarea.

Ellos nos acompañarán a ver propiedades y después de uno o dos largos días de visitas dentro del target deseado, ellos querrán cerrar una operación, para luego tan pronto como sea posible llegar a “firmar los documentos de compra”, pero sepan algo, hay mucho más que hacer

desde nuestro lado como compradores antes de llegar a esto.

Como inversores en Bienes Raíces debemos realizar un trabajo serio que comienza mucho antes de embarcarse en la compra de una propiedad como negocio y desde la comercialización no son tantos los agentes o brokers calificados y que realmente se dedican a seleccionar propiedades para sus clientes, donde la consigna no sólo sea vendernos una propiedad como si se tratara de un commodity, sino buscarnos un negocio.

En mi experiencia basada en años de trabajar y acompañar a desarrolladores y comercializadores de bienes raíces tanto en los Estados Unidos como en la Argentina he podido entender que todo

comienza con la elección de asesores y agentes o brokers dedicados al trabajo en forma profesional. Lo cierto es que todos compramos por lo que vemos pero lo importante es ver un poco más allá y entender que la compra de bienes raíces como inversión no implica necesariamente comprar productos que estén en óptimas condiciones o que sean lugares donde nosotros querríamos estar o vivir.

Es imprescindible estudiar temas previos a la elección de una propiedad, ya sea que busquemos renta o aumento de valor, debemos tener claro cuál es la forma jurídica más conveniente para nosotros, cuál será el alcance impositivo, cuáles serán los gastos de administración, estimar la vacancia (el tiempo que una propiedad encontrara vacía), y

En los negocios no hay que tener “suerte”, que es una situación aleatoria y ajena a nosotros, hay que tener “éxito”, que es la resultante de mucho esfuerzo y una tarea bien hecha.





Guía para adquirir la Franquicia más adecuada

por José Torres, Director General de FranNet

A lo largo de 25 años, FranNet ha guiado a miles de empresarios y profesionales a convertirse en dueños de franquicias. Esperamos que esta pequeña guía que preparamos basada en nuestra experiencia de cerrar unos 100 negocios anuales de franquicias sólo en el sur de la Florida le ayuden a tomar una correcta decisión.

"La compra de un negocio es una decisión que cambia su vida, y usted querrá saber lo más que pueda acerca de una franquicia antes de decidir comprarla", dice José Torres, Director Comercial - FranNet of South Florida. "Usted también querrá tener una mirada crítica de sí mismo. Como cualquier otra profesión, hay buenos ajustes y malos. Lo que tratamos de hacer es asegurarnos de que la persona más adecuada sea la que esté comprando el negocio correcto para que se sienta realmente más feliz y exitoso."

FranNet tiene, en base a sus experiencias vividas, una gran cantidad de consejos para brindar a los potenciales franquiciados y a continuación se detallan los considerados mas importantes:

1. Las franquicias no tienen que ser costosas.

Las franquicias de más rápido crecimiento y mejor calificadas, son modelos de comercialización de servicios de todo tipo con sólo uno o dos empleados, gastos bajos y mayores márgenes de ganancias

2. Evalúe sus habilidades.

No todas las personas se adaptan a todas las franquicias. La comprensión de su personalidad y habilidades y cómo encajarían con una franquicia puede ayudar a garantizar el éxito.

3. Contar con capital de trabajo adecuado.

Asegúrese de que tiene un cierto margen para imprevistos. Los nuevos negocios toman un poco de tiempo para comenzar a generar ganancias, y usted debe tener dinero para afrontar gastos.

4. No deje de preparar un buen Plan de Mercadeo

Cualquiera que sea el sistema de franquicia requiere de un presupuesto de marketing. Existe una correlación directa entre lo que se gasta en este plan y el éxito de su negocio.

5. Hable con los mejores.

Nadie quiere tener medio o bajo rendimiento. Es importante hablar por lo menos con dos de las 10 franquicias en el sistema y encontrar lo que los puede hacer más exitosos.

6. Evaluar los sistemas.

Cuando usted compra una franquicia, usted está comprando un sistema de negocios. Los sistemas eficientes son los que a menudo dan una franquicia con una ventaja sobre un negocio independiente.

7. Busque las franquicias con valor de reventa.

Algunos tipos de negocios - especialmente los de comercio al detal - pueden tener un mejor precio de reventa.

8. Investigue exhaustivamente la franquicia.

Sistemas que se encuentran en pleno crecimiento a menudo producen imagen positiva. Hacer investigación en línea y leer comunicados de prensa, artículos, publicidad y noticias en general.

9. Investigar la competencia y opiniones de los clientes.

Una de las mejores maneras de apreciar el comportamiento de una empresa es a través del grado de satisfacción de sus clientes. Por otro lado, una gran cantidad de comentarios de clientes felices es una buena señal que un negocio sea exitoso. La fuerza del "Boca a Boca".

10. Captar la presencia de la empresa en los medios sociales.

¿Qué tan activa es la empresa en medios sociales? Hay que tener

en cuenta que el uso de nuevas herramientas de comercialización es la clave del éxito para las empresas.

11. Aprenda el diálogo bancario.

A pesar de lo que se puede leer en las noticias, existen variadas opciones de financiación para las franquicias. Los préstamos están disponibles, pero asegúrese asesorarse al máximo sobre opciones.

12. Infórmese al máximo acerca de las franquicias.

Es un modelo de negocio muy estructurado, y algo del lenguaje utilizado y de las relaciones contractuales puede parecer extraño. Asegúrese de saber qué es y qué no es normal en la industria.

13. Evaluar la capacitación y apoyo permanente.

Cada franquicia ofrece formación inicial, pero el apoyo continuo es lo que hace la diferencia.

14. Obtenga asesoría profesional en la selección del lugar.

Muchos negocios de comercio al detal requieren un alto nivel de tráfico de autos y peatones con el fin de asegurar éxito en sus ventas, pero algunos propietarios de negocios terminan en un fracaso en sus operaciones por ir a un lugar con bajo precio de alquiler pero mucho menos visibilidad.

15. No tenga miedo de hacer preguntas.

No hay realmente preguntas consideradas estúpidas - especialmente cuando usted está considerando una decisión que cambia la vida. Los franquiciadores están obligados a dar respuestas a todas sus preguntas.

Los consultores FranNet pueden guiarlo a ustedes a través de todos los pasos mencionados y muchos más. ☑

José Torres, sus Contactos:
305-668-9731 / jtorres@frannet.com
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 presenta sobre 100 conceptos de franquicias en diversos sectores y han ayudado a miles de empresarios a encontrar su negocio de franquicia ideal.

EXCELENTES OPORTUNIDADES DE FRANQUICIAS

FRANNET®

LOCAL . TRUSTED . FRANCHISE EXPERTS

Nosotros le ayudaremos a encontrar la más adecuada para usted.

FranNet provee gratuitamente asesoramiento, información y apoyo a individuos que están interesados en los negocios de franquicias.

Los consultores de FranNet se especializan en ayudar a sus clientes a encontrar la franquicia más adecuada a través de sus exclusivos procesos de asociación de ambas partes.



JOSÉ TORRES

FRANNET®
LOCAL . TRUSTED . FRANCHISE EXPERTS

305-668-9371

jtorres@frannet.com

www.frannet.com/jtorres



FRANQUICIAS



Guía para la selección de un Centro Regional

por Jose L. Barletta, M.S. - Presidente Barnews Research Group
Editor Ejecutivo, NegociosUSA

Programa de Visa EB-5 Una inversión con sabor a Residencia

Un **Centro Regional EB-5** es una empresa privada o bien una agencia no-gubernamental regional, aprobado por el U.S. Citizenship and Immigration Services -USCIS y autorizados a funcionar en el marco del Programa Piloto para Inmigrantes Inversionistas EB-5 creado por el Congreso de los Estados Unidos, que participa en un programa de inversiones específicas dentro de una región geográfica definida.

En cuanto al tamaño de esa región geográfica, un Centro Regional puede ser de tan solo una porción reducida de una ciudad, varios condados o bien del tamaño de un estado completo.



La selección de un **Centro Regional** para asegurar dentro de lo posible obtener el marco legal adecuado del Programa EB-5 y una inversión dentro de lo posible segura, es una de las tareas de mayor cuidado e importancia para los potenciales inversores y el contar con adecuado asesoramiento por parte de un especialista, asegura que este proceso se complete con el máximo de eficiencia y profesionalidad.

En la actualidad el U.S. Citizenship and Immigration Services (USCIS) lleva ya aprobados más de 550 Centros Regionales y la lista sigue creciendo día a día. En los últimos listados publicados por esta institución, figuran para los primeros días del mes de Junio del 2014, 538 centros regionales aprobados.

Cuando se analizan el total de estos centros a nivel nacional, el número es mayor que los aprobados y eso se debe a que algunos de ellos operan en diferentes estados. El suscrito ha preparado el mapa de centros regionales, el mismo que se ha presentado en varias reuniones internacionales, donde se puede acceder en línea a los mismos, en base a su ubicación y sector de especialización.

Ante tanta oferta y cantidad de Centros Regionales existentes, los que no dejan de crecer, especialmente lo que sucedió en los primeros meses de este año, nos preguntamos si no se va a producir una saturación en el mercado y si va a llegar un momento en que el inversor ante tantas posibilidades se le va a resultar más difícil su selección.

Es común escuchar en diferentes foros, que sólo un 30% de estos centros están 100% realmente activos y que tienen la experiencia adecuada y de ahí la importancia de no equivocarse en esta selección.

El Programa EB-5 ha tomado últimamente un nivel de gran repercusión y los eventos para lograr su difusión aumentan día a día, especialmente en inversionistas provenientes de varios países asiáticos y algunos de nuestra región.

Otro hecho muy interesante de destacar, es que ya ha sido aprobado un nuevo centro a nivel gubernamental, pero muy especial ya que es el primero en el país bajo el total dominio, administración

y supervisión del gobierno municipal de la Ciudad de Miami, denominado **City of Miami EB5 Regional Center** y con él, las autoridades locales, están tratando de lograr concentrar aún más inversiones en esta ciudad, la misma que se está transformando en el "Punto de Encuentro de Negocios y en Inversiones EB-5".

La USCIS asegura en todas sus publicaciones, que ante el hecho de llevar a cabo una aprobación de un Centro Regional, hay que tener muy bien en claro *cuatro conceptos bien definidos y concretos*:

- Que la aprobación de un Centro Regional Privado o Estatal no significa avalar o endosar por USCIS la actividad que desarrolla el Centro Regional.
- Que no se garantiza que el Centro Regional cumpla con todo lo especificado en la ley de Bolsa de Valores de los EEUU.
- Que bajo ningún aspecto, se garantiza o elimina el riesgo de las operaciones de inversión.
- Que USCIS solamente autoriza, implementa, regula y monitorea las actividades del Centro Regional.

Con inversiones de US\$ 500.000 por estar el mismo localizado en una zona geográfica considerada de alto desempleo, o zona rural (TEA - Targeted Employment Area), un inversor tiene la posibilidad de conseguir su residencia permanente y posteriormente la ciudadanía, tanto para él como para su familia (Hijos menores de 21 años) y en estos momentos de tanta convulsión en gran cantidad de países, como es el caso de Venezuela y otros que lo siguen muy de cerca, se crean las condiciones ideales para que la gente vea a este programa

EB-5 como un atractivo para encontrar un marco legal que brinde seguridad, bienestar y gran posibilidad de prosperidad con sus inversiones.

Mayor cantidad de Centros Regionales aprobados, significan más opciones, nuevas áreas de trabajo, nuevos sectores de actividades y aunque sumarse a este proyecto, trae aparejado una gran cantidad de trámites (que pueden durar hasta 8 meses en algunos casos) para llegar a obtener una residencia en los Estados Unidos, no deja de ser una opción muy tentadora.

Cambios de procedimientos, nuevas leyes relacionadas, mayor cantidad de estudios de abogados y firmas consultoras, que se especializan en este programa EB-5, son una muestra del interés que existe a nivel mundial, para tener la posibilidad de residir en este país.

Se está produciendo una corriente de inmigración de un nivel nunca visto, que da a los EEUU una gran dosis de recursos humanos y financieros a través de estas inversiones y se crean por este medio una gran cantidad de nuevos puestos de trabajo, hecho que sin duda da una gran energía a la economía a todo nivel.

Ante tantas alternativas existentes, se hace en algunos casos más complicada la selección del Centro Regional más adecuado y por otro lado, los inversores tienen mayor posibilidad de decidir sobre las áreas o rubros en los que más les interese participar.

En resumen, al inversor le deben interesar seguramente tres metas de inversión bien concretas:

- Obtener la "Residencia" para él/la inversionista y su familia.
- Recuperar el capital en un período de tiempo determinado (de 4 a 5 años).
- Obtener la residencia permanente para llegar a ser ciudadano a los 5 años de ser residente en los Estados Unidos.



A continuación se detallan **10 aspectos** generales a los que se debería prestar especial atención antes de tomar cualquier tipo de decisión sobre una inversión en relación a este programa, para asegurar que se cumplan con éxito estas tres metas de inversión mencionadas:

1. Centro Regional.

Seleccionar un Centro Regional determinado. Busque el área y el rubro que resulte más interesante y atractivo. Tenga en cuenta que ese Centro Regional va a ser administrado por sus creadores o promotores y de ellos depende el éxito y en especial el resguardo de su inversión.

2. Apoyo Profesional.

Buscar el mejor apoyo legal y de consultoría EB-5 competente posible para el llenado de todos los formularios y que este proceso debe hacerse con gran corrección y con el máximo de detalle para asegurar lograr la aprobación correspondiente.

3. Gerencia del Centro.

Asegurarse que las personas o empresas que manejan este Centro Regional de inversiones tengan la experiencia suficiente para llevar a cabo el plan de negocios establecido.

Busquen que los promotores trabajen en forma de "Equipo" y que no sea una persona solitaria la que desempeña todos los componentes del proceso.

4. Documentación.

Obtener la mayor cantidad de documentación posible donde se pongan de manifiesto los productos y servicios en general y en que medida se asegura la creación de los puestos de trabajo requeridos para cada inversión.

Es importante que quede claro y por escrito, la forma de recuperación del capital y bajo que condiciones.

5. Experiencia.

De los 550+ Centros Regionales mencionados ya aprobados, no todos están en pleno funcionamiento y lo que hay que asegurarse que entre los directivos que los manejan tengan la

suficiente experiencia para cumplir con lo especificado en sus planes de ejecución.

Es importante encontrar un Centro Regional que ya esté en función o que esté cerca de estar en función operativa.

6. Velocidad o capacidad.

Estar bien seguro que el Centro Regional seleccionado esté en capacidad para poder comercializar el producto o servicio programado, ya que esa es la base del éxito del proyecto, y donde se encuadra el aspecto de riesgo del mismo.

7. Creación de los puestos de trabajo.

Entender la metodología propuesta para la creación de puestos de trabajo directos. Que experiencia se puede apreciar al respecto. La clave para lograr la Residencia Permanente es que después de 2 años de inversión, la operación demuestre que esos puestos son de carácter permanente.

Al respecto cabe destacar que de los 7.000 formularios I-829 recibidos por USCIS, hasta fines del año 2013, un total de 900 no fueron aprobados, es decir un 16% y este es un punto interesante a tener en cuenta, ya que en esos casos se crea un verdadero problema para el inversor, al no cumplirse con la especificación de tener activos esos 10 puestos de trabajo proyectados después de 2 años de haberse aprobado por USCIS su participación en el proyecto.

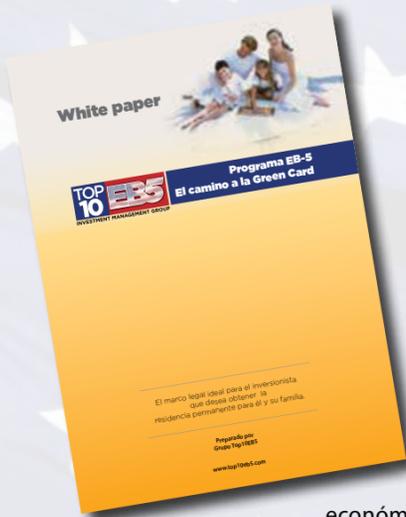
8. Due Diligence.

Esta es una tarea que se debe realizar con el máximo de dedicación posible con el Centro Regional seleccionado y en especial con el apoyo profesional legal que se logre. Un exhaustivo análisis del proyecto va a brindar una gran dosis de tranquilidad y confianza y va a permitir darle más valor a la decisión tomada.

Normalmente el estudio legal contratado, tiene una detallada lista de los puntos a tener en cuenta en este proceso y además las autoridades de los Centros Regionales, siempre están por demás dispuestos a ayudar en este proceso, ya que en todos los casos se busca la posición "Win Win".

9. Rol del Centro Regional en la Inversión.

Determinar si existe un compromiso



económico por parte de los que manejan el centro, es decir si ellos son también parte proactiva del grupo inversor.

Conozca los promotores del Centro Regional.

10. Resguardo de la inversión.

Durante todo el proceso que implica la aprobación de la aplicación a través del Formulario I-526, asegurarse que la inversión se encuentre en una cuenta de garantía (escrow) inicialmente y dejar bien claro que es lo que sucede y en que gastos se incurren si por alguna razón la aplicación I-526 (Immigration Petition) no es aprobada.

Los tipos de inversionistas para este programa son profesionales, hombres/mujeres de negocios, personas buscando buenas oportunidades de educación para sus hijos o para retirarse, y los que desean jubilarse y residir en los EEUU entre otros.

Tanto el inversionista como su familia una vez recibida la residencia permanente pueden viajar libremente como cualquier ciudadano americano.

Estos son todos los beneficios al lograr su residencia por medio de este programa:

- Disfruta los mismos beneficios de otros residentes de los EE.UU.
- Miembros de la familia con tarjetas de residencia son libres de entrar a los EE.UU. en cualquier momento.
- No es un requerimiento trabajar o residir constantemente en EE.UU.
- Los Inversores pueden desarrollar cualquier tipo de actividades comerciales.
- Pueden vivir, trabajar, o poner propio negocio en cualquier lugar en los EE.UU.
- Disponibilidad para viajar fuera de los EE.UU. y regresar sin visa especial



- Baja los costos de matrícula universitaria como residente de los EE.UU.
- Bajo costo de la vida (en comparación con muchos otros países)
- El acceso a las escuelas públicas, la salud y la atención médica, seguridad social y educación.
- Los miembros inmediatos de familia pueden solicitar y se convierten en ciudadanos de EE.UU. después de 5 años.
- No requiere de renovación o solicitud de "re-aplicación".

Oferta de Inversión a través del Programa EB-5

"La mejor alternativa para lograr el marco legal para residir en los EEUU" ✓



Riviera Point en acción con el programa EB-5 Hechos - no palabras.

Por la Redacción



Segundo edificio concluido con éxito

El Desarrollador inmobiliario Riviera Point Holding grupo encabezado por el Dr. Rodrigo Azpurua, en la edición 2012 de nuestra Revista NEGOCIOS USA promocionaba la inversión en su proyecto denominado "Profesional Center at Riviera Point" que consiste en un edificio de oficinas bajo la modalidad de participación como inversores en el programa EB5.

Este es el segundo edificio del grupo bajo esta modalidad, que permitió mediante la inversión de USD 500.000.- obtener la "Green Card" a 34 inversores.

Nuestro Director el Dr. Ariel Arrocha, participo el pasado Jueves 23 de Mayo en el "Grand Opening" de este Edificio donde en una emotiva ceremonia de corte de cintas quedo formalmente inaugurado.

Estuvieron presentes en esta oportunidad, el equipo de desarrollo

encabezado por el Dr. Rodrigo Azpurua y sus colaboradores inmediatos, junto a los asesores comerciales entre ellos Leo Roth de Solid EB5, arquitectos y quienes estuvieron involucrados en la obra, los inversores y las autoridades de la Ciudad de Miramar encabezados por el Mayor (Alcalde de la Ciudad) Sr. Wayne Messam, quien en su disertación agradeció la iniciativa privada en mejorar las condiciones de vida de la ciudad y destacó que cuando el esfuerzo del gobierno se combina con la actividad privada se consiguen logros excelentes y beneficiosos para la comunidad.

De esta forma el proyecto está concluido. Esta inauguración pone de manifiesto una realidad y un verdadero éxito al cumplirse en tiempo y forma, y lo más importante, los inversores que ya disfrutaban de su residencia, sienten haber realizado la elección correcta.

Los nuevos desafíos del grupo consiste

en la construcción de Oficinas en Doral con el cupo de 19 inversores ya completo y obra iniciado. Cabe destacar que en estos momentos se está dando inicio a un tercer proyecto denominado "Riviera Point Corporate Center at Miramar". ✓

De todo el equipo de Negocios con USA... Felicitaciones y Adelante!



BarNews Research Group

El cambio perfecto

DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA o PERSONAL

Logotipos, Websites, Flyers, Postcards, Revistas, Catálogos, Layouts para Facebook, Servicio de Imprenta, Banners, e-commerce, Apps... y mucho más.



barletta@barnews.com
7536 W Treasure Dr.
North Bay Village, FL 33141

www.barnews.com
305-867-1661
305-867-9839



Una buena Oportunidad de Inversión

Area logística en los Estados Unidos



Diego Ávalos, CEO de SOUTHERN CAPITALS
Co-Fundador de Southern Logistics USA

La logística propone una atractiva fuente de ingresos que la convierten en una opción ideal para pequeños y medianos ahorristas que buscan seguridad a tasas muy convenientes en dólares. Una forma de multiplicar el capital es participar de grupos de inversión de grandes negocios.

Southern Capitals como empresa desarrolladora de inversiones siempre busca innovar y diferenciarse. Nuestros clientes típicos del sector inmobiliario y agro negocios nos consultaban como acceder a propuestas de mayor rentabilidad que las que ellos operan normalmente.

En esa búsqueda conocimos el rendimiento de este rubro y exploramos por nuestra cuenta una inversión en tres camiones y sus tráilers. Así fundamos Southern Logistics. Transitamos los primeros 6 meses y confirmamos que estábamos ante una gran oportunidad.

Descubrimos que el 70% de las mercaderías se trasladan internamente a través de camiones, otro 17% combina al camión con trenes, barcos, aviones y redes de tuberías.

La principal actividad se desarrolla lógicamente en las costas este y oeste, con mayor predominancia en caudal de toneladas por año sobre la parte sur, en la franja que va de Texas a la Florida. En segunda instancia el puerto de Nueva York y en tercera Los Ángeles y Long Beach.

Considerando las perspectivas de crecimiento de la primera economía del mundo la proyección es más que positiva.

Si repasamos los indicadores de importaciones y exportaciones que informa el Banco Mundial respecto del movimiento internacional y local en toneladas de mercaderías la tendencia marca que seguirá en franco crecimiento

y que la demanda de transporte resultará insuficiente. El potencial está a la vista.

Bajo el formato LLC conformamos una compañía que fuera la operadora de estas primeras unidades. Generamos alianzas comerciales y contratos anuales para establecer un piso de operaciones e ingresos. Rápidamente conseguimos una base de operaciones y adquirimos un vehículo de asistencia en ruta.

Con los GPS custodiamos que las rutas a recorrer sean las óptimas para estar dentro de los márgenes de costos de cada operación. Trabajamos en paralelo con un "Despachador" para coordinar que las unidades salgan y vuelvan con cargas.

Hoy cubrimos una zona geográfica con un movimiento más que importante pero necesitamos más unidades para llegar a una cobertura óptima.

El punto de encuentro de todas las variables está dado en una milla como unidad de medida. Del valor que se cobra por traslado de cada milla se deducen los costos de chofer, combustible, seguros, amortizaciones e impuestos.

La tasa de retorno supera el 30% de ganancia por cada milla. En cuanto a los

riesgos, cabe destacar que todas las partes que intervienen en este ecosistema cuentan con un seguro obligatorio, el camión, el tráiler, el chofer, la mercadería y también contra terceros.

El mayor riesgo relacionado con la rentabilidad está asociado a generar la cantidad de millas mensuales que justifiquen el negocio, en nuestro caso promediamos unas 9.000 millas mensuales por unidad, lo que nos da un resultado operativo muy satisfactorio.

Al tratarse de una flota, si una unidad está parada por desperfectos el resto de las unidades siguen sosteniendo el flujo de ingresos.

Nuestra estructura actual presenta una flota de 14 camiones y resulta insuficiente para el caudal de trabajo existente. A medida que la flota aumenta podremos asumir otra escala de contratos que nos darán un crecimiento aún mayor.

Siendo una empresa tan joven aún no calificamos para un crédito bancario, y viendo esta oportunidad de crecimiento presente queremos actuar rápidamente, por ese motivo decidimos abrir la puerta a los inversores.

Nuestra compañía ya cuenta con inversiones provenientes de Australia, Canadá, México, Colombia, Paraguay y Argentina.

Bajo un esquema de entrada y salida establecido en un ciclo de 4 años, un inversor obtiene una tasa del 15% anual, donde habrá acumulado una rentabilidad total del 60%. Al finalizar este ciclo se devuelve el capital inicial.

Para poner un ejemplo concreto, si invierte US\$ 100.000, habrá ganado US\$ 60.000 más la devolución del capital al final del ciclo, es decir los convirtió en US\$ 160.000 en 4 años, con la ventaja de que liquidamos las ganancias cada 6 meses.

El inversor adquiere por su participación acciones de la empresa que actúan a la vez de garantía dado el patrimonio que la empresa ya posee. Al estar la compañía en funcionamiento las ganancias son inmediatas.

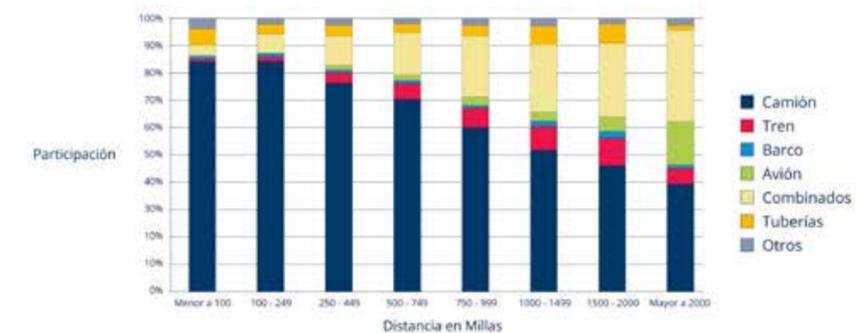
Tenemos un segundo esquema de participación y es para aquellos quieren una rentabilidad mayor.

Se conforma una empresa propia para el inversor bajo el formato LLC con una flota mínima de 4 camiones y 4 tráilers.

VOLÚMEN DE OPERACIONES DE LOS PRINCIPALES PUERTOS.



MODO DE TRANSPORTE SEGUN DISTANCIA A RECORRER



PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO INTERNO

Avión	Barco	Tren	Camión	Combinados
4,4%	1,2%	5,5%	71,8%	17,1%

U.S. Department of Transportation
Bureau of Transportation Statistics

Fuente: U.S. Department of Transportation (<http://www.rta.dot.gov>)

a disposición. La inversión en esta caso parte desde los USD 360.000.

Desde el punto de vista inmigratorio, es clave resaltar que este negocio califica para obtener una Visa de Inversionista y tenemos en trámite ya unas cuantas del tipo E-2, ya que se cumple con todos los requisitos solicitados: es una inversión considerable que brinda trabajo, tributa impuestos y es un negocio sustentable en el tiempo.

Finalmente agradezco a los directivos de Negocios USA versión latinoamericana por esta oportunidad brindada en este medio tan reconocido y emblemático.

Para mayor información no deje de visitar: www.southerninvest.com ✓



**PARTICIPACIÓN DESDE
USD 25.000**

**RENTABILIDAD
15% ANUAL**

UNA GRAN OPORTUNIDAD EN LA TIERRA DE LAS OPORTUNIDADES.

Los principales puertos de carga como Miami, Nueva York, Los Ángeles y San Francisco demandan unos 43 millones de viajes terrestres anuales para el transporte de mercaderías. El 70% de las cargas son transportadas a través de camiones, convirtiendo a este rubro en un negocio con alta demanda y excelente rentabilidad.

Participe de un pool logístico en Estados Unidos desde los USD 25.000 que ofrece una tasa del 15% anual en un ciclo de 4 años. Durante este período acumula un 60% de rentabilidad y recibe el reintegro de su capital inicial. Forme parte de un negocio de gran escala con una mínima inversión y con dividendos semestrales.



Consúltenos como calificar para una Visa de Inversionista E-2.
Llámenos y comience a multiplicar su capital en U.S.A.

0810-345-0302
www.southerncapitals.com



SOUTHERN
La mejor inversión para su futuro

Una agencia de medios

con Calidad Total.

Preparada por
Alfredo Di Sanzo,
equipo editor

QUIROGA agencia de medios
Una agencia que **SUMA+**

Con mucho gusto en esta nueva edición de NegociosUSA para Latinoamérica presentamos a Gustavo Quiroga, creador de una de las empresas de medios más reconocidas tanto a nivel nacional como internacional. Gustavo es un importante referente de las comunicaciones en la Argentina, y dirige una de las empresas de mayor crecimiento, a pesar de los momentos difíciles que le tocó vivir en su país durante los primeros pasos.

Al preguntarle sobre sus primeras incursiones en el mundo de los medios refiere que ya a fines de los '90 trabajaba en publicidad, en una agencia llamada Rubén Maril. Comenzó como asistente y pasó por todos los puestos hasta que llegó a Director de Planificación y Medios: "Desde ahí veía que el modelo de negocio de agencias cambiaba rotundamente con el desembarco de las principales centrales internacionales de medios", explicó Quiroga.

Como gran autodidacta, Gustavo comenzó a introducir sus ideas en aquel modelo, para después ver el resultado en el nuevo escenario de negocios; trató de lograrlo con su idioma básico y esperando resultados excelentes, pero cuando llegó la hora de armar algo concreto, de poner fondos para iniciar operaciones, se encontró solo y ahí comenzó un cambio paradigmático en su vida.

A fines del año 2001 las situaciones económicas adversas en la Argentina -el impacto del conocido corralito entre otras medidas- no fueron suficientes para detener su idea, su entusiasmo y lo más importante: su fuerza de creatividad y acción para lanzar al mundo de los negocios lo que hoy es Quiroga Agencia de Medios. Con las primeras cuentas y un entusiasta equipo de trabajo se dio comienzo a una carrera, a una aventura, a una iniciativa que no deja de crecer y de ser reconocida por el incesante

impacto de sus innovadoras ideas y acciones.

Sobre los primeros años de la agencia, Quiroga recuerda: "Después de sobrevivir los dos primeros años y pasar grandes angustias, a punto tal que ni el sueldo podíamos cobrar, comenzaron a aparecer más cuentas y los resultados logrados nos dieron una gran dosis de entusiasmo y fuerza".

"Nuestra empresa tuvo desde sus comienzos una idea muy clara de negocios, enfocada en lograr un crecimiento planificado, un principio filosófico muy fuerte, y de hecho, el premio a la calidad total no es casualidad. Planificamos cada paso que dimos, porque nosotros no teníamos financiamiento externo, y necesitábamos conseguir buenos clientes y darles un servicio de excelencia", sentencia el presidente de Quiroga Medios. Y agrega: "Nuestro secreto fue mantener la política de la compañía y nunca salimos del modelo concebido inicialmente, que es la base inalterable incluso en los planes a mediano y largo plazo".

"Hace seis años la agencia inició un proceso de expansión regional que se inició en México, donde ya estamos alcanzando la madurez. En 2013 abrimos Santiago de Chile, Paraguay y Uruguay, y en 2014 Colombia.

Esta expansión es resultado de nuestro objetivo de convertirnos en la primera red de agencias de medios latinoamericana con fuerte identidad en la región, ya que partimos desde la Argentina", relata Gustavo sobre la expansión de la compañía. Y asegura: "Podemos decir que estamos listos para llegar a los Estados Unidos, esperamos darle una nueva dimensión a toda nuestra operación. En ese país, aparte de atender el mercado hispano, podríamos tener contacto con las empresas que incursionan o desean hacer negocios en nuestra región".

Algo especial para remarcar es que la agencia Quiroga fue reconocida con



Gustavo Quiroga

el Premio a la Calidad Total durante la entrega anual de los Premios BID (Business Initiative Directions), que se realizó en el marco de la 17 edición de la Convención Internacional a la Calidad CQE, en la ciudad de Ginebra, Suiza. Este galardón fue entregado a muchos empresarios distinguidos de varias regiones como Asia, África y Latinoamérica.

"En los próximos 10 años seguiremos trabajando para instalarnos en Europa y en el sudeste Asiático. La idea es seguir creciendo, como siempre en base a una rigurosa programación y a pasos por lo tanto bien seguros".

Finalmente, aparte de agradecer a las autoridades de NegociosUSA, un gran y reconocido medio en toda nuestra región, Quiroga agrega: "Creo fehacientemente que tenemos un mercado muy competitivo y de muy buenas empresas y por eso debemos hacer un esfuerzo constante para destacarnos y seguir creciendo. Cuando abrimos nuestra empresa, nadie nos estaba esperando, y además todos los lugares estaban ocupados. Por esa razón, tuvimos que hacernos lugar de alguna manera, y creo que nuestra celeridad en la toma de decisiones a fue lo que nos permitió sobresalir".



La región cuenta con Calidad Total



Somos una agencia de medios, con sede en siete países, que ofrece soluciones integrales de excelencia, alto impacto y bajo costo para que las marcas se destaquen en la región. Este año recibimos el premio B.I.D., un reconocimiento a la efectividad de nuestro trabajo, que nos permite crear oportunidades y acuerdos a nivel global con este exclusivo sello de calidad.

QUIROGA agencia de medios
Una agencia que **SUMA+**

Argentina

(54 11) 5811 3000
Carlos Pellegrini 855
5º y 6º piso
C1009ABQ Buenos Aires

México

(005255) 5596 8397
Bosques de Ciruelos Nº 160 PH,
Col. Bosques de Las Lomas
De. Miguel Hidalgo 11700
México, DF

Uruguay

8 de Octubre 2355
Oficina 1401
Montevideo, Uruguay

Paraguay

595 21 613993
Juliana de Martínez 4098
Asunción, Paraguay

Chile

(56 2) 27269600
Av. Manquehue Sur 350 Piso 1
Las Condes, Santiago, Chile

Colombia

+57 (1) 621 8957
Cra. 14 # 94A 61 Of. 403
Bogotá, Colombia

Perú

Sociedades en los Estados Unidos



Preparado por el Dr. Ariel Arrocha

Conceptos básicos

- Corporaciones (Corp./Inc.).
- Sociedades de Responsabilidad Limitada. (LLC)
- Sociedades de Participación diferencial Limitada. (LLP)
- Corporaciones sin fines de Lucro. (NPC)

Luego se desprenderán algunas variantes, que más tienen que ver con el tratamiento fiscal que con aspectos netamente legales.

En el **primer grupo** tenemos las Corporaciones también conocidas como Corp, o su variante lingüística Incorporaciones o su abreviatura Inc. Para nosotros estas son "sociedades por acciones", es decir cuyo capital se encuentra particionado en acciones. Estas sociedades tributan impuesto en cabeza de la sociedad y también al distribuir utilidades a sus accionistas.

Aquí la primera diferencia, las Sociedades en EE.UU. solo requieren de un accionista.

En el **segundo grupo** están las LLC Limited Liability Company. estas son, sociedades de responsabilidad limitada, cuyo capital se divide en "cuotas partes" y la responsabilidad de sus "socios" está limitada a su aporte incorporado en la sociedad.

Estas sociedades no tributan impuestos en forma directa, sino que distribuyen la ganancia (profit) entre los cotapartistas según sus participaciones y ellos son quienes tributan el impuesto.

En el **tercer grupo** encontramos las Limited Liability Partnership (LLP), estas son sociedades de participación diferencial, donde existen diferentes responsabilidades y aportes, son una variante de las sociedades Limitadas, que incluye la posibilidad de socios responsables por la conducción societaria y socios que solamente responden ante terceros por el aporte incorporado a la empresa.

El **cuarto grupo** lo conforman las organizaciones sin fines de lucro, o Non Profit Corporation (N.P.C.), estas sociedades son una variante de la Corp. que reciben un tratamiento fiscal distinto ya que no buscan un fin de Lucro, claro que esto requiere de acreditación ante el IRS (Internal Revenue Service)

Entre las diferencias que encontramos al momento de constituir y dar origen a una sociedad entre el derecho romano y sus variantes y el derecho anglosajón es que la constitución formal en el derecho anglosajón que es muy básica, ya que solamente incluye determinadas características generales establecidas por la Ley Marco de Sociedad.

En esta nota describo las características de las Corporaciones, detallando paso a paso cómo se constituye una corporación y qué elementos debe incluir y luego explicaré cómo se termina de organizar societariamente una compañía, esa segunda parte vendría a ser lo que conocemos como Estatutos y que en el derecho anglosajón se denomina leyes de la sociedad.

El Procedimiento para la constitución de una sociedad en el estado de Florida, EE.UU.

Lo **primero** que debemos decidir es su denominación, es decir un "nombre" distintivo que no se encuentra registrado en el estado, para que sea la forma en que conocerá a nuestra compañía, el nombre deberá concluir con las siglas Corp. o Inc. o las palabras Corporation o Incorporated.

Lo **segundo** será la duración en años por la cual pretendemos que tenga vigencia la compañía, si bien podemos fijar la vida de la sociedad en meses y/o años usualmente se ponen el máximo permitido por la ley

"Aquí otra diferencia en El Estado de Florida, si una sociedad permanece más de dos años sin ser renovada es dada de baja y si bien puede rehabilitarse pagando lo debido mas multas es posible perder el derecho al uso de la denominación."

Lo **tercero** que se debe incluir, es lo que conocemos como objeto social, es decir a qué tipo de negocios se dedicará nuestra compañía, aquí otra gran diferencia entre sistemas, ya que solo podemos decir que nuestra compañía se dedicará "a todos aquellos asuntos permitidos por las leyes" no debemos tener un objeto social determinado.

Lo **cuarto** que debemos incluir es, la sede social,

es decir el domicilio donde nuestra corporación tendrá la sede principal de sus negocios, obviamente este debe ser un domicilio dentro del estado de registración.

Lo **quinto** que debemos indicar, cuál será el capital de nuestra corporación y como estará dividido, como ya explicamos las corporaciones son similares a las sociedades anónimas cuyo capital se encuentra dividido en acciones. A su vez debemos indicar que tipos de acciones va a tener nuestra compañía y el derecho a voto de las mismas, en la incorporación podemos decidir si hay uno o más tipos de acciones y qué tipo de derecho en la votaciones se le confiere a cada tipo accionario, también decidiremos cual será el capital social, siendo el mínimo a utilizar 1.000 dólares.

El **sexto** elemento que debemos indicar al momento de constituir nuestra corporación es quien será el Agente de Registro, este puede ser una persona física o jurídica registrada en el estado

y si bien el Agente de Registro no tiene facultades para modificar o realizar actos por la corporación es quien está legalmente autorizado a recibir las notificaciones formales cursadas a la corporación.

El **séptimo** elemento a incluir al momento de constituir nuestra compañía serán los datos de identificación de quienes serán sus miembros fundadores es decir nombre completo y dirección, a diferencia de otras legislaciones no hay restricción alguna respecto de los miembros fundadores es decir puede ser constituida por una persona sola, sin importar su nacionalidad, lugar de residencia o edad.

Dicho esto sólo cabe decir que es relativamente sencillo y rápido el trámite de la constitución formal (o incorporación) de una corporación en los EEUU, este es el cuerpo orgánico de nuestra compañía, pero sólo es la primera parte de lo que debemos hacer, luego debemos dedicarnos a redactar junto a un abogado cuáles serán los objetivos específicos, los roles de los miembros de la sociedad y cual el fin último de la misma.

Si antes dijimos que la incorporación es el "Cuerpo Orgánico" de una Sociedad, este documento conocido como By Law o Operating Agreement es sin duda el alma misma de la sociedad. ✓



Una empresa de vanguardia

Por Ariel Arrocha

euroconcept

De la mano de dos exitosos Arquitectos Argentinos y un Ingeniero Mexicano se lanza al mercado local del sur de la Florida esta nueva empresa de desarrollo.

EUROCONCEPT es un concepto que combina construcción tradicional con innovación en el diseño y en la comercialización, enfocada al segmento de viviendas unifamiliares de alta gama.

El talento de los hermanos Gonzalo y Patricio Navarro, directores de **ARX Solutions (arxsolutions.com)** dedicada a proveer servicios de visualización arquitectónica 3D, y la experiencia en análisis, planeación y ejecución de proyectos del ingeniero Enrique Sierra, se combinan en esta nueva empresa.

La visión central radica en optimizar los recursos y agudizar los sentidos para crear diseños más actuales, útiles y progresistas. Esto implica ofrecer casas residenciales de estilo contemporáneo y moderno, que son altamente buscadas por las nuevas generaciones de compradores en barrios como Pinecrest, Coral Gables o Miami Beach; y cuya disponibilidad en el mercado es muy escasa.

En una primera instancia, EUROCONCEPT se presenta al mercado con casas denominadas por sus creadores como

“Signature Homes”, bajo dos modalidades de ejecución:

Proyectos Tipo “Push” y **Proyectos Tipo “Pull”**.

En ambos casos, se trata de casas de más de 6,000 pies cuadrados (más de 600 metros cuadrados) con énfasis en las amenidades y lujos que más agregan valor ante los ojos de los compradores, para optimizar el precio de venta comparado con el costo.

¿Como comienza este proyecto?

El Arq. Gonzalo Navarro, nos dice: todo parte de un exhaustivo estudio de mercado realizado por los técnicos en la materia, que identifican zonas del sur de la Florida que cada día son seleccionadas por un gran número de emprendedores, ejecutivos y profesionales exitosos, cuyo principal propósito es alejarse de la congestión vehicular y los conglomerados de cemento de la zona central de Miami y Fort Lauderdale, pero asegurando una buena inversión por ser barrios de alto poder adquisitivo.

La mayor parte del inventario de bienes raíces disponible en estas zonas, no se condice con los gustos de estos nuevos compradores, ya que la mayoría de estos barrios tradicionales se encuentran viviendas de considerable antigüedad y estilos poco actuales.

¿Como comenzó el proyecto Euroconcept?

El Arq. Patricio Navarro nos cuenta “no es más que la resultante de mi propia experiencia personal y muchas horas de estudio y búsqueda, y explica... vivo en uno de esos barrios desde hace años, la familia creció y considere que era hora de mudarnos, comencé a buscar y recorrer propiedades listadas a la venta y nada nos convencía, todo el inventario disponible eran propiedades con más de 20 años de antigüedad y con un estilo acorde su época de construcción; o bien clásico de la Florida con techos bajos y muchos metros lineales en una sola planta, ya sea en estilo Colonial Español o Tradicional Floridiano.

Nada nos gustaba, y lo poco nuevo que veíamos ya estaba vendido -aun sin haberse terminado. Compartí la frustración con amigos residentes del área y todos habían transitado circunstancias similares.

Así comenzó todo. Luego de comentarlo con mi hermano Gonzalo, nos abocamos a buscar locaciones y pensar en construir; estudiamos la zona, las incidencias, de la tierra y los costos de construcción, y tuvimos a las claras que era un buen negocio. Ahí incorporamos a Enrique Sierra, quien es un ingeniero especializado en administración de proyectos y quien había trabajado con diversas empresas constructoras. Juntos analizamos las zonas y los costos; y de la mano del primer inversionista

comenzamos el camino del diseño, planeación y construcción de la primera casa.

En la introducción se mencionó el concepto Push & Pull. ¿Qué significa?

El Ing. Enrique Sierra, nos explica que un **Proyecto Tipo “Push”** es aquel en donde EUROCONCEPT selecciona la tierra, realiza los estudios y el diseño, construye la casa y la ofrece en venta.

Es decir, es una casa que se construye bajo las especificaciones y características identificadas por un estudio de mercado, y que se ofrece a múltiples clientes potenciales.

Por otra parte, un **Proyecto Tipo “Pull”** es aquel en donde un cliente se compromete a comprar una casa antes de ser construida, y por lo tanto EUROCONCEPT toma en cuenta sus preferencias, gustos y necesidades específicas en el diseño de dicha casa.

¿Qué modelo de inversión utilizan para los Proyectos Tipo “Push”?

Ofrecemos un esquema de Préstamo con Garantía Hipotecaria. Esto significa que el Inversor aporta el capital para la compra de la tierra, los costos livianos (soft costs) y los costos de obra (hard costs).

En EUROCONCEPT ponemos todo el proyecto en nuestras espaldas, y garantizamos la plata del Inversor con una hipoteca en primer grado sobre la tierra, la cual se libera al momento de recibir el pago de la casa terminada por parte del comprador final, y pagar el Préstamo más el rendimiento correspondiente al Inversor.

Como protección adicional para el Inversor, ejecutamos un acuerdo con el Inversor para establecer los términos y condiciones generales, especificando que su rendimiento será de tipo “Preferente”, lo cual significa que su pago tiene prioridad frente a la parte que corresponda a EUROCONCEPT.

¿Cuánto tiempo toma la ejecución de un Proyecto Tipo “Push”?

No más de 24 meses. Son periodos muy razonables, y en EUROCONCEPT nos aseguramos de optimizar el proceso de ejecución, en beneficio de todas las partes.

¿Qué rentabilidad da Euroconcept a un Inversor de un Proyecto Tipo “Push”?

Es una rentabilidad cercana a un 10% anual en dólares americanos, lo cual es bastante considerable al tomar en cuenta que es una inversión tradicional y de bajo riesgo. Este nivel de ganancia es muy atractivo, ya que equivale aproximadamente al doble del promedio de rentabilidad anual que un Inversor podría lograr si comprase propiedades construidas.

¿Cuál es la participación del Inversor en los Proyectos Tipo “Pull”?

Son proyectos donde el Inversor sólo compra la tierra y aporta el capital para pagar los “Soft Costs”.

En este caso EUROCONCEPT busca un comprador final que quiera esa locación, ya sea con un proyecto propuesto o a medida.

Cuando el comprador final firma el contrato y obtiene el financiamiento para el proyecto de construcción,

EUROCONCEPT devuelve al Inversor su capital, y continúa con el proceso de construcción utilizando el crédito del propio comprador.

En este modelo de negocio, EUROCONCEPT y el Inversor coparticipan en las ganancias con porcentajes pre-acordados bajo un esquema de sociedad (Partnership).

¿Cuál es la ventaja competitiva de Euroconcept frente a otros desarrolladores?

Patricio Navarro, nos dice: sin duda nuestra creatividad que nos ha llevado a tener diseños innovadores y queremos volcar toda la experiencia de trabajar con los grandes desarrollos de la Florida en nuestros diseños residenciales, dándole a nuestros productos detalles de calidad y terminación, con la premisa de “lo caro tiene que ser la idea no la materialización” y de esta forma asegurarnos una identidad en los productos que haga que el comprador decida por nuestras casas, y por ende asegurarnos los tiempos comprometidos.

Seguridad Jurídica + Rentabilidad Pactada y Garantizada + Tiempos reales de concreción.

Representantes en Argentina:
Dr. Ariel Arrocha - Cont. Roberto Macho
Tel.: Bs As (11) 5219-3195
Tel.: USA (954) 353-0013
email: aoa@fuentesyarballo.com.ar





Guía para establecer

un Negocio en Miami Documentación requerida.

Por Jesus Aveledo Urdaneta.
Aveledo Urdaneta Asociados. Abogados Consultores. - Caracas Tel.: (0212) 266-3257 - USA Tel.: (786) 345-1720
Email: aveledo@negociosconusa.com

1 Selección de una Entidad de Negocios.

Una corporación extranjera puede hacer negocios en Florida estableciendo una sucursal sin necesidad de organizar una corporativa subsidiaria por separado. Sin embargo, es generalmente preferible crear un subsidiario distinto por razones de impuesto y responsabilidad.

Un subsidiario puede tomar la forma de una corporación, sociedad o compañía de responsabilidad limitada organizada en el estado de la Florida o en otro estado, como por ejemplo, Delaware. Una corporación ofrece los beneficios de responsabilidad limitada, no obstante, una corporación es una entidad tributaria, la cual puede ser sujeta a doble tributación, por ejemplo: se le aplica el cobro de impuestos sobre ambos, sus ganancias corporativas y otra vez sobre dividendos pagados a sus accionistas.

Mientras éste doble impuesto puede ser mitigado al hacer una selección (descrita anteriormente), ésta elección no está disponible para corporaciones con accionistas extranjeros. Una sociedad limitada o Compañía de Responsabilidad Limitada es una responsabilidad limitada, la cual no está sujeta a impuesto sobre los ingresos sobre sus ganancias. Solamente los socios o miembros están sujetos a impuesto sobre sus acciones colocables de ganancia.

Corporaciones Extranjeras. El que una compañía extranjera deba usar una Corporación, sociedad o Compañía de responsabilidad limitada como un subsidiario dependerá de muchos factores, incluyendo el número y residencia de los accionistas / socios, consideraciones de impuesto y materia operacional. Puede que sea preferible para una corporación extranjera organizar una Corporación en Florida sujeta a impuesto y después entrar en un acuerdo gerencial, en el cual el subsidiario de Florida se encargue de ciertos servicios para la fuente extranjera.

Como entidad independiente, la corpora-

ción extranjera debe tomar varias decisiones de pre-incorporación con respecto a la administración y estructura del capital accionario de la entidad.

2 Presentación de Documentos.

Una corporación debe presentar Artículos de incorporación que contengan la siguiente información:

- Un nombre corporativo, el cual debe distinguirse del nombre de otras empresas e identificar la entidad como una corporación. Ejemplo: "Inc. o Corp."
- Dirección del lugar inicial de negocios, el cual puede estar ubicado en las afueras de la Florida.
- El número de acciones autorizadas.
- Una descripción de los derechos de pre-compra, concedido a los accionistas.
- La localidad y nombre de la oficina registrada inicialmente y representante.
- Nombres de los incorporadores de la compañía.

3 Reglamentos.

Los reglamentos aumentan los Artículos de incorporación y regimiento de la administración y regulación de asuntos corporativos, como la elección de funcionarios y directores y la coordinación de asambleas corporativas.

4 Número de Identificación del Empleador Federal.

La corporación debe aplicar en el IRS (Internal Revenue Service), para obtener un número de identificación de empleador federal. Para la aplicación se debe utilizar el Form SS-4.

5 Reporte Anual.

Cada corporación incorporada en Florida o calificada para hacer negocios en Florida debe introducir un reporte anual en el Departamento de Estado. Si éste reporte no es introducido para el 4 de Mayo, la corporación tendrá que pagar honorarios por tardanza,

y eventualmente será disuelta a nivel administrativo por el Departamento de Estado.

6 Documentos Corporativos.

Funcionarios corporativos deben firmar documentos corporativos únicamente dentro de sus capacidades oficiales. Cada documento debe indicar claramente el rango del funcionario que firma en nombre de la corporación.

7 Registro de Marcas.

El otorgamiento de un nombre a una corporativa por el Departamento de Estado no establece ningún derecho para ese nombre. No hay certeza de que el nombre escogido para la corporativa no viole los derechos de alguna otra parte interesada (ejemplo: registro de marca de fábrica federal o estatal o uso precedente). En adición, el otorgamiento del nombre no le proporciona a la corporación una protección de registro de marca para el nombre. Si la corporación va a usar alguna marca de fábrica o servicio de marcas, (incluyendo su nombre corporativo), debe considerar el estado propio o registro federal de las marcas.

8 Nombre ficticio.

La corporación debe usar su nombre completo en todas sus actividades de negocio. Si la corporación desea usar otro nombre que no sea su nombre completo, ya sea en sus documentos o cuando se conteste el teléfono, debe introducir una aplicación para un nombre ficticio en el Departamento de Estado.

9 "S" Selección.

La corporación puede escoger el calificar como una pequeña corporación de negocios bajo el IRC (Internal Revenue Code). La corporación debe consultar con un abogado o un contador antes de hacer ésta selección. Si la corporación decide escoger "S" status, debe introducir el Form 2553 en el IRS a más tardar el día 15 del tercer mes del año fiscal deseado. Sin embargo, hay algunas restricciones sobre la disponibilidad

de ésta elección. Una Selección no es disponible para corporaciones con accionistas extranjeros.

10 Retención de Impuesto sobre el ingreso federal e impuesto sobre la seguridad social.

La corporación puede que tenga que retener del salario pagado a los empleados el impuesto sobre los ingresos y seguridad social. La corporación recibirá automáticamente información correspondiente a la introducción de dichos impuestos después de aplicar por un FEIN. Se deberá establecer un convenio justo para el depósito requerido de dichos impuestos y para la introducción a tiempo de los reembolsos requeridos.

11 Impuesto sobre ingresos corporativo de Florida.

A las corporaciones de Florida que introduzcan reembolsos de impuesto federal se les requiere introducir un reembolso de impuesto sobre los ingresos de una corporativa estatal de Florida. El impuesto sobre los ingresos es basado en un 5.5% del ingreso neto del estado de la Florida sujeto a impuesto, el cual se iguala al ingreso federal de la corporación sujeto a impuesto, con ciertas modificaciones. Para las corporaciones que conducen parte de sus negocios fuera del estado, el ingreso neto es distribuido proporcionalmente.

12 Ventas y Uso de Impuestos.

Si la corporación se va a dedicar a un negocio de ventas o servicio puede que necesite obtener un número de impuesto de ventas del estado de la Florida, coleccionar el impuesto de cada transacción sujeta a impuesto, e introducir periódicamente reportes de impuesto de

ventas. Si la corporación mantiene que una exención, como por ejemplo: venta por reventa, se aplica a su negocio, deberá prestar mucha atención para cumplir con todos los requisitos regulatorios para la exención.

13 Impuesto sobre Propiedad Personal Tangible e Impuesto de Estado Real.

Si la corporación es dueña de una propiedad tangible o real será sujeta al impuesto sobre propiedad personal tangible del estado de la Florida o impuesto sobre estado real de Florida, o ambos. Estos impuestos son asignados anualmente por el condado en el cual están localizadas las propiedades de la corporación.

14 Impuesto sobre Propiedad Personal Intangible.

Si la corporación es dueña de una propiedad intangible, la corporación podrá estar sujeta al impuesto anual sobre propiedad intangible del estado de la Florida. En cualquier caso, deberá cumplir con los requisitos de la ley de impuesto sobre las acciones de la corporación en manos de sus accionistas. La corporación tendrá la opción de introducir en el Departamento de Ingresos de Florida una lista de los accionistas de la corporación o pagar un impuesto sobre todas las acciones de la corporación en nombre de sus accionistas.

15 Licencias Ocupacionales.

La corporación puede que tenga que obtener varias licencias ocupacionales y pagar los honorarios requeridos en los condados y municipalidades en las cuales mantiene negocios. En adición, algunos comercios y profesiones requieren licencias del

Departamento de Negocios y Regulación Profesional de la Florida.

16 Requisitos como Corporación Extranjera.

Si la corporación se dedica a hacer negocios en otros estados que no sea Florida, debe prestar mucha atención a las leyes de impuesto y otros registros en esos estados. La corporación puede que tenga que pagar impuestos a los otros estados o tendrá que calificar para hacer negocios en dichos estados.

17 Remuneración de Empleados.

Si la corporación tendrá tres o más empleados, deberá tener un seguro de remuneración para los empleados. Las compañías de seguro convencional proveen cobertura para la remuneración de empleados. La corporación deberá contactar a su agente de seguros para hacer arreglos para dicha cobertura.

18 Seguro de Pérdida y Responsabilidad.

La corporación debe obtener un seguro de pérdida y responsabilidad para su propiedad y operaciones. La corporación debe también discutir con su agente de seguro otros tipos de seguro que se puedan requerir debido a la naturaleza de la empresa.

19 Impuesto sobre el Desempleo.

Puede ser que a la corporación se le requiera remitir, sobre una base periódica, el impuesto federal sobre el desempleo y de igual manera el impuesto de Florida sobre el desempleo basado en montos pagados a sus empleados. ✓



Planificando

un negocio en la Florida

por Roberto Macho

Cuando alguien comienza a planificar un emprendimiento en la Florida debe considerar una serie de cuestiones que en muchos casos no son conocidas.

Especialmente cuando quien lidera este emprendimiento es extranjero y está proyectando su primera incursión en USA, comete algunas fallas de planificación por el mero hecho de no hacer un profundo análisis del mercado y el ambiente regulatorio y normativo local.

Dichas omisiones en la planificación muchas veces llevan aparejadas consecuencias económicas no deseadas, o en el peor de los casos el fracaso del emprendimiento. En virtud de evitar esta situación siempre es recomendable que se recurra al asesoramiento de un profesional con adecuado conocimiento de estos temas.

En ese sentido es que he intentado en este artículo tocar algunos temas referidos a establecer un negocio en la Florida, que merecen al menos consideración por parte del hombre de negocios y que en numerosas ocasiones son pasados por alto.

Si bien el sistema fiscal federal de USA es uniforme a lo largo de toda la nación (salvo algunas excepciones) los estados tienen la potestad de establecer su propio sistema fiscal y regulatorio. En este artículo tocaremos los puntos específicos que atañen a la regulación estadual de la Florida.

Tipos de Entidades

La formación de entidades está regulada por el estado (no hay entidades federales).

Dentro de las que están disponibles en la Florida encontramos las siguientes:

1. Corporation
2. Limited Liability Company
3. Partnerships (General and Limited)
4. Non for Profit Corporations

Zonas libres de Impuestos (Foreign Trade Zones)

La Florida cuenta con zonas identificadas como FTZ. Con el objetivo de promover el comercio internacional, el gobierno de Estados Unidos establece FTZ que tienen el beneficio de no estar sujetas a impuestos o derechos aduaneros hasta el momento en que los productos ingresen al país. Esto representa una ventaja importante para determinadas modalidades de negocios pues permite un interesante alivio financiero.

Impuestos

La Florida establece una serie de impuestos que sintéticamente son los siguientes:

Impuesto a la renta de Corporaciones:

La Florida grava con un 5.5% la renta neta de corporaciones (C Corporations) sobre la base del ingreso atribuible al estado.

Sales and Use Tax (Impuesto a las ventas): Florida grava con un 6% (i) las ventas a consumidores finales y la renta de bienes tangibles (ii) los alquileres de inmuebles para propósito comercial, (iii) estacionamientos y lugares de almacenamiento (iv) alquileres temporarios (v) admisiones y (vi) bienes tangibles usados o consumidos en el estado aún cuando no hayan sido adquiridos en la Florida. Los condados tienen a su vez la posibilidad de agregar una sobre tasa a este impuesto (v.g. el condado de Miami-Dade grava con una sobre tasa del 1%, por lo que las ventas en el condado quedan gravadas a un 7% total).

Communications Services Tax: este impuesto grava el precio de venta de los servicios de comunicaciones que se originan o terminan en el estado. La tasa varía de acuerdo a cuestiones locales.

Property Tax (Impuesto a la Propiedad): Excepto que exista una excepción expresa, todos los bienes inmuebles están sujetos a este impuesto que año tras año se determina en función de la valuación de la propiedad.

Tangible Personal Property (Impuesto a los bienes tangibles): este impuesto grava a los bienes tangibles que se utilizan en un negocio. Dicho impuesto tiene límites no imponibles y debe ser presentado antes del 1ro de Abril de cada año.

Documentary and Stamp Tax/Transfer (Impuesto de Sellos): este impuesto grava los siguientes instrumentos:

1. Documentación que transfiera bienes raíces o intereses sobre ellos (\$ 0.70 por cada \$ 100)
2. Pagares u otras promesas de pago ejecutadas o entregadas en el estado de la Florida (\$ 0.35 por cada \$ 100 con un máximo de \$ 2,450.-)
3. Hipotecas registradas, documentos de trusts u otro instrumento de deuda (\$ 0.35 por cada \$ 100)

Otros impuestos de Florida

1. Impuesto a las bebidas alcohólicas
2. Impuesto a los cigarrillos
3. Impuesto a los combustibles
4. Impuestos a los combustibles de aviación.

Es importante también mencionar que los siguientes impuestos, comunes en una gran cantidad de estados, NO son parte del sistema impositivo de la Florida:

1. Impuesto Sucesorio (Estate Tax)
2. Impuesto a la renta de individuos, S coporations, Partnerships, Trusts y LLCs que sean transparentes fiscalmente para el impuesto a la renta federal.
3. Impuestos a la propiedad Intangible

Como se puede apreciar, es fundamental incorporar estos temas a cualquier planificación de negocio, ya que el no hacerlo o bien hacerlo de una manera inadecuada puede llevar a costos innecesarios que pueden redundar en el éxito o fracaso del negocio. ✓

UHY Macho & Asociados

AUDITORES Y CONSULTORES

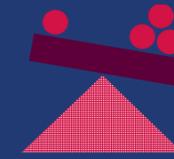
Audit & Assurance



Corporate Tax



Business Advisory & Accounting



Corporate Finance



Corporate Governance



Internationalization



Forensic Accounting & Litigation Support



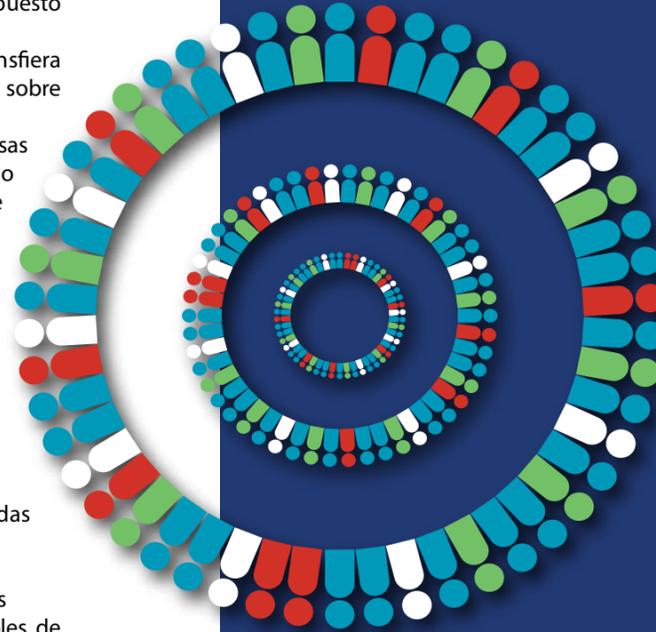
Corporate Recovery & Insolvency



Consulting



Private Client Services



The network for doing business



Argentina

Av. Córdoba 1255 - P3
(1055 AAC) Buenos Aires
+54 (11) 4815 8866

USA

1110 Brickell Av. - Suite 806
Miami, Florida, 33131
+1 (305) 503 2700

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

Independent member of UHY



Preparado por
Leo Roth

Programa EB-5

El mejor camino para obtener la residencia en los EEUU



I. Introducción

Esta nota fue preparada por nuestra firma para explicar todo lo relacionado al Programa de Visas EB-5 y los documentos necesarios para aplicar a esta visa y demostrar al Departamento de Inmigración de los Estados Unidos ("USCIS") cual es la procedencia de los fondos usados para la inversión y que pasos seguir para lograr la residencia.

A través de la visa EB-5-quinta categoría de empleo, un extranjero puede obtener la residencia con la inversión de US\$ 1.000.000,00 (Como dueño de su propio negocio), o de US\$ 500.000,00 (Invirtiendo en un negocio existente aprobado por USCIS, como un Centro Regional).

Ambas categorías son opciones excelentes para los inversionistas que buscan la oportunidad de vivir y trabajar en los EEUU.

II. Opciones existentes para su obtención

A. Inversión en un Centro Regional.

Es una clasificación otorgada por USCIS, a los negocios que demuestren que por cada \$500.000.00 de la inversión recibida, crearán 10 empleos directos o indirectos. Siempre y cuando que con la inversión, se cree empleo y la fuente de los fondos sean verificados, este tipo de inversión permitirá al inversionista obtener la Residencia Permanente.

Para lograrlo, el inversionista tiene que tener en cuenta lo siguiente:

- **Inversión de US\$ 500,000:**

El monto en su totalidad debe ser invertido en el Centro Regional antes de que el Inversionista Extranjero comience el proceso de aplicación para la residencia.

• Empresa Comercial:

Debe de invertir en una empresa comercial dentro de un Centro Regional específico. Un Centro Regional es considerado cualquier programa económico, privado o público que promueva el crecimiento económico, la productividad, que genere mínimo 10 empleos e incremente la inversión doméstica de capital. Generalmente, es mejor invertir en un Centro Regional que esté ya pre-aprobado.

• 10 Empleos Nuevos:

La inversión tiene que crear un mínimo de 10 empleos nuevos, pueden ser directos o indirectos.

• El capital tiene que venir de una fuente legal:

Los inversionistas que inviertan en un Centro Regional tendrán que probar que los fondos de inversión vienen de una fuente legal.

• Su capital estará en Riesgo:

Es requerido que la inversión esté en riesgo. Pero mucho de los Centros Regionales generalmente mantienen los fondos de inversión como depósito de garantía y se desembolsarán los fondos al inversionista sólo cuando la Residencia de los Estados Unidos sea aprobada.

Si la petición es aprobada por el Departamento de Inmigración (USCIS), el inversionista y su familia inmediata obtendrán la residencia condicional por dos años.

Al final del segundo año, se presenta una solicitud al Departamento de

Inmigración de los Estados Unidos ("USCIS") para eliminar la condición, demostrando que los fondos están siendo invertidos y creando empleo.

La inversión hecha a través del programa con un Centro Regional, es ideal para una persona jubilada o un inversionista inactivo debido a su característica de empleo indirecto. El programa relacionado con un Centro Regional remueve el requisito de diez (10) empleos



a tiempo completo y lo sustituye con un requisito de "creación de empleo indirecto" menos estricto, permitiendo al inversionista calificar cuando demuestra que hay una combinación de diez (10) nuevos empleos directos o indirectos al centro regional.

Un inversionista participando en el programa del centro regional puede ser un socio limitado y puede seguir calificando como tal mientras participe en

la creación de las políticas de la empresa. Para los que no están interesados en el manejo diario y la operación de una empresa, los programas del centro regional ofrecen una forma de inversión menos activa de las inversiones del programa regular. Los programas del Centro Regional también no requieren que el inversionista viva en el lugar de la inversión. El inversionista puede vivir en cualquier parte de los Estados Unidos.

Para obtener la residencia permanente por medio de la Visa EB-5, el solicitante debe demostrar con pruebas que los fondos se hayan hecho a través de transferencias bancarias y otras documentaciones aceptables directamente del inversionista a la empresa en la que está invirtiendo. El dinero puede venir de los fondos del inversionista o de regalos o préstamos.

Después que el solicitante complete el análisis sobre el negocio y las finanzas del centro regional en el cual va a invertir, el solicitante hace la inversión y después presenta la petición ante USCIS para llegar a obtener su visa EB-5.

solicitante está legalmente presente en los Estados Unidos él/ella puede someter una aplicación para un ajuste de estatus con El Departamento de Inmigración de los Estados Unidos ("USCIS"). Si el solicitante vive en el extranjero, la aplicación de visa de inmigrante se completa en un consulado Estadounidense que tenga jurisdicción sobre la residencia del solicitante y se requiere una entrevista. El tiempo del

proceso es esencialmente igual que la aplicación de un ajuste de estatus.

La residencia permanente a través de la categoría EB-5 es aprobada de manera condicional por un período de (2) años. Dentro de los noventa (90) días antes de la expiración de la residencia condicional, el inversionista debe someter otra aplicación para demostrar al Departamento de Inmigración que la inversión se ha hecho o sigue en efecto y el requisito de empleo se ha cumplido o mantenido.

Una vez que las condiciones de la residencia sean retiradas, el Departamento de Inmigración otorga la residencia permanente. Desde el momento que se obtiene la residencia condicional hasta que se obtiene la residencia permanente el inversionista debe esperar un tiempo aproximado de 4 años y medio.

Dependiendo de los términos del acuerdo, los inversionistas o bien se convierten en accionistas de la empresa o forman parte de un fondo que presta dinero al proyecto por un período de tiempo determinado.

B. Inversión directa en un negocio.

Para calificar para la residencia permanente bajo el programa regular o de inversión directa en un negocio, los inversionistas deberán:

- Invertir en una nueva empresa.
- Demostrar inversión en al menos US\$1 millón (o \$500,000 en algunos casos) en la empresa
- La creación de al menos diez (10) posiciones de empleo directo a tiempo completo, ciudadanos americanos o legalmente autorizados por el Departamento de Inmigración para trabajar.
- El capital tiene que venir de una fuente legal: Los inversionistas que inviertan en un Centro Regional tendrán que probar que los fondos de inversión vienen de una fuente legal.

III. Ventajas generales del programa

- Una vía directa a la residencia
- Residencia permanente en los Estados Unidos para el extranjero, cónyuge e hijos menores de 21 años.
- Libertad para vivir, trabajar y jubilarse en cualquier parte de los Estados Unidos

- Después de cinco (5) años, el inversionista y su familia pueden obtener la ciudadanía, siempre que se cumplan todos los requisitos de inmigración, tal como exige la ley.
- Beneficios educativos, etc.
- Por favor encuentre a continuación una lista de documentos e información necesaria para demostrar de donde proceden los fondos usados para la inversión.

IV. Documentos Necesarios del Inversionista

- Copia de todas la páginas de los pasaportes de toda su familia
- Hoja de vida del postulante
- Certificación de Ingreso de su empleador
- Balance Personal.
- Copia de las Declaraciones de Impuestos Personales de los últimos años.
- Copia de todas las Declaraciones de Impuestos Personales de los Estados Unidos, si aplica a usted
- Copia de las Declaraciones de Impuesto de todas las empresas donde usted es socio del 2008 al presente dentro de los Estados Unidos o en el extranjero
- Copia de la declaración financiera más reciente o balance general de todas las empresas donde es socio
- Copia de los Estados de cuenta bancarios personales de los últimos 5 años, sean de su país de origen o de los Estados Unidos
- Copia de las patentes de todas las empresas que usted es socio
- Prueba de cualquier propiedad o bienes, tales como títulos de garantía o registros dentro de los Estados Unidos o en el Extranjero
- Copia de las acciones, bonos o certificados de inversión, si aplica.

Espero que la lista anterior le sea de provecho. Como he mencionado anteriormente, esta carta es solamente una introducción general de la Visa EB-5 y los requisitos listados en esta carta pueden variar dependiendo sus circunstancias.

Nota: Es muy importante que el postulante informe a su abogado en el momento de ser entrevistado si él o algún miembro de su familia tiene algún historial criminal, como haber sido detenido, arrestado o si han estado involucrados en cualquier otra situación con las autoridades de los EEUU.

Innovación a través del tiempo

En busca de la competitividad soñada

Preparado por José Barletta
Presidente de Barnews R. Group y Miami Oportunidad

El 2014 parece haber sido el año de la innovación, en especial en estos últimos meses en que surgió un gran furor por este tema que no deja de difundirse cada día con más impacto en todas nuestras actividades y por los más diversos medios.

Aunque han pasado más de 100 años de los intercambios o discusiones entre dos grandes filósofos españoles, Miguel Unamuno y José Ortega y Gasset es como si se volvieran a repetir ciertas polémicas en esa misma temática, pero esta vez como resultado de la innovación misma, esta discusión está más al alcance de todos.

La lapidaria expresión, de Don Miguel Unamuno, cuando expresó: "Que inventen otros", siempre dejó un sabor amargo en los españoles y también siempre existieron acérrimos defensores de esta expresión, ya que viene arraigado en ella el sesgo de la sabiduría y por otro, el deseo de explicar que España estaba mucho más cerca de las letras que de la ciencia misma. El expresaba lo siguiente "... en Suiza no pueden desarrollarse grandes marinos... Alemania, verbigracia, nos da a Kant, y nosotros le damos a Cervantes. Harto hacemos con procurar enterarnos de lo suyo, que su ciencia y su metafísica fecundará nuestra literatura, y ojala nuestra literatura llegue a ser tal que fecunde su ciencia y su metafísica. Y he aquí el significado de mi exclamación, algo paradójica, lo reconozco, "¡que inventen ellos!", exclamación de que tanto finge indignarse algún atropellado cuyo don es el de no querer entender o hacer como que no se entera».



Hoy en día pululan los estudios e investigaciones sobre qué es lo que pasa realmente con este concepto, y cuanto gastan los países en I&D y que logran en aspectos de innovación. Según la columnista de Global Economía, Juliana Ramírez Prado, "Las empresas que más gastan en Investigación y Desarrollo, no son la más innovadoras".

El grupo Bloomberg llevó a cabo una investigación con la idea de crear una lista de países ordenados en base a su capacidad innovadora y con gran agrado pudimos apreciar que este estudio dio como resultado que Argentina se encontraba en el lugar 48 a tan solo tres lugares de Brasil, que ocupó el 45. Corea del Sur, Estados Unidos y Alemania ocupan los tres primeros puestos.

Para esta clasificación se tuvieron en cuenta 7 elementos muy bien definidos, y en un principio se trabajó con un total de más de 200 países. Estos aspectos son:

1. Intensidad de I+D (Total del presupuesto dedicado Investigación y Desarrollo como porcentaje del Producto Bruto Interno).
2. Productividad (Producto Bruto Interno por persona empleada y por hora trabajada).
3. Densidad de Alta Tecnología (Compañías públicas de alta tecnología como un porcentaje de las empresas que cotizan en la bolsa).
4. Concentración de investigación (Número de investigadores de I+D por cada millón de personas).
5. Capacidad manufacturera (Valor agregado de la manufactura como un porcentaje del PBI).
6. Nivel Universitario (Capacidad de matriculación en materias para estudiantes post-secundarios y estudiantes terciarios que se graduaron y que se especializaron en ciencias).
7. Actividad de patentes (Solicitudes de patentes presentadas por millón de habitantes y por cada U\$S 1.000.000 invertido en I+D).

En base a estos puntos se seleccionaron menos de la mitad de los países, y posteriormente se dieron a conocer los ubicados en las 50 primeras posiciones. Allí, la Argentina logró entrar en un lugar que ninguno de los vecinos latinos pudo acceder.

El mejor posicionado fue Estados Unidos, siendo seguido por Corea del Sur y en tercer lugar Alemania. El resto de los 10 primeros fueron: Finlandia, Suecia, Japón, Singapur, Austria, Dinamarca, y Francia.

Es muy común leer en varios estudios sobre este tema, que el crecimiento económico de las sociedades se deriva de las innovaciones e invenciones que posteriormente se convierten en bienes o servicios que irrumpen en el mercado.

Cuando nos interiorizamos que tan solo Corea del Sur registra anualmente diez veces más invenciones que todos los países latinoamericanos juntos o bien que Israel, patenta más desarrollos, hallazgos científicos o productos que todos los habitantes latinoamericanos, especialmente teniendo en cuenta que son sólo ocho millones de habitantes, nos hace pensar que no es fácil recuperar el terreno perdido.

Sólo en el mes de noviembre del 2014, mes en que la AACC organizó un desayuno sobre el tema de Innovación y su impacto en los escenarios de negocios, se llevaron a cabo varios eventos internacionales sobre ese mismo tema y en esos mismos días.

Es clave centrarse de manera más estratégica en el papel de las **políticas a favor de la innovación** para generar un crecimiento más fuerte, menos contaminante y más justo.



En Argentina por ejemplo, durante la segunda semana de este mes se desarrolló en encuentro titulado: **“Congreso Iberoamericano de Ciencia y Tecnología, Innovación y Educación”** con gran difusión y asistencia y con el apoyo del Gobierno de la Ciudad que trabaja intensamente en este tema. En Miami en el Hotel Fontainebleau, en una reunión regional de altos ejecutivos de Mastercard, fue invitado a disertar sobre Innovación y el Emprendedor uno de los conferencistas más reconocidos a nivel internacional y creador del Kellogg School of Management, Dr. Robert Wolcott. Todas sus presentaciones son por demás concurridas y motivadoras y representan una invitación a todos los que participan a conjugar el concepto de innovación.

Ese mismo día el Presidente Barack Obama junto a más de 100 superintendentes de escuelas públicas de todo el país habló sobre la importancia de la innovación en la educación y en especial los logros alcanzados en base al acceso a la Internet con alta velocidad, hecho que ya está presente en más del 40% de todas las escuelas a nivel nacional.

Alberto Carvalho, superintendente of Miami-Dade County Public Schools, tuvo a su cargo la introducción del Presidente Obama en tan importante reunión en la Casa Blanca y lo hizo con este mensaje: **“This is a game changer.”**

Es interesante destacar que las autoridades de Miami Dade no se han quedado atrás en materia de Innovación y han creado en el año 2013, la incubadora Miami Venture Hive, en la que manejan un programa de aceleración de startups. La aceleradora e incubadora busca empresas y jóvenes emprendedores que desarrollen su actividad profesional en los sectores creativos (arte, música, diseño, moda, etc.), financiero, de salud, hostelería y turismo, comercio y logística. Su objetivo es ayudar a las empresas participantes a crecer de forma sostenida y exponencial con un gran sesgo de innovación.

Carlos Montaner, reconocido columnista escribió sobre este tema con el título **“Por qué hay tan poca innovación en América Latina”** y de una forma

interesante describe como todos los países de la región siguen perdiendo terreno y se dedican tan solo a ser usuarios de todo lo que inventan los otros. Montaner cita a nuestro compatriota Andrés Oppenheimer, y en especial su obra ¡Crear o morir! La esperanza de Latinoamérica y las cinco claves de la innovación, en el que expone una cruda realidad de nuestra región.

“Innovación” es un tema apasionante y nuestro Presidente Dr. Luis Cariola, tuvo la iniciativa de ponerlo en la agenda de la AACC a través del reciente desayuno de negocios con gran acogida y darle un ímpetu muy especial para llegar a crear nuevamente una sección **“Ciencia y Tecnología”** en nuestra cámara, a fin de seguir profundizando en estos conceptos tan importantes para todos nuestros miembros.

La innovación -que implica tanto la creación como difusión de productos, procesos y métodos- es un aspecto decisivo de la solución; al proporcionar los cimientos para nuevas industrias, empresas y trabajos.

El crecimiento inducido por la innovación también hace que sea más fácil para los gobiernos considerar los diversos problemas que deben enfrentar. La innovación ya es un importante impulsor del crecimiento en algunos países y esto queda claro con la estrategia fijada por la OCDE que muestra un camino a seguir por los países teniendo en cuenta la necesidad de cambiar el orden de prioridad en las políticas para la innovación.

A continuación se transcribe algo muy interesante publicado por la OCDE en relación a la Estrategia de Innovación donde se recalca la necesidad de una mejor conjunción entre los insumos de la oferta y el lado de la demanda, incluido el papel que desempeñan los mercados.

Además, las medidas normativas necesitan reflejar la cambiante naturaleza de la innovación. Esto implica dar una atención especial a lo siguiente:

- Es clave centrarse de manera más estratégica en el papel de las políticas a favor de la innovación para generar un crecimiento más fuerte, menos contaminante y más justo.
- Ampliar políticas para promover la innovación además de la ciencia y la tecnología para reconocer que esta implica una amplia gama de inversiones en activos intangibles y de participantes.
- Políticas de educación y capacitación adaptadas a las necesidades de la sociedad actual, para habilitar a la gente en toda la sociedad para que sea creativa, participe en la innovación y se beneficie de sus resultados.
- Mayor atención normativa a la creación y desarrollo de nuevas empresas y su papel en la creación de innovaciones claves y fundamentales, así como de nuevos empleos.
- Especial atención al papel fundamental de la investigación científica para permitir la innovación radical y proporcionar los cimientos para la innovación futura.
- Mejores mecanismos para promover la difusión y aplicación del conocimiento mediante redes y mercados con buen funcionamiento.
- Atención al papel del gobierno al crear nuevas plataformas para la innovación; por ejemplo, mediante el desarrollo de redes de banda ancha de alta velocidad.
- Nuevas tácticas y mecanismos de gobernabilidad para la cooperación internacional en ciencia y tecnología para ayudar a enfrentar los problemas mundiales y compartir los costos y los riesgos.
- Sistemas para medir el concepto más amplio y más interconectado de la innovación y sus efectos para guiar la formulación de políticas.

Con estos mensajes de la OCDE damos por terminada esta nota, que fue ideada solamente para motivar a todos los miembros de nuestra cámara y lectores a no descuidar este tema que tanto impacto está teniendo en todos los escenarios donde desarrollamos nuestras más diversas actividades. ✓

Evento fundado por Bruce Orosz y auspiciado por La Martina



Otro atractivo de esta hermosa Ciudad

La décima edición de la Copa Mundial de Polo de Playa se realizó en 2014 en las arenas de Miami Beach, algunos de los polistas mejor ranqueados del mundo tomaron parte en el torneo, que duro cuatro días.

Participaron en la Copa Mundial los equipos de La Martina, Metropolitan, The Raleigh, Comcast, Yellow Cab y Tommy Kato's y en el equipo de damas La Martina, Eden Roc, Fontainebleau y E Entertainment.

Este fue sin duda uno de los eventos más importantes de la región no solo en lo deportivo sino también en el calendario social de esta Ciudad que se posiciona tras más de una década como una de las sedes más importantes del Mundo de esta especialidad deportiva.

Más de 10,000 personas asisten cada año a la Copa Mundial de Polo Playa en Miami Beach y este torneo atrae jugadores de diversos países que se dan cita en este trascendental encuentro jugadores de Rusia, Suiza y Malasia, además de los hábiles de Sudamérica, entre ellos los argentinos, quienes son considerados entre los mejores jugadores del mundo.

Estuvo presente en el certamen el Dr. Jesús Aveledo director de nuestra publicación quien es un entusiasta de este deporte que practica y un fanático del Polo en general, pero especialmente del Polo Argentino.

por la Redacción de Negocios USA

Miami Beach Capital Mundial del Polo de playa

Fotos: Ricardo Ramia - www.ricardoramia.com



Una guía para el buen Golf y Foot Golf en Miami

Preparado Charlie DeLuca Jr., Charlie DeLuca III y la redacción



Cualquiera que esté familiarizado con el golf en el sur de la Florida reconoce el nombre de Charlie DeLuca, Jr. y su hijo, una dupla que no deja de sorprender por sus increíbles iniciativas tendientes a promover no sólo el buen Golf

dentro de la juventud, sino últimamente también el Footgolf deporte que toma cada día mas ímpetu tanto a nivel mundial como localmente.

DeLuca padre, creció en el sur de Florida, se distinguió como un destacado golfista al frente de su equipo de Edison High School para el Campeonato Estatal. Fue miembro del equipo de golf All-Navy. Cuando regresó a Miami, fue el profesional de golf más joven de los Estados Unidos como empleado del Miami Lakes Inn and Country Club.

Estos son algunos de los aspectos más destacados de su carrera: Elegido para el prestigioso South Florida PGA Salón de la Fama en 2003, miembro del Classification Golf Committee (1989-2002). Estableció el Centro de Desarrollo Sandra DeLuca, miembro de la (USGA) Public Committee Championship Links Association de Estados Unidos (1989-2002), Florida Golf Ejecutivo del Año (1977), 1999 Premio Humanitario como "Mr. Golf" modelo a seguir para los Juegos Olímpicos de la Juventud y lanzó la idea para el Programa Tag placa de la Florida Golf, que ofrece más de \$ 1 millón al año para el golf juvenil en todo el estado.



A sólo 3 minutos del Aeropuerto de Miami

La mejor alternativa para eventos corporativos - Campo de Golf con nuevo diseño a partir de Octubre 2014

Charlie DeLuca es uno de los miembros fundadores de la Asociación Amateur Golf Dade ("DAGA") y del First Tee Miami. Sus eventos inspirados de liderazgo como el Doral Publix Junior Golf Classic han sido reconocidos a nivel internacional. Ellos han influenciado las vidas de miles de jugadores de golf en todo el mundo.

sido su dedicación al apoyo de golfistas jóvenes y niños con necesidades especiales. Ellos nos explicaron, que todo el mundo necesita la oportunidad de desarrollar las habilidades de la vida y aprender a competir en su propio nivel.

La apretada agenda de DeLuca padre, los tiene involucrado en el golf todos los días y junto a su hijo quién sigue sus pasos con gran entrega y profesionalismo no dejan de obtener nuevos logros.

Queremos que todos los niños aprendan a no darse por vencidos, y a seguir intentándolo. Un ejemplo perfecto es el caso del reconocido profesional Erick Compton, nuestro gran amigo y parte de nuestras iniciativas, quién con dos transplantes de corazón, ha logrado éxitos increíbles, como por ejemplo el 2do. puesto en el USA Open del 2014.



Finalmente nos hablaron los DeLuca, de más de 30 años de éxitos del Doral Publix Junior Golf Classic, evento que ha Convertido el Doral Trump en un punto de encuentro internacional, para los jóvenes en el que participan un promedio de 700 jugadores de más de 30 países. Ya se puso en marcha el nuevo torneo para diciembre 2014.



Hoy cuentan con nuevas instalaciones en Melreese, un Centro Familiar para lograr ayudar a los niños, no sólo en el mundo del golf, sino en sus propias tareas escolares, con apoyo de aula para que cumplan sus tareas diarias.

A partir del mes de Octubre nos explicaron que el nuevo rediseño del campo de golf "International Links (Melreese) conjuntamente con el más moderno y avanzado campo del FootGolf, van a estar 100 % en operación con increíbles torneos programados para ambos deportes recibiendo jugadores de numerables países. ✓

Su hijo nos comentó: "Hemos tenido la oportunidad de inculcar a través del tiempo Valores Fundamentales a miles de jóvenes y ayudarlos a convertirse en buenos ciudadanos". Una verdadera guía para lograr un excelente comportamiento a todo nivel.



Un tema común, ha



FootGolf El mejor juego jamás inventado...

La experiencia y la pasión del fútbol con la elegancia y precisión del golf.

1802 NW 37th Ave, Miami FL 33125 / T. 305-633-4583
www.internationallinksgolfclub.com / www.miamifootgolf.net

FLORIDA FOOTGOLF ASSOCIATION



GUÍA EMPRESARIAL

PARA EVITAR OBSTÁCULOS INVISIBLES

Por Dr. Ing. Mario S. Golab, MBA, MIP

Lo que el aire es para una persona, la Propiedad Intelectual (Marcas, Patentes, Derechos de Autor, Secretos Comerciales e Industriales) lo es en el ámbito comercial; rodea todo, permea todo, da vida legal a casi todo.

La presencia de derechos de Propiedad Intelectual en casi todos los aspectos de la vida comercial crea obstáculos invisibles que pueden resultar sumamente perjudiciales.

Estos obstáculos, además de poder ser financieramente mortales, serán dolorosamente caros para aquellos emprendimientos que no tomaran los recaudos para identificarlos tempranamente.

Un emprendimiento, por más pequeño que sea, tiene un nombre/identidad comercial y este nombre, ya sea registrado o no, es una Marca. La forma en que opera este emprendimiento y lo diferencia de su competidor, ya sea por sus métodos, lista de proveedores y clientes, o manera de hacer las cosas, constituye su Secreto Comercial.

o más Patentes de invención. Casi todos los textos, incluyendo aquellos utilizados en envases, música, fotos, diseños, etc., están protegidos por Derechos de Autor.

Todos estos elementos distintivos son conocidos como Propiedad Intelectual y son generalmente invisibles a los ojos de una persona sin preparación legal.

Toda Propiedad Intelectual tiene dueño y por lo tanto constituye un obstáculo legal y comercial que debe ser identificado mediante una auditoría antes de que se conviertan en un problema costoso o criminal.

Para conducir una auditoría de Marcas en su empresa, siga los siguientes pasos:

- 1 Identifique las Marcas y lemas, textos y logotipos, que usa su empresa en sus productos, servicios.
- 2 Conduzca una búsqueda de disponibilidad de Marca en los registros federales, estatales, de dominio, y en la literatura comercial, para liberar el uso de estas Marcas.
- 3 Solo una vez verificada la disponibilidad de una Marca, pero antes de usarla, registre aquellas Marcas que formen la identidad de familia de productos y servicios. Asigne modelos a aquellos miembros de una misma familia de una Marca.
- 4 Identifique las Marcas de los productos y servicios de sus proveedores que su empresa comercializa o incorpora en sus propios productos.
- 5 Obtenga permisos de uso del dueño de cada Marca de los productos de sus proveedores, especialmente si piensa incorporarlos en la publicidad de su empresa.

Todas las empresas tienen Secretos

Comerciales y/o Industriales.

Estos secretos solo se mantienen si son activamente protegidos mediante contratos que limitan el acceso a la información a aquellos que tienen una necesidad de saber. Los secretos no se registran, por eso resulta más difícil protegerlos.

Para conducir una auditoría de Secretos Comerciales y/o Industriales de su empresa, siga los siguientes pasos:

- 1 Identifique los clientes, proveedores, apoyo externo, contratistas, elementos de logística, métodos y procesos de producción y comercialización, contables, de mercadotecnia, de distribución, y todo tipo de conocimientos que en suma hacen de su empresa distinta de sus competidores.
- 2 Identifique que información debe mantenerse secreta y cual puede diseminarse.
- 3 Designe a un censor para que determine en forma dinámica que información nueva debe ser protegida.
- 4 Identifique qué miembro de su personal tiene acceso a qué información confidencial.
- 5 Para cada miembro de su empresa verifique que el acceso a la información confidencial sea el estrictamente necesario.
- 6 Verifique que cada miembro suscribió un contrato de confidencialidad y de no competencia como condición de trabajo en la empresa.
- 7 Verifique que cada miembro haya suscrito un nuevo acuerdo de confidencialidad específico antes de cambiar de posición dentro de la empresa.

Para conducir una auditoría de

Derechos de Autor, siga los siguientes pasos:

- 1 Identifique cualquier producto o servicio que contenga elementos artísticos como ser arte, composiciones musicales, sitios de internet, software, publicidad, literatura de todo tipo, coreografías, diseños arquitectónicos, etc., ya sea generado en la empresa o proveniente de proveedores.
- 2 Identifique al/los autor/es del material generado dentro de la empresa.
- 3 Verifique que cada autor haya suscrito un contrato de cesión de autoría a favor de la empresa antes de haber creado el trabajo artístico.
- 4 Identifique al dueño del material artístico adquirido. Recuerde que el proveedor de este material puede no ser el dueño de los derechos autorales.
- 5 Verifique que el dueño o el proveedor del material artístico le otorgue las licencias correspondientes para la comercialización de los derechos autorales.
- 6 Registre aquellos trabajos artísticos creados en su empresa.

Para conducir una auditoría de Patentes de invención, siga los siguientes pasos:

- 1 Identifique cualquier producto, método, composición de materiales, diseño de producto, software, semilla o planta, que utilice o comercialice la empresa, ya sean estos generados en la empresa o provenientes de proveedores.
- 2 Identifique al/los inventor/es del invento generado dentro de la empresa.
- 3 Verifique que cada inventor haya suscrito un contrato de cesión del invento a favor de la empresa antes de haber inventado.
- 4 Identifique al dueño de las Patentes incorporadas en los productos o servicios adquiridos. Recuerde que el proveedor de este material puede no ser el dueño de la Patente.
- 5 Verifique que el proveedor tenga la licencia apropiada para comercializar el producto o método patentado y haya suscrito un contrato de indemnización por uso indebido de la Patente.
- 6 Verifique que el dueño o el proveedor de la patente le otorgue las licencias de Patente correspondientes para la comercialización de los productos y/o servicios que incorporen estos inventos.

Parecería que todos estos pasos de auditoría son tediosos y costosos en tiempo y recursos, pero la opción es caminar a ciegas en un campo minado de juicios.

La riqueza de EUA y de casi todas las naciones avanzadas está basada no en la riqueza descubrible bajo la tierra sino bajo el cabello. Todo lo que crea el cerebro humano es mucho más valioso de lo que puede generar la tierra.

Firmas especializadas en propiedad intelectual, como **Golab Intellectual Property**, cuentan con los profesionales idóneos para identificar, neutralizar, y evitar los obstáculos invisibles y al mismo tiempo beneficiarse económicamente de los activos intelectuales que produce la empresa. ✓

© 2014 Dr. Ing. Mario S. Golab, MBA, MIP; Golab Intellectual Property www.golabip.com

NEGOCIOS

NEGOCIOS



GOLAB
INTELLECTUAL
PROPERTY

Llámenos.

La primera consulta es gratuita!
(305) 720-2080
mario@golabip.com

Donde la Ciencia, los Negocios y la Ley se encuentran.

- Patentes
- Marcas
- Derechos de Autor
- Internet
- Secretos Comerciales e Industriales
- Entretenimiento
- Registro
- Licencias y Franquicias
- Litigios
- Auditoría de Propiedad Intelectual
- Consultoría Empresarial
- Usos Estratégicos



www.golabip.com

Preparada por
Alfredo Di Sanso,
equipo editor

EXEL

Exel es un laboratorio que desde 1990 se dedica al desarrollo de productos caracterizados por su altísima calidad, producto de una intensa actividad de investigación biotecnológica basada en componentes obtenidos de espacios con contaminación cero.

Esta empresa fundada en 1990 opera en la actualidad con Arabia Saudita, Australia, Bolivia, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, España, Estados Unidos, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Ucrania, Uruguay, Venezuela.



Héctor Lo Rigo
Presidente de Exel Boutiques

Nuevo desafío y futuro desembarco en USA

Las EXEL Boutiques dan nacimiento al área de franquicias de Exel y traen un concepto absolutamente innovador en materia de tiendas temáticas a nivel mundial.

Son tiendas tematizadas de COSMETICA INTELIGENTE para la belleza, la salud y el bienestar que cuentan con zonificaciones especialmente diseñadas; tanto para consumidoras finales como para profesionales de la Estética y "Espacios de Experiencias Estéticas" donde se destacan un Wellness Space, un Beauty Center y un Test Point de producto.

Con el aval y la trayectoria de BIOCOSMETICA EXEL, la línea de cosmética profesional argentina que más se conoce en el mundo, la Boutique llega a la Argentina luego de ser testada en Europa. ✓

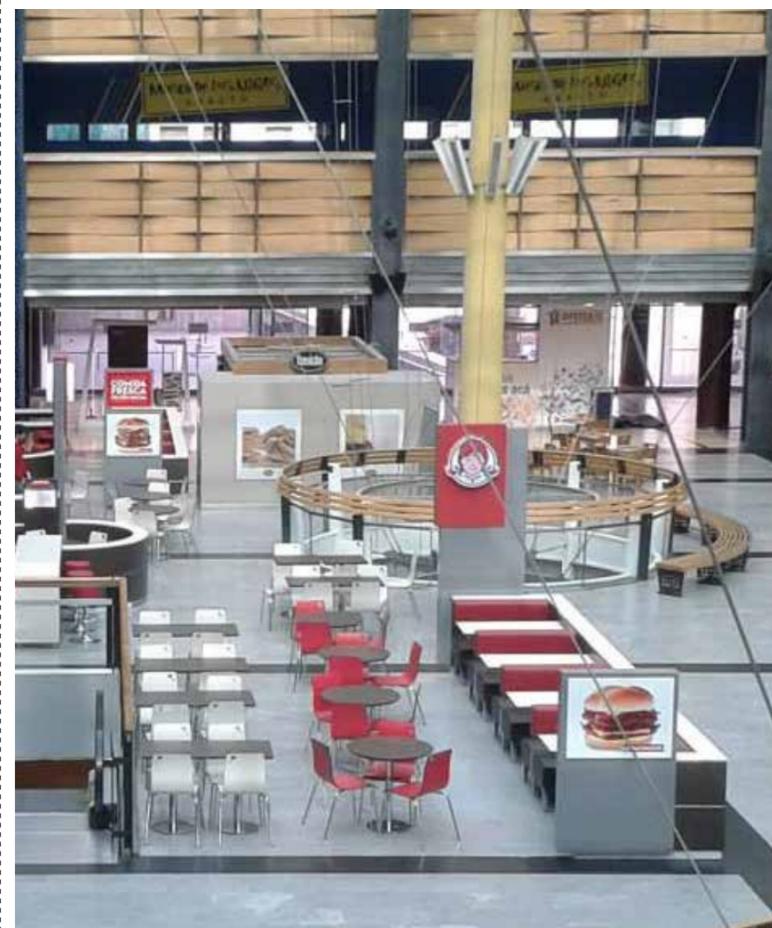


Kraftwelt argentina

Esta pujante empresa Argentina fundada por los Arquitectos Daniel Stinchi y Claudio Fraga, se dedica con éxito a la creación de Imagen Corporativa, empleando las más modernas herramientas de diseño y la creatividad de sus profesionales.

Kraftwelt crea la imagen que sus clientes desean mostrar, para luego volcarlas en diseños arquitectónicos de vanguardia, entre sus muchos clientes institucionales, Bancos y compañías nacionales y multinacionales, está el grupo Wendys el cual le encargara a esta empresa local los diseños para sus locales de Argentina, Chile y Brasil.

Tal ha sido la aceptación de los mismos que estarán en los próximos meses desembarcando en los Estados Unidos exportando diseño y creatividad Argentina de excelencia. ✓



LA GUÍA MÁS COMPLETA Y ACTUALIZADA

idea

INSTITUTO PARA EL
DESARROLLO EMPRESARIAL
DE LA ARGENTINA

Buenos Aires, 5 de mayo de 2015
IDEA, Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina, renovó su directorio para el año 2015 y eligió al Lic. Ignacio Stegmann, Presidente de 3M Argentina S.A. como su presidente.

Conformando la nueva conducción lo secundan Vicepresidente 1º: **Dr. Guillermo M. Lipera**, Vicepresidente 2º: **Dr. Gabriel D. Martino**, Secretario: **Dr. Juan Manuel Vaquer**, Tesorero: **Ing. Roberto Murchison**.



Lic. Ignacio Stegmann



Cámara Argentina de Comercio



La Cámara Argentina de Comercio representa desde 1924 al sector empresario del comercio, los servicios y el turismo en todo el ámbito de la República Argentina y nuclea a más de 970 entidades sectoriales y regionales y numerosas empresas.

Además, representa tanto a los grandes establecimientos comerciales, de servicios y de turismo, a las pequeñas y medianas empresas en todo el país, como a los representantes del comercio mayorista y minorista.

La Cámara renovo parcialmente a sus autoridades, siendo la nueva conformación la siguiente:

Carlos R. de la Vega fue reelecto como Presidente, quien estará acompañado en la Mesa Ejecutiva por:
Manuel Ribeiro (Presidente de Ribeiro S.A.), Vicepresidente I;
Guillermo Dietrich (Dietrich S.A.), Vicepresidente II;
Jorge Luis Di Fiori (Di Fiori y Cía.), Vicepresidente III;
Alberto Dragotto (Cámara de Comercio de Córdoba), Secretario;
Luis A. Bertolini (I.M.S. Internacional Marketing Service), Tesorero;
Natalio Mario Grinman (Federación Económica de Entre Ríos), entre otras autoridades.



Final Polo US Open Copa Maserati

Fotos: Ricardo Ramia - www.ricardoramia.com



ARGENTINE AMERICAN AAOCC

CHAMBER OF COMMERCE OF FLORIDA

EXCELLENCE & OPPORTUNITY | EXCELENCIA Y OPORTUNIDAD

BUSINESS COMERCIO ARTE
FINANCING TURISMO
TECHNOLOGY TECNOLOGIA
NEGOCIOS ART INVESTMENTS
INVERSIONES FINANZAS
TOURISM COMMERCE

UN MEDIO PARA LOGRAR
PRESENCIA PROACTIVA
EN MIAMI



(305) 357-8047
www.argentineamerican.org



Coaching Corporativo



A fin de que se puedan aprovechar al máximo los servicios de "Coaching" que brinda nuestro grupo con empresas de los más diversos tamaños y sectores, y también en forma individual, diseñamos esta guía, en la que tratamos de resumir en solo 10 pasos las bases de nuestro método.

Hemos dado una destacada importancia a la llamada "Inteligencia Cultural", ya que hoy en día tiene una gran implicancia en el comportamiento de cualquier tipo de organización especialmente en aquellas áreas donde existe más diversidad social y étnica.

A este concepto se lo relaciona con la capacidad de tener éxito en el trabajo en el que interactúan diversos tipos de culturas y en varios casos personal de distintas generaciones.

Se trata de la habilidad para entender contextos desconocidos, aceptar cambios de paradigmas y refinar la capacidad de predicción en gestión de negocios. En realidad estamos frente a un rediseño del aprendizaje, donde imperan los cambios de sistemas de creencias, hábitos, diversidad cultural y generacional que en algunos casos, limitan el buen desempeño del trabajo en equipo.

Todos estos conceptos, aparte de la convergencia de tecnologías, cambian

el rol del líder en el presente. Ellos deben planificar, diseñar, conducir y gerenciar aprendiendo y respetando las idiosincrasias de los distintos elementos culturales participantes y lo más importante, aceptando las nuevas formas de comunicación, interacción y participación entre las partes. Para incrementar las posibilidades de

"Una forma de ayudar a crear sinergia de habilidades interpersonales e interculturales dentro de su organización, para triunfar no sólo en los negocios, sino en la vida misma".

éxito financiero, comercial, operacional y humano en negocios interculturales, debe realizarse no sólo las cuidadosas y meticulosas investigaciones de mercado sino también incluir esta herramienta denominada coaching corporativo. Coaching es el procedimiento que permite acompañar, aconsejar, instruir, medir, entrenar y guiar a una persona o grupo. El objetivo es descubrir y clarificar lo que la persona u organización quiere y asistirlo a que lo logre.

Es un proceso netamente interactivo, participativo, transparente a través del cual se determinan los métodos más eficientes, claros y concretos para alcanzar determinados objetivos, como por ejemplo técnicas para incrementar las ventas y mejorar la negociación o un plan determinado adaptándose a los cambios en la forma de gestión y

gerenciamiento.

A diferencia de las terapias convencionales, el coaching es un sistema muy preciso enfocado a lograr el futuro deseado. Es un proceso de crecimiento continuo, orientado a la acción directa y medible.

Hay similitudes entre el coaching empresarial y el deportivo. En este último, el coach sustenta e impulsa al atleta a lograr el mejor juego o acción, apoya al deportista cuando está exhausto, enseña estrategias y planear anticipadamente a la competición y predicción de riesgos. De igual manera, el coaching empresarial se enfoca en crear un negocio exitoso.

Es un método muy bien probado y usado por gran cantidad de empresas de diversos tamaños y también en forma individual para desarrollar liderazgo e incrementar el rendimiento y la sinergia para alcanzar determinados objetivos fijados en base a los recursos propios y lo más importante desarrollar todas sus habilidades y creatividad. ✓

Un homenaje muy especial

Nuestra redacción y todo el equipo de Negocios USA rinde un tributo especial a la Dra. Rivka Bertisch Meir, que falleció recientemente.



Siempre recordaremos sus múltiples iniciativas, entrega y devoción en todas las participaciones en proyectos en los que pudimos disfrutar de sus conocimientos y experiencia. El Grupo que ha creado, seguirá activo y ella de una forma u otra estará presente en el mismo.



Estos son los pasos mencionados de esta guía que hemos tratado de integrar:

- 1 Entender qué es "Coaching":** es un método muy utilizado por gobiernos, grandes y reconocidas organizaciones, que consiste en acompañar, instruir y entrenar a una persona o a un grupo de ellas, con el objetivo de conseguir alguna meta determinada o bien para desarrollar habilidades específicas.
- 2 Planificar:** Contar con un claro Plan de Negocios dentro de la organización donde se determinen claros objetivos y metas medibles - Es esencial para todo proceso de coaching, tener estos objetivos definidos que servirán de guía para la toma de decisiones y acciones y permitan cuantificar los resultados esperados. Definir esas metas tanto personales como corporativas, y asegurarse que las mismas queden especificadas dentro de las funciones de cada una de las personas que integran la organización y de la sección responsable de llevarla a cabo.
- 3 Definir:** Crear un Plan de Acción, con el máximo detalle posible. - Una vez reunida toda la información, hay que actuar de forma sostenida en el tiempo. El coach acompañará y facilitará de cerca este proceso ayudando a superar las dificultades que aparecen al llevar a la práctica las actuaciones. Normalmente se definen las tareas denominadas críticas y se da especial cuidado al tratamiento de las mismas.
- 4 Organizar:** Asegurarse que se hayan tenido en cuenta detalles organizacionales, tales como: Organigrama, funciones, términos de referencia de cada uno de los que integran la empresa, documentación de todos los procesos y calificación de sus integrantes, factor que se torna muy importante en la empresa multicultural e internacional.
- 5 SWOT:** Observar en detalle la organización a fin de que se detecten debilidades, fortalezas, oportunidades y peligros. Análisis "SWOT" (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats).
- 6 Proponer:** considerar diferentes modelos de acción y soluciones y permitir al ejecutivo elegir entre las alternativas de que dispone para alcanzar sus objetivos.
- 7 Permitir:** usar el poder de elección y priorizar. Tener en cuenta que la observación permite la toma de conciencia del estado actual de la organización y de nuestra posible intervención para ser parte proactiva en la misma para resolver cualquier tipo de problemas o conflictos que se presenten.
- 8 Seleccionar herramientas:** que permitan lograr resultados, básicamente acerca del poder de elección. El coach centrará al o los empleados en las elecciones y decisiones que se adopten y sus consecuencias, brindándole herramientas específicas para elegir conscientemente y con mayor efectividad.
- 9 Medir/Monitorear resultados:** En todo momento es imprescindible comprobar si se acercan o se alejan del objetivo marcado. Esto permitirá tomar acciones correctivas y así contribuir a la obtención de los logros buscados.
- 10 Evaluar:** En base a todas las tareas desarrolladas, hacer una evaluación detallada de los resultados logrados, los ajustes necesarios al plan y las recomendaciones bien concretas para asegurar que el plan quede ajustado, y que no existan dudas dentro de la organización sobre cuál es el rol de cada uno de los integrantes de la misma.



En esta guía de 10 puntos debemos mencionar que cada intervención de coaching es acompañada por las siguientes acciones:

- Diagnóstico de la situación actual.
- Ajustes al plan de acción y priorización de sus componentes.
- Modificación de actitudes.
- Detección de debilidades y áreas de conflictos.
- Estimulación a todo nivel para el cumplimiento de objetivos.
- Motivación (empowerment) y entrenamiento a todo nivel.
- Ajustes de aspectos organizacionales para asegurar mejor rendimiento.

El proceso de Coaching es sin duda considerado un elemento estratégico que usan las corporaciones para lograr el máximo rendimiento de su principal capital que es el humano y nosotros, en Doctor Rivka Group estamos por demás experimentados en la puesta en marcha de esta increíble herramienta de desarrollo, innovación, motivación y empowerment.

Doctor Rivka Group está formado por profesionales académicos reconocidos internacionalmente, multifacéticos, multiculturales, multilingües e integrativos en varias disciplinas.

COACHING TELEFONICO Y SKYPE
Disponible para cada evento



DOCTOR RIVKA GROUP
Desarrollo Integral Corporativo y Personal
Corporate and Personal Integrative Development

info@DoctorRivka.com
USA & Canada: (917) 770-7971 / (917) 517-3044
Desde el resto del mundo: +(1) 305-682-8755
Skype: DoctorRivkaMiami
www.DoctorRivka.com



100%
Aprobación en Visas EB-5

Professional Center at Riviera Point

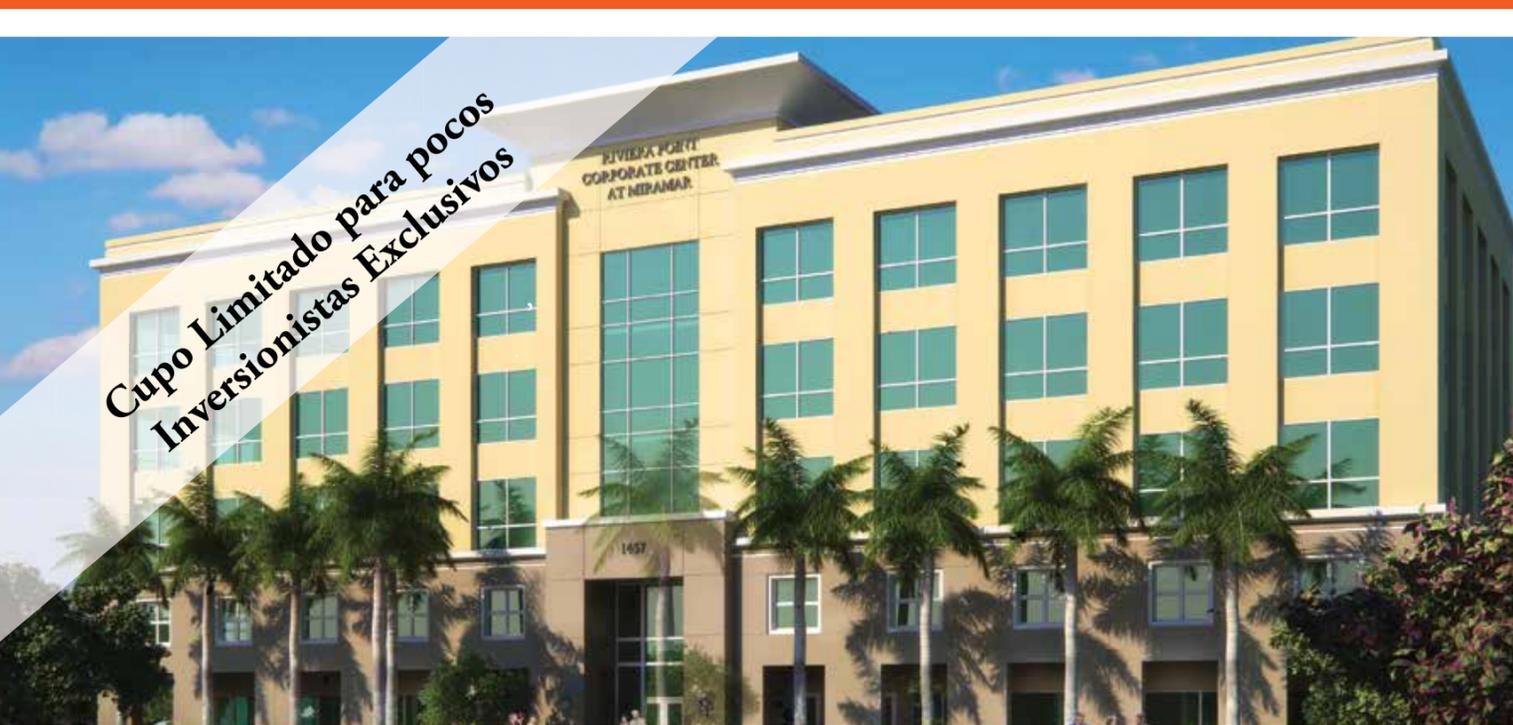
Nuestro Primer Proyecto EB-5 con Gran Exito!



Una manera eficaz
de establecerse
legalmente en EE.UU.

**VISAS
EB-5**

Obtenga la residencia y la mayoría de los beneficios de un Ciudadano Americano



Cupo Limitado para pocos
Inversionistas Exclusivos

Riviera Point Corporate Center at Miramar

Nuestro Próximo Proyecto EB-5



Riviera Point Business Center en Doral, totalmente suscrito por inversionistas EB-5 y que comenzará la construcción en último trimestre 2014-



Riviera Point Corporate Center, 72,000 pies cuadrados de oficinas en la Ciudad de Miramar, sobre el corredor de la I-75.



Professional Center at Riviera Point, donde tenemos inversionistas de Sur América y China. 100% de aprobación.

Nuestros Proyectos



RIVIERA POINT
DEVELOPMENT GROUP

Trabaje, estudie y viva legalmente en los Estados Unidos. Su participación en nuestro plan de negocios sobre el proyecto de oficinas Riviera Point Corporate Center at Miramar es su forma más eficaz de calificar al programa EB-5 del USCIS.

Para más información sobre esta inversión visite nuestro website www.rivierapmo.com o llámenos al 305 - 433 - 2397



Parte del Regional Center Florida
EB5 Investment, LLC

201 S Biscayne Blvd, Suite 903
Miami Florida 33131

Tel 305 - 433 - 2397
Fax 305 - 677 - 2786

info@rivierapmo.com
www.rivierapmo.com



FUENTES Y ARBALLO
ARROCHA & ASOCIADOS
— A B O G A D O S —
BUENOS AIRES - ARGENTINA

Asesorando desde hace más de 25 años
en negocios e inversiones internacionales

- Constitución de Fideicomisos y fondos de inversión
- Estructuración societaria a nivel local y para inversiones fuera del país
- Constitución de sociedades en los EE.UU., Europa y el Caribe
- Asesoramiento sobre la Ley de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LATF)
- Asesoramiento sobre procedimientos y deberes de información ante la UIF

Av. Corrientes 457, Piso 9, Ciudad Autónoma de Buenos Aires
CP C1043AAE, República Argentina
Teléfono: (54) 11 50 31 0770

Email: info@fuentesyarballo.com.ar

www.fuentesyarballo.com.ar

www.negociosconusa.com.ar

 /FuentesyArballo.Abogados

 @NegociosConUsa

Oficinas asociadas en: Miami, Londres, São Paulo, Caixas do Sul, Porto Alegre, Montevideo, Barcelona, Roma