



NBS

New Business
Strategies for the
Americas

Una oportunidad para conocer, de primera mano, cuales son las oportunidades, contextos y estrategias que deberá considerar en caso de que sus mercados objetivos se encuentren en la región.

Mayo 18 al 22, 2015

School of Business Administration
University of Miami - Miami, Florida, USA.

Traducción simultánea al español

Invitación

Estimado Profesional ó Ejecutivo:

Representa un grato placer para el Departamento de Educación Ejecutiva de la School of Business Administration de la Universidad de Miami y para Executive Seminars y PWC Colombia – propulsores del evento -, presentarles el Programa “NEW BUSINESS STRATEGIES for the Americas” (NBS), diseñado exclusivamente para Presidentes, Directores, Gerentes Generales, Empresarios, Ejecutivos y Profesionales de habla hispana de nuestro continente que será impartido en el Centro de Educación Ejecutiva de la Universidad.

El objetivo específico de este programa es el de compartir un marco de actualidad en el mundo de los negocios de la región así como analizar las mejores prácticas para el caso de procesos de internacionalización de empresas o productos.

Destacados profesores de la University of Miami se reúnen para compartir su extensa experiencia, brindar soluciones creativas y efectivas a los dilemas que se presentan en este tipo de procesos y ofrecernos nuevas estrategias que nos permitan obtener el máximo beneficio de nuestro esfuerzo. Todo esto en un entorno natural como el de Miami y con la presencia de destacados asistentes que llegarán desde todos los países de la región.

No dudamos en resaltar que esta experiencia les resultará inolvidable. ¡Los esperamos!

Atentamente,



Juan Eduardo Cros
Director del Centro de Conocimiento y
Experiencia PwC
PWC Colombia



Luis E. Daverede
Director Ejecutivo
Executive Seminars LLC



David Lecon
Director of Business Development
University of Miami



Sobre la Universidad

Fundada en 1929, la School of Business Administration de la University of Miami es una escuela líder que ofrece programas de grado, post grado, MBA de tiempo completo, MBA ejecutivos, MS, PhD, así como reconocidos programas ejecutivos.

Esta escuela es aclamada por la orientación global y la diversidad de su cuerpo docente, sus estudiantes y malla curricular. En particular, dada su ubicación, ofrece programas especialmente adaptados a la realidad de los mercados emergentes de América Latina.

Dentro del ranking de más de 360 escuelas de negocios de los EE.UU., la School of Business Administration de la University of Miami, ocupa los siguientes lugares:



- #1** Executive Education Program for Latin America, U.S. (América Economía, 2013)
- #6** MBA Program for Physician-Executives, U.S. (Modern Healthcare, 2013)
- #8** MBA Program for Hispanics, U.S. (Hispanic Business, 2012)
- #9** Most Competitive MBA Students, U.S. (Princeton Review, 2012)
- #10** Full-Time MBA Program, U.S.; 22 Full-Time MBA Program, World (América Economía, 2013)

02

UNIVERSITY OF MIAMI
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

EXECUTIVE EDUCATION



Detalles

Objetivo

Compartir la forma de hacer negocios en las Américas de hoy para comprender luego cómo su empresa - Multinacional, Multilatina, Familiar o Pública - puede ubicarse en el contexto y aprovechar las oportunidades de atender a un mercado global cada vez más amplio y competitivo.

Dirigido a:

Ejecutivos y Profesionales de las más diversas áreas de actividad que vean la necesidad de ampliar sus habilidades y estrategias para el mejor desarrollo de sus negocios en la región.

Lugar

El Programa se desarrollará en el Executive Education Center - School of Business Administration – University of Miami, Coral Gables, Miami.
www.bus.miami.edu/executive-education/leadership-institute/news-media/exec-education.html

Cupo Máximo de Asistentes

40 personas

Idioma

El programa se dictará en inglés (con traducción simultánea al español) y español.

Comunicaciones

Aproximadamente 30 días antes del inicio del Programa, estaremos enviando a todos los inscriptos un mail de bienvenida oficial donde adjuntaremos una serie de recomendaciones a tomar en cuenta, tanto en lo referente al Programa en sí como también en relación a la zona de Coral Gables y Coconut Grove.

Documentación

Verificar la validez del pasaporte y de la visa para Estados Unidos (en caso de resultar necesaria según su nacionalidad). La visa que se requerirá es la de turista, ya que es la condición con la que ingresará al país.

Causa Mayor

Los organizadores se reservan el derecho de modificar los detalles del programa o proceder a su cancelación al constatarse causas de fuerza mayor que lo ameriten. Ante esta situación, se dará la opción al inscripto de mantener su inscripción para la próxima edición o bien restituirle el dinero abonado por concepto de matrícula.

Certificado emitido por la University of Miami

UNIVERSITY OF MIAMI
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
EXECUTIVE EDUCATION



03



Agenda

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
08:00 a 08:30	Welcome & Introduction				
08:30 a 10:30	Análisis del contexto de negocios <i>Prof. Ganitsky</i>	Construcción de Equipos de Trabajo efectivos <i>Prof. Figueiredo</i>	Nuevas estrategias de negocios para las Américas <i>Prof. Ganitsky</i>	Marketing Digital y Social Media <i>Prof. Bolton</i>	Visita a empresa Multi-nacional - Entrevista al CEO <i>Invitado especial</i>
10:30 a 10:45	Coffee Break	Coffee Break	Coffee Break	Coffee Break	Coffee Break
10:45 a 12:30	Análisis del contexto de negocios <i>Prof. Ganitsky</i>	Construcción de Equipos de Trabajo efectivos <i>Prof. Figueiredo</i>	Nuevas estrategias de negocios para las Américas <i>Prof. Ganitsky</i>	Marketing Digital y Social Media <i>Prof. Bolton</i>	Panel final: Conclusiones y Recomendaciones <i>Invitados especiales</i>
12:30 a 13:30	Campus Tour (12:30 a 12:45) Lunch en James Mc-Lamore Dining Room	Lunch en James Mc-Lamore Dining Room	Lunch en James Mc-Lamore Dining Room	Lunch en James Mc-Lamore Dining Room	Program evaluation & Closing Ceremony
13:30 a 15:30	Desafíos en la implementación de las IFRS <i>Prof. Colina</i>	Estrategia y Táctica en Gestión del Talento: Alineando organización humana al negocio <i>Prof. Figueiredo</i>	Competitividad, gestión del conocimiento e innovación <i>Prof. Cros</i>	Marketing estratégico <i>Prof. Bolton</i>	Diploma Ceremony and lunch at Courtyard by Marriot Hotel
15:30 a 15:45	Coffee Break	Coffee Break	Coffee Break	Coffee Break	
15:45 a 17:30	Desafíos en la implementación de las IFRS <i>Prof. Colina</i>	Estrategia y Táctica en Gestión del Talento: Alineando organización humana al negocio <i>Prof. Figueiredo</i>	Competitividad, gestión del conocimiento e innovación <i>Prof. Cros</i>	Marketing - Casos de éxito <i>John Santiago y John Doscher</i>	
18:00 a 20:00	Cocktail de Bienvenida Hotel Courtyard by Marriott				

- Español
- Inglés con traducción simultánea

Contenido Temático

Módulo 1

Analisis del Contexto y Nuevas Estrategias de Negocios para las Américas

Joseph Ganitsky, DBA

Objetivos de la sesión:

Definitivamente el mundo de los negocios en América ha cambiado vertiginosamente, la expansión de las empresas hacia un mercado regional han hecho contrastar modelos de gestión y características culturales por lo que hoy resulta vital comprender estos factores de entorno y sus consecuencias estratégicas, tanto sobre empresas como sobre individuos, de forma de poder formular estrategias corporativas que tengan una mayor probabilidad de ser exitosas.

Analizar el contraste dentro de la región así como de la región con otras; examinar las diferencias entre empresas estatales (o semi estatales), familiares y corporativas; dar una especial atención –entre otras- a experiencias de empresas en sectores cruciales de la región como el agroindustrial, minero y energético, comercial, desarrollo de infraestructura, servicios, etc. y los dilemas que suelen presentarse al momento de responder ante situaciones propias de la región como seguridad, desarrollo sostenible, atención a los menos favorecidos en la parte inferior de la pirámide, corrupción; atender los procesos de internacionalización y fusiones y lo que los mismos generan y demandan, los desafíos de los emprendedores y compartir el por qué de las diferencias e imperativos de las estrategias corporativas de desarrollo tecnológico, comercial y financiero.

Contenidos clave:

- Contexto actual de negocios, las causas que lo generaron y las consecuencias de esta nueva realidad
- Contrastes entre regiones y entre diferentes tipos de empresa
- Análisis de experiencias exitosas en sectores cruciales de la economía de la región
- Acuerdos bilaterales y multilaterales, mercados comunes, normas de la OCDE, etc.
- Dilemas exógenos al negocio que se presentan en la región
- Procesos de internacionalización y fusiones
- Nuevas estrategias para nuevos negocios

Módulo 2

Competitividad, Gestión del Conocimiento e Innovación

Juan Eduardo Cros, MBA

Objetivos de la sesión:

Conocer los tratados de libre comercio vigentes en la región, su estado de situación y postura de los países miembros. Entender las políticas y mejores prácticas de la OCDE, su exigencia en países como Chile y México, así como los desafíos que se plantean para otros países como Brasil, Colombia y Perú en lo que refiere a su ingreso a la organización. Comparar y extraer aprendizajes de otras regiones del mundo, en especial de algunos países asiáticos, de qué han hecho para aumentar su productividad, ser más competitivos e integrarse al mundo.

Mostrar un modelo de gestión de conocimiento e innovación que permita a nuestras empresas en América Latina, generar más y mejores productos o servicios, con mayor valor agregado, alimentando el espíritu emprendedor en sus empleados y transformarlos en business partners.

Contenidos clave:

- Entender la importancia de los conceptos de productividad, competitividad e innovación
- Analizar el contexto sociopolítico de la integración y poder detectar oportunidades de negocio
- Aprender lecciones de países que han hecho mejor las tareas en este sentido
- Detectar las nuevas oportunidades que están surgiendo para hacer negocios aprovechando la inserción de la región en el mundo

Módulo 3**Construcción de Equipos de Trabajo Efectivos / Estrategia y Táctica en Gestión del Talento: Alineando la organización humana al negocio****Ruben Figueiredo****Objetivos de la sesión:**

Conducir personas y equipos es una de las tareas eje para quienes tienen la responsabilidad de gestionar en las organizaciones actuales, mucho más si lo hacen en un contexto multicultural, volátil e incierto.

En esta sesión, por lo tanto, estaremos analizando el significado de ejercer el management de modo estratégico dentro de un sistema social. El foco estará puesto en la dimensión humana de los problemas organizacionales, su impacto y los criterios adecuados para la toma de decisiones en dicho ámbito.

Con ese propósito hemos elegido dos grandes segmentos temáticos para este Programa. El primero, que nos permita estudiar los aspectos referidos a las motivaciones humanas y la integración de equipos de trabajo multiculturales y diversos.

El segundo, para ahondar en los sistemas y procesos que las áreas de HR ponen a disposición de los managers con el fin de colaborar en la construcción de una organización humana de alto desempeño.

Contenidos clave:

- Motivaciones humanas en el trabajo
- Diversidad y unidad en los equipos: culturas, generaciones, géneros
- Criterios para tomar decisiones en situaciones de conflicto
- Gestión de las emociones
- Los modelos mentales o paradigmas
- El rol del área de HR en la actualidad
- Concepto de Alineación
- Concepto de Contingencia en la elaboración y aplicación de Prácticas de HR: empresas grandes, medianas, pequeñas, privadas, públicas, etc.
- Distintas Prácticas: Atracción, Incorporación, Valoración del Desempeño, Desarrollo, Compensación
- Las mesas de calibración y su aporte al people review
- ¿Retener o Comprometer al Talento?
- La Propuesta de Valor al Empleado (PVE)

Módulo 4**Desafíos en la implementación de las IFRS (Normas Internacionales de Información Financiera)****Juan A. Colina P.****Objetivos de la sesión:**

La aplicación de las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera IFRS proponen una nueva realidad que debe ser especialmente observada dentro de este nuevo proceso de los negocios y el objetivo de esta sesión es que los participantes cumplan con el objetivo de identificar y estudiar los principales desafíos y normas clave, que le brindarán herramientas para prepararse y afrontar el cambio a las IFRS eficazmente y compartir experiencias de otras compañías que ya han adoptado estos estándares o están en proceso de hacerlo.

En especial se analizarán en esta sesión casos y situaciones dónde se debe mirar el contexto, no descuidar los detalles e interpretar debidamente cómo aplicar el estándar internacional.

Contenidos clave:

- Visualizar los principales cambios que generan las IFRS
- Conocer las siglas más utilizadas, su significado y el glosario de términos
- Tener claro el panorama en la región, el grado de avance y posibles desafíos a corto plazo
- Repasar las principales normas y sus impactos en los negocios e industrias
- Entender diferencias entre norma plena y aplicación a Pymes

Módulo 5**Digital Marketing y Social Media****Ted Bolton****Objetivos de la sesión:**

Este curso ha sido desarrollado para ayudar a los ejecutivos a alcanzar una perspectiva más profunda sobre la tecnologías digitales actuales y como las mismas impactan en sus clientes tanto en el corto por en el largo plazo.

El énfasis estará en qué debería estar haciendo y en el por qué usted debe considerar estos aspectos en el contexto de sus esfuerzos de marketing tradicionales. Estaremos examinando el papel que juegan las redes sociales en el ciclo de vida del producto y del consumidor y en como ha cambiado la forma en que las personas consumen e intercambian información.

El rol del marketing multiplataforma será discutido como forma de auxiliar a los planes de marketing actuales y a como mantener digitalmente la lealtad del cliente a través del tiempo. El curso incluye modelos de aplicación teóricos y prácticos, interacción de los participantes para solución de problemas tipo en sus propios negocios así como estudio de casos especialmente seleccionados.

Contenidos clave:

- Traditional vs Contemporary Digital Marketing
- Current Trends in Digital Media
- Diffusion and Tipping Points for Technology
- Getting from Product Presentation to Consumer Purchase
- Digital Storytelling for Your Company
- Creating Digital Campaigns that Aren't Boring
- An Overview of Technological Disruption in the Year 2025

07

Cuerpo Docente



Prof. Joseph Ganitsky, DBA

El Dr. Joseph Ganitsky es Senior Lecturer del Departamento de Management de la School of Business Administration, University of Miami, se ha especializado en estrategias globales y entrepreneurship y es el Director del Center for International Business Education and Research (CIBER) de la UM. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Los Andes, Bogotá, Master en Ciencias de la Administración Industrial de Georgia Institute of Technology y Doctor en Administración de Negocios con especialización en Marketing Internacional de Harvard University.

Su experiencia académica inicial fue en el INCAE, Managua; la Universidad de Los Andes, Bogotá, de que fue el Decano fundador de su Facultad de Administración; y el Instituto de Administración de Jerusalén, Tel Aviv. Por 22 años trabajó en Nueva Orleans en las Universidades de Tulane y Loyola. Dirigió en Loyola su área de Negocios internacionales, 6 grants para la internacionalización de toda la facultad. Después del huracán Katrina se transfirió a la Universidad de Miami, donde es Profesor de Investigación en el Departamento de Administración, especializándose en Estrategia Internacional y Entrepreneurship (Creación de Empresas) Globales; y Director del Centro de Educación e Investigación de Negocios Internacionales. Por 15 años ha sido profesor visitante en el Instituto de Empresa, Madrid. Ha recibido numerosos premios docentes, el Premio del Presidente del World Trade Center de Nueva Orleans, y las Cátedras de Negocios Internacionales y de Minorías de Creación de Empresas en Bank One y Chase en Loyola. Sirvió BALAS (Business Association of Latin American Studies) como Director del Programa, en 1999, y Presidente, 1999. Liaison - 2000; la Academia de Negocios Internacionales (AIB) como Coordinador de Programas, por siete años; y BALAS-AIB, por tres años.

Su actual investigación está enfocada en asuntos estratégicos de las empresas mixtas internacionales (Joint Ventures); estrategias de Multinationales y locales en Latinoamérica; respuestas corporativas al terrorismo (por ejemplo, "Ciclos Viciosos vs Virtuosos detrás del Narco Terrorismo"). Su anterior trabajo se enfocó en agro-empresas, nuevas empresas globales, la crisis de la deuda en América Latina, sucesión exitosa en empresas familiares e internacionalización de las



Prof. Rubén Figueiredo

Es Profesor Titular del IAE Business School (Argentina) y forma parte del claustro en el Área de Comportamiento Humano en la Organización desde 1996. Desde marzo de 2006, es miembro del Consejo de Dirección del IAE y Director Académico de Programas a Medida.

Se ha licenciado en Psicología por la Universidad de Buenos Aires y realizado el Programa de Perfeccionamiento Directivo - PIDE en el IAE.

Es Profesor invitado en las siguientes Escuelas de Negocios: INALDE (Universidad de la Sabana, Colombia), IEEM (Universidad de Montevideo, R.O. del Uruguay), IDE (Instituto de Desarrollo Empresarial, Ecuador), ESE (Universidad de Los Andes, Chile) y de la University of Miami (USA).

Antes de formar parte del IAE, ha tenido responsabilidad de gestión en la función de Dirección de RR.HH. en empresas tales como Alparcatas S.A. y Aluar Aluminio Argentino S.A.

Sus áreas de interés son las relacionadas con su especialización en Recursos Humanos, y ha escrito casos, artículos y notas técnicas al respecto.

Los ejes temáticos de sus clases e intervenciones de consultoría están referidos al Diseño e Implementación de Estrategias y Sistemas de RR.HH; Gestión de Competencias; Staffing y Gestión del Desempeño; Compensaciones; Liderazgo y Formación de Equipos de Trabajo; Autoconocimiento; Coaching; Desarrollo de Carrera; Procesos de cambio individuales y organizacionales.

Brinda asesoramiento, consultoría y coaching en temas de su especialidad en diversas empresas.



Prof. Juan A. Colina P.

El Prof. Colina Pimienta es Contador Público de la Universidad Autónoma del Caribe, Postgrado en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de la Sabana. Posee un Certificado internacional en IFRS por el Instituto de Contadores Públicos de Inglaterra y Gales (ICAEW) y un Certificado en International Financial Reporting (IFR) por ACCA Association of Chartered Certified Accountants del Reino Unido (UK) y es miembro del Instituto Colombiano de Contadores

Ingresó a PWC en 1990 y es Socio de la Firma desde el año 2006. Durante más de diez años se ha especializado en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), siendo el Socio Líder de esa práctica en Colombia. Ha sido profesor en Programas de Finanzas y Normas Internacionales en la Universidad de los Andes, Universidad Javeriana, ICESI, CESA entre otras. Es conferencista en congresos internacionales de la materia y participante en los updates técnicos realizados en USA, Europa y América Latina dictados por PwC Global.

Fue el responsable de aplicar IFRS en el primer caso conocido en Colombia, en el proceso de venta de la cervecera Bavaria al grupo internacional Sab Miller y es socio responsable de Auditoría e Implementación de las IFRS en empresas de sector industrial, portuario, retail, banca y de servicios.



Prof. Ted Bolton, PhD

El Profesor Molton es un experto en la métrica de los medios y la difusión de nuevas tecnologías. Como uno de los fundadores de Bolton Research Corporation y socio de Liberty Broadcasting ha asesorado y negociado con más de 250 grandes empresas de medios de comunicación y marketing durante más de 25 años y actualmente se desempeña como asesor de empresas de inversión dedicadas a holdings de medios, estrategias de adquisición y tecnologías emergentes.

Ha presentado algunas tesis innovadoras como por ejemplo sobre el desarrollo de los primeros algoritmos predictivos de Internet y también acerca de las nuevas tasas de adopción de tecnología, conceptos que aún hoy se mantienen vigentes. Se desempeña como asesor de la tecnología de consumo para AT & T, ADP y Times Warner para luego dedicarse a pleno a su compañía, la que se convirtió en uno de las principales firmas analíticas para la métrica de medios y público en los Estados Unidos. BRC ha trabajado con NBC, CBS, ABC, The New York Times, Gran Media, Hearst Corporation, Clear Channel, MTV, VH1, Lincoln Financial, Cox Communications, Viacom, Desportes, Corus Media, Gannett y otras compañías de medios a lo largo de Estados Unidos y Canadá. Como socio de Liberty Broadcasting, ha participado en la identificación, adquisición, desarrollo y venta de 17 diferentes compañías en los últimos quince años. Su pasión por las nuevas tecnologías, conceptos emergentes en medición de medios de comunicación y efectividad de la publicidad, lo han convertido en un orador y conferencista invitado frecuentemente a diversas convenciones y Universidades.

Ted ha recibido una Licenciatura en Psicología de la Universidad Ohio Wesleyan, una Maestría en Comunicación por la Temple University y un PhD en Marketing/Comunicación en The Ohio State University. Ha sido profesor de la Universidad de Massachusetts, la Universidad de San José y la Ohio State University. Actualmente es Profesor Adjunto de la School of Business de la University of Miami. Ha publicado artículos en publicaciones tanto de negocios como académicas siempre como experto en las tendencias de los medios de comunicación y el cambio de los patrones de consumo de la audiencia.

09



Prof. Juan Eduardo Cros, MBA

El profesor Cros es Licenciado en Relaciones Internacionales por Universidad de la República (Uruguay), Experto en Marketing por el Instituto de Desarrollo Empresarial (Uruguay) y tiene un Postgrado en Estrategias Nacionales por el Ministerio de Defensa (Uruguay); obtuvo su Postgrado en Educación a Distancia por Virtual Educa Argentina, Organización de Estados Iberoamericanos; posee un MBA, Master of Business Administration de Universidad Católica (Chile), un Update in Management por Texas University (USA) y ha obtenido formación en Negociación en Harvard University.

Ha dictado conferencias en temas de Liderazgo, Cambio Organizacional, Innovación y Nuevos Negocios en Universidades y Congresos realizados en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Es Director de la Sociedad Latinoamericana de Estrategia, SLADE y Miembro de la Academy Marketing Science, AMS. En el terreno profesional, se ha desempeñado como Integrante del Instituto Manuel Oribe en la campaña 1998/1999 con el Presidente Luis Alberto Lacalle Herrera (Uruguay); ha sido Consultor del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), Asesor del Ministerio de Trabajo (Uruguay) en proyectos de reconversión laboral y Facilitador de Programas para Pymes en la Alcaldía de Montevideo, Cámara de Comercio, CLAEH, Institución Kolping de Alemania, entre otros.

Ex Responsable de PwC Chile en temas de Formación Ejecutiva, actualmente es líder de la estrategia de Learning y Education para los recursos humanos de PwC Colombia, y dirige el área de Soluciones en Conocimiento para clientes de la firma consultora PwC Colombia.



Inversión

U\$S 4.000 hasta el 15/03/2015 (seña U\$S 1.000)
U\$S 4.500 desde el 16/03/2015 (seña U\$S 1.500)

La reserva del cupo se realizará únicamente efectivizando el pago de la matrícula o bien realizando un adelanto a cuenta de U\$S 1.000 (seña) al momento de remitir su inscripción.

Incluye: materiales, Certificado expedido por la University of Miami, coffee breaks, almuerzos, cocktail de bienvenida y almuerzo de clausura. No incluye pasaje aéreo, alojamiento, traslados (*)

Proceso de Inscripción

Para formalizar su inscripción deberá solicitar y completar el formulario pertinente y remitirlo siguiendo las instrucciones previstas.

Política de cancelaciones

En caso de cancelar la participación no habrá reintegro de la seña. Si la cancelación se produce dentro de los 30 días previos no habrá reintegro de la matrícula, se aplicará una penalización del 50% y quedará un crédito a favor - futuras ediciones - por el 50% restante. Cambios de titular no tendrán penalización.

Contacto

Luis Eduardo Daverede

Executive Seminars
Tel: +1 374-2716
Cel: +598 9433-6318
info@nbizstrategies.com
www.nbizstrategies.com



Hospedaje

Cada participante podrá hospedarse donde desee, no obstante la organización pondrá a disposición de los asistentes una opción de hotelería con tarifas preferenciales.

Hotel Oficial: Courtyard by Marriott Coconut Grove

<http://www.marriott.com/hotels/travel/miagv-courtyard-miami-coconut-grove/>

Tarifa especial para los participantes **U\$S 188** diarios por habitación single y **U\$S 223** diarios por habitación doble. Incluye impuestos (13%) y traslados diarios hacia y desde la Universidad.

La Organización se encargará de gestionar su reserva y es requerido que sea por su intermedio para obtener la tarifa mencionada. Si así lo desea, simplemente incluya en su formulario de inscripción la información necesaria para solicitar su reserva.

- Fecha de entrada
- Fecha de salida
- Tipo de habitación (single, doble 1 cama king, doble 2 camas queen)
- Comparte con (para el caso que se hospeden dos personas)
- Datos tarjeta de crédito (a los solos efectos de garantizar la reserva)

Se recibirán reservas hasta los 40 días previos al inicio del programa, luego de esa fecha se continuarán recibiendo reservas pero solamente sujetas a disponibilidad.

NBS

New Business
Strategies for the
Americas

UNIVERSITY OF MIAMI
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
EXECUTIVE EDUCATION

