



[GlobalSolidarity.Live](http://GlobalSolidarity.Live)

## Real Estate

MARTILLERS AND REAL ESTATE IN USA: OBJECTIVES & STRATEGIC MARKETING

TARGET DEFINITION AND POSITIONING STRATEGY

2,500,000 new concentrated and specialized web pages for the Unified Global E-Commerce, on this single Target: Real Estate. Result: high-density concentration on the online transaction market, worldwide. Maximum execution time: 12 months.

The international real estate market totals around 700 billion dollars/year for sales, between world exports and national domestic markets. An optimistic commission rate for online sales

of 6% means \$2.1 billion/year, capturing only an estimated 50% average of the global real estate sales market. A neutral commission of only 2% on online transactions implies 1.4 billion dollars/year. And a pessimistic commission of only 0.5% on each online transaction equates to gross revenue of US\$350 million/year.

The operations of the Global E-Business on the real estate market, through web sites already installed, for this market segment, are of low penetration, with limited scope and fragmented and isolated content. Therefore, they are totally vulnerable to the application of the strategy and tactics of occupation through a Flash of Lightning of inter-linked content, in what is known here as the Big Bang in the Web Point. Tactic of capturing the niche or market, potentially empty in the face of this new strategy, consisting of the simultaneous development of 2,500,000 new web pages, concentrating content and services for online intermediation, from all companies and brokers, architecture studios and engineering, decoration and construction companies in 100 countries, in a short and synchronized period.

## MARKETING STRATEGY

1- Centralize through 12 related master portals: information, promotion and online marketing of Argentine and US real estate as a first step, with a view to the potential of replicating the system to third countries. (100 total).

2- Auctioneers, RealEstateinUSA, Deco, Brokers, Insurance, Credits, Architects, Condos, RealEstateAgents, Construction, RealEstateNews and RealEstateClub, are the 12 portals that start as individual domains and subdomains

3- The set of these portals will initially contain a minimum of 25,000 web pages for each country. Each one, with their respective keywords, so that the search engines Google, Yahoo and MSN index them. This strategy allows a progressive and intensive positioning in search engines, which increases the potential traffic of users towards the entire system.

4- By repeating the integral system through web cloning to 100 countries in total, a critical mass of 2,500,000 new web pages is reached. To which the necessary URLs will be added to optimize your Internet Marketing.

5- There are several Argentine and foreign portals online focused on the subject of real estate... However, they do not reach concentration and centralization of all the information, promotion and marketing available and potential online. They work like this in isolation. This is repeated in third countries. The internet real estate market represents a selective niche of the upper and upper middle class, segments with great purchasing power. Globally, the purchase and sale of real estate exceeds 700 billion dollars annually (exact statistics of the world market are not available). Therefore, a tiny portion of this marketing, through intermediation on transactions or online, represents a very significant annual sum (between US\$ 17.5 billion/year and US\$ 1.75 billion/year, considering a fluctuation of commissions for online sales of the order of 6 to 0.5%, as long as the central

objective is achieved, which is the high concentration density of the offer, in a single retroactive web system, through 12 master portals).

6- Target I of this centralization of online services are real estate agents (intermediaries), with the aim of concentrating all of their real estate offers in a single point or website. Target II is made up of architecture and engineering studios, decoration and construction companies, brokers, banks, finance companies, new buildings for sale, maintenance and repair services of the different trades (plumbing, electricity, etc.) which are the components of the market offer.

7- To concentrate Target I, pages will be made containing the web site of each real estate agency and advertising promotion services, photo galleries, videos and a thousand free options of predesigned web templates (HTML and Flash) will be added, so that each real estate agency has the technological option to optimize their own sites. They will also be offered web hosting at a tempting monthly cost. Wearing, for this, one or several of the best North American hosting services, with programming and performance superior to the Latin American ones. They will also be invited to grant a commercial representation of all their products online, within the Global Market windows system, grafted on each of the pages of the 12 combined portals. Global Market will act as a real estate agent, receiving a percentage of the sales commission. This representation, being online in nature, does not overlap with physical commercial representations. It has the advantage for the buyer that, in a single site, the offer of all the real estate agents and their details appear, so that they all benefit from being promoted within the group. In addition, each real estate web site will contain the Global Market window inserted for the

online sale of all kinds of products, with the option of excluding the real estate category in order not to promote the competition; so that real estate company will obtain 20% of the profits from sales commissions and MicroWindows will also be inserted with a profit of 40% on online advertising and sales.

8- For Target II, the same strategy of added web services will be repeated. Architecture and engineering studios will be invited to provide online services, so that they can be attached to real estate web pages within the system. This online consulting service will be provided in exchange for a 10% commission on the fee for each consultancy performed, which will be automatically controlled by the system. In this way, real estate users on the Internet will have the opportunity to be advised by professional consultants regarding the advantages and disadvantages of the properties they wish to buy. Wholesale brokers will be invited to participate in the sales system through a fixed monthly subscription and a commission for online sales, similar in operation to the MercadoLibre.com or E-Bay model. Thus, it will be possible to concentrate the offer of online sales intermediation and financing by regions and cities, and delimiting the responsibility for the fulfillment of sales contracts. In addition, small commissions for online sales will be agreed with the real estate agents, in terms of international operations, and they must be responsible for the contracts. The system will be adapted to the sales policies of each real estate agency, maximizing the potential for linking offer-user on the internet.

9- Each real estate agency will have the option of contracting the first page of the central sales window of Global Market, to intensely promote its line of offers. These contracts are weekly.

10- Through the strategy of concentrating the real estate market online, secondary objectives appear shortly after. That is, the central window of offers can contain offers of various products from third-party firms. All of quality and aimed at the upper and upper middle class Target of each country, where the system is implemented.

## INVESTMENT RECOVERY STRATEGY

1- For the Pilot Test of the described system, the development is limited to Argentina and the United States simultaneously. This represents an initial investment of US\$1,000,000, which covers the costs of developing 100,000 new web pages. This establishes a cost ratio per web page of US\$100 per unit.

2- Through a market test carried out on website designers and programmers from India, considered the country with the lowest relative cost in the global software market, the study established a minimum cost of between US\$12 to 15 per unit of web page. So an average cost of \$10 per unit is 20 to 50 percent lower than the final costs in India for third-party jobs.

3- This integrated cost of US\$ 10 per web page unit includes the cost of additional personnel such as web designers and programmers, as well as bilingual journalists specialized in wines, administrative costs, general costs and the cost of web hosting for the entire system during 12 months.

4- Considering only the web design and hosting services offered to real estate agencies, architecture and engineering studios, decoration and construction companies, etc. This allows calculating a minimum Target of 200 thousand potential clients (between Argentina and the United States). At the rate of a combined Design & Hosting service, at the low standard price of US\$ 5 final per month, this allows calculating a gross income of US\$ 1,000,000 per month. Totaling income for US\$ 12,000,000 per annual period. Of which, discounting the total annual expenses equivalent to US\$ 1,000,000, subtracts a gross benefit of US\$ 11,00,000. This calculation does not include the profits from sales commissions and shows that the return of capital is made within the first period of exercise of the operation.

5- Multiplying U\$S 6,000,000/year country, of gross income from Web Design & Hosting services by 100 countries, the following annual gross income figure is rounded: U\$S 600 million.

## DEVELOPMENT TIME

1- The term for the full operation of the Pilot Plan (Argentina and the United States, with 10,000 web pages in total) is 3 months, starting from the initial investment of US\$ 1,000,000. During the second 9-month period, cloned development will be completed for another 98 countries, with a total of 490,000 web pages in various languages. This cost ratio per web page is equivalent to US\$5 per unit. This decrease in cost is possible by applying web pre-assembly templates and the Toyota final assembly system, added to the strategy of cheap and qualified labor, hired in a third emerging country. The cost

ratio with India, then, is now between 60 to 70 lower per unit of web page. For this second stage of globalization of the system, the investor disburses the remaining pre-agreed US\$10,000,000.

## WORKFORCE COST

1- With a cost of qualified labor around US\$ 100/month, the adoption of the teleworking methodology, web processing quality controls and web pre-assembly matrices under the organizational model of the Toyota System, can be contracted 1,000 people to develop in a period of 9 months the 490,000 web pages required to produce a Big Bang in the Web Point on the worldwide Marketing Target.

2- The total cost for skilled labor contracted through teleworking amounts to US\$ 1,200,000/year, for which an asset of US\$ 8,800,000 remains, at the end of the 9-month production cycle and development. This reserve allows for extra financing to face unforeseen contingencies and adversities, costs of marketing, promotion, sales, installations, equipment and an eventual rental and/or rental of offices to centralize operations by country, in case of need for a physical commercial presence. . Although, the associative strategy will be prioritized, in order to have physical support in each country, where the centralized sales system is implemented.

3- Depending on the templates and web programming developed, each operator will be able to make a new web page every 5 to 10 minutes. This yields an average of standardized



web production of 6 to 12 units/hour per operator. In a full 8 hour shift, productivity per hired operator averages 48 to 96 web units. In a 6 day week this represents a productivity per operator of 288 to 576 web units. In a month, the result is 1,152 to 2,304 web pages. In 9 months of the complete scheduled production cycle, the productivity of each operator totals between 10,368 to 20,736. That is, taking the lowest number, only 50 qualified operators are needed to produce 500,000 web pages during the 9-month cycle. There is an extra workforce of 950 operators, with a total productivity calculable at 9,500,000 minimum to 19,000,000 new web pages. Considering that the Real Estate portal is the most complex and that only 4 new web pages can be produced per day, this is equivalent to a productivity of 24 per week and 96 per month. At the end of the 9-month cycle, each operator in this more complex section will produce 864. To reach the desirable figure of 450,000 web units for the Real Estate section, the work of 527 people is required. Thus, leaving an extra work force of 473 workers. These additional personnel resources make it possible to plan an increase in total production towards 8 to 10 million new units of web pages. So, there is a minimum goal of 500,000 web pages and an estimated maximum of 10 million standardized web pages. This is the impact of the concept of a Big Bang in the Web Point.

## KEY PERSONNEL

✓ Recruitment of key personnel for the combined marketing services in the 100 countries will be done prioritizing the work.globalsolidarity.live curriculum database

## STRATEGY FOR NETWORKING

1- Each Argentine real estate agency may adhere to the modifications presented by GSL to the reform project of the national law that regulates the activity of all auctioneers and public brokers in the Argentine Republic, especially the article that enables all real estate to exercise free trade electronic. By sending each auctioneer and public broker their e-mail to GSL central, they will be adding their non-binding vote so that this reform becomes a reality through the National Congress, as soon as possible. Upon approval, each public real estate location will be legally empowered to convert its commercial business unit into a digital business center, with personalized attention to the public usually. And you will be able to receive all the benefits of GSLFranchise, becoming a business agent and virtual services, for the entire package of companies associated with GSL Central.

2- These digital business centers, with personalized customer service, allow the addition of 50,000 auctioneers in Argentina alone. Worldwide, the estimated calculation represents a force for Networking Marketing around 5,000,000.

3- The integrated system of the 12 portals allows free association between real estate agents and brokers for sales operations, so a complementary Networking force of 10,000,000 worldwide should be estimated. This totals a highly qualified Networking to give physical support to the digital sales of 15,000,000 individuals. The most concentrated, dense and efficient network on the planet appears to hyperdrive the combined operations of E-Business and Unified Global E-Commerce.

## ADVANTAGE

1- Each client of the system of 12 master portals for Real Estate will be able to function as a virtual real estate agent, without the need for a physical location, serving users directly from their home.

2- Once each auctioneer and registered public broker proves the effectiveness of this, they will be able to free themselves from the high costs of renting a commercial space and also function, in a network, together with other colleagues or real estate agents online, who work on commission. .

3- Each one of these agents in direct relationship with the virtual real estate agency may have its own web page, so that it may automatically promote the real estate merchandise for rent and/or sale. The web system allows everyone to work from home, maintain constant contacts from PC to PC and coordinate actions, without the need for a physical location.

4- Each auctioneer and public broker may associate with one or more other colleagues to meet the common expenses of a commercial premises on the street, each one maintaining the individuality of the real estate business through their virtual real estate on the internet.

5- Each real estate location may be reconverted to become a Comprehensive Digital Services Center.

## PROJECTED INVESTMENT

1- The initial investment is US\$1,000,000 during the first phase of the Pilot Plan (Argentina and the United States), for 3 months. The second phase requires an additional investment of US\$ 10,000,000, with a scheduled development of 9 months, globalizing the Internet Centralized Sales system to 100 countries in total.

2- In exchange for the investment contribution, the owner of the system and 20% of the total benefits will be obtained. In addition, the investor receives 100% of the benefits, in a temporary initial period, until the amount of the applied risk investment is equalized, plus an annual 30% interest.

3- After exceeding US\$ 10 million/year of net profit in favor of the associated investor, 50% of the total excess amount must be donated in equal parts as humanitarian aid funds. In this way, compliance with the global solidarity objectives of the Humanitarian Marketing Program within the GSL system is ensured.

## PUBLICITY AND PROMOTION

1- The keyword strategy allows positioning in the leading internet search engines. This is repeated on a critical mass of 2,500,000 to 10,000,000 new web pages focused on Target Real Estate.

2- A database of 250 million e-mails, corresponding to different countries on each continent, and ordered by nation and category, allows logistical support to carry out intensive E-mail Marketing campaigns.

3- The absorption of real estate websites, architecture and engineering studios, decoration and construction companies, etc. , all with their own subdomains within the central matrix of the system: Nexxus.us, concentrates user traffic towards the Centralized Real Estate Offers Window, promoting the services and products of all participating companies and simplifying web browsing for online selection and reservation of each property.

4- The daily and constant production of the News Division within the integrated system of 12 master portals, specialized in real estate operations and services, concentrates the information of the sector and disseminates it among the national and international press with authorization for partial or total publication. , citing the source; that is, including a link to [realestate.globalsolidarity.live](http://realestate.globalsolidarity.live) in the case of digital media or publishing this internet address at the bottom of the note.

5- Through the contribution of the advertisers, raffles of products and services may be carried out, as well as free accommodation in hotels and tickets for two. As well as any promotional sales campaign that can be organized among the members of the online system.

## FRANCHISE STRATEGY

1- Through Martilleros and RealEsteinUSA, It will create a centralized model of real estate brokerage services, through association with auctioneers and registered public brokers.

2- This central intermediary will expand through the franchise system city by city and country by country.

3- Agreements will be established with established real estate agents in order to associate them through an online web system so that they can operate corporately, becoming an intelligent and cooperative sales force for real estate transactions in the global system. Once this is done, each real estate agent will have the appropriate digital tool to be able to sell an apartment in Rio de Janeiro, Miami, New Delhi, Hong Kong or Tokyo. You will have an unlimited offer, so your only real limit will be your ability to sell and knowledge of English as an international language for online reservation operations.

## INSERTION OF LATIN MARKET AND MICROWINDOWS

The entire sales system may include the windows of World Market (gives 15% of profits from online sales commissions) and MicroWindows (gives 40% of profits from online advertising and sales commissions).

This combination of insertable services, through the Advertisers Program and the GSL Affiliate Program, allows you to

increase the general benefits of the system with the minimum of effort.

In turn, the Centralized Real Estate Sales Window may be incorporated into the World Market system, yielding 15% of the profits for sales percentages.

This strategy is repeated in the case of associated web sites, to which by inserting the Centralized Real Estate Sales Window, the system also yields 15% of the profits by percentage of sales.

When coupling each sales system with each of the others, a positive feedback is generated that polarizes the Unified Global E-Commerce towards a Big Bang in the Web Point.

The definition of its operational functionalities makes GSL a focus for global E-Business and E-Commerce, strategically positioning itself on the volume of online commercial transactions. All efforts are focused on the objective of capturing the market of online buyers, belonging to the upper and upper middle class segment, in all the countries where GSL operates.

## Real Estate

MARTILLEROS Y REAL ESTATE IN USA: OBJETIVOS & MARKETING ESTRATÉGICO

## DEFINICIÓN DEL TARGET Y ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

✓ 2.500.000 nuevas páginas web concentradas y especializadas, para el E-Commerce Global Unificado, sobre este único Target: Real Estate. Resultado: concentración de alta densidad sobre el mercado de transacciones on line, a nivel mundial. Tiempo máximo de ejecución: 12 meses.

✓ El mercado internacional inmueble totaliza en torno a los 700 mil millones de dólares/año por ventas, entre exportaciones mundiales y mercados internos nacionales. Un porcentaje de comisión optimista por ventas online de 6% significan 2,1 mil millones de dólares/año, capturando sólo un 50% promedio estimado sobre el mercado mundial de ventas inmuebles. Una comisión neutra de sólo 2% sobre las transacciones on line, implican 1,4 mil millones de dólares/año. Y una comisión pesimista de sólo el 0,5% sobre cada transacción on line, equivale a ingresos brutos por U\$S 350 millones/año.

✓ Las operaciones del E-Business Global sobre el mercado del real estate, mediante web sites ya instalados, para éste segmento del mercado, son de baja penetración, con alcances limitados y contenidos fragmentados y aislados. Por tanto, son totalmente vulnerables a la aplicación de la estrategia y táctica de ocupación mediante un Flash of Lightning de contenidos intervinculados, en lo que aquí se conoce como Big Bang in the Web Point. Táctica de captura del nicho o mercado, potencialmente vacío frente a esta nueva estrategia, consistente en el desarrollo simultáneo de 2.500.000 nuevas páginas web, concentrando contenidos y servicios para la intermediación on line, de todas las empresas y brokers, estudios de arquitectura e ingeniería, de-



coración y empresas de la construcción en 100 países, en un breve y sincronizado período.

## ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

1- Centralizar mediante 12 portales master afines: información, promoción y comercialización on line de los bienes inmuebles argentinos y estadounidenses como primer paso, con vista al potencial de replicar el sistema hacia terceros países. (100 en total).

2- Martilleros, RealEstateinUSA, Deco, Brokers, Insurance, Credits, Architects, Condos, RealEstateAgents, Construction, RealEstateNews y RealEstateClub, son los 12 portales que se inician como dominios individuales y subdominios

3- El conjunto de estos portales contendrá inicialmente un mínimo de 25.000 páginas web por cada país. Cada una, con sus respectivas palabras clave, para que los buscadores Google, Yahoo y MSN las indexen. Esta estrategia, permite un posicionamiento progresivo e intensivo en los buscadores, lo cual incrementa el tráfico potencial de usuarios hacia el integral del sistema.

4- Al repetirse mediante clonación web el integral del sistema hacia 100 países en total, se alcanza una masa crítica de 2.500.000 nuevas páginas web. A las que se añadirán las URL necesarias para optimizar su Internet Marketing.

5- Existen online variados portales argentinos y extranjeros centrados en el tema de los bienes raíces... Sin embargo, no alcanzan concentración y centralización de toda la información, promoción y comercialización on line disponible y potencial. Funcionan así en forma aislada. Esto se repite en terceros países. El mercado de los bienes raíces por internet representa un nicho selectivo de clase media alta y alta, segmentos de gran poder adquisitivo. A nivel mundial la compra-venta de propiedades inmuebles supera los 700 mil millones de dólares anuales (no hay disponibles estadísticas exactas del mercado mundial). Por lo que, una ínfima porción de esta comercialización, mediante intermediación sobre las transacciones o line, representa una suma anual muy significativa (entre U\$S 17,5 mil millones/año a U\$S 1,75 mil millones/año, contemplando una fluctuación de comisiones por ventas online del orden de 6 a 0,5%; siempre y cuando se obtenga el objetivo central, que es la alta densidad de concentración de la oferta, en un único sistema web retroactivo, mediante 12 portales master).

6- El Target I de esta centralización de servicios on line son las inmobiliarias (intermediarios), con la finalidad de concentrar en un solo punto o sitio web el total de sus ofertas inmuebles. El Target II, lo constituyen los estudios de arquitectura e ingeniería, las empresas de decoración y construcción, las brokers, bancos, financieras, nuevos edificios para la venta, servicios de mantenimiento y reparación de los distintos gremios (plomería, electricidad, etc.) que son los componentes de la oferta del mercado.

7- Para concentrar el Target I se realizarán páginas conteniendo el web site de cada inmobiliaria y se añadirán servicios de promoción publicitaria, galería de fotos, videos y mil opciones gratuitas de plantillas web (HTML y Flash) prediseñadas, para que cada inmobiliaria tenga la opción tecnológica de optimizar sus sitios propios. Se les ofrecerá asimismo, el alojamiento web a un costo mensual tentador. Usando, para esto, uno o varios de los mejores servicios de hosting norteamericano, con programación y performance superior a los latinoamericanos. Se los invitará además, a conceder una representación comercial de todos sus productos on line, dentro del sistema de ventanas de Global Market, injertado en cada una de las páginas de los 12 portales combinados. Global Market actuará como un agente inmobiliario, recibiendo un porcentaje sobre la comisión por venta. Esta representación, siendo por naturaleza on line, no se superpone con las representaciones comerciales físicas. Tiene la ventaja para el comprador que, en un solo sitio, aparece la oferta del total de inmobiliarias y sus detalles, por lo que todas se benefician al promocionarse dentro del conjunto. Además, cada web site por inmobiliaria contendrá insertada la ventana de Global Market para la venta on line de toda clase de productos, teniendo la opción de excluir el rubro de inmobiliarias a los efectos de no promocionar a la competencia; por lo que obtendrá esa inmobiliaria el 20% de los beneficios por comisiones de ventas y también se insertará MicroWindows con un beneficio del 40% sobre la publicidad y ventas on line.

8- Para el Target II se repetirá la misma estrategia de servicios web añadidos. A los estudios de arquitectura e ingeniería se les invitará a brindar servicios online, para que puedan ser anexados a las páginas web de inmobiliarias dentro del sistema. Este servicio de consultoría online se brindará a cambio de una comisión del 10% sobre la tarifa de cada consultoría realizada, la cual será controlada automáticamente por el sistema. De este modo, los usuarios de inmobiliarias en internet, tendrán la oportu-

tunidad de poder asesorarse mediante consultorías profesionales respecto a las ventajas y desventajas de las propiedades que desean comprar. A los brokers mayoristas, se les invitará a participar del sistema de ventas mediante un abono fijo mensual y una comisión por ventas on line, semejante en funcionamiento al modelo de MercadoLibre.com o de E-Bay. Así, podrá concentrarse la oferta de intermediación de ventas y financiación on line por regiones y ciudades, y deslindando la responsabilidad por el cumplimiento de los contratos de ventas. Con las inmobiliarias se acordarán, además, pequeñas comisiones por ventas on line, en materia de operaciones internacionales y éstas deberán responsabilizarse por las contrataciones. El sistema se adecuará a las políticas de ventas de cada inmobiliaria, maximizando el potencial de vinculación oferta-usuario en la internet.

9- Cada inmobiliaria tendrá la opción de contratar la primera página de la ventana central de ventas de Global Market, para promocionar intensamente su línea de ofertas. Estos contratos son de carácter semanal.

10- Mediante la estrategia de concentrar on line el mercado de bienes raíces aparecen al poco tiempo objetivos secundarios. Es decir, la ventana central de ofertas puede contener las ofertas de productos variados de terceras firmas. Todos de calidad y apuntados al Target de clase media alta y alta de cada país, donde el sistema se implante.

## ESTRATEGIA DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN

1- Para la Prueba Piloto del sistema descrito, el desarrollo se limita a la Argentina y Estados Unidos en simultáneo. Esto representa una inversión inicial de U\$S 1.000.000, que cubren los costos del desarrollo de 100.000 nuevas páginas web. Esto establece una relación de costo por página web de U\$S 100 la unidad.

2- Mediante un testeo de mercado efectuado sobre empresas diseñadoras y programadoras de sitios web de la India, considerado como el país de menor costo relativo del mercado mundial del software, el estudio estableció un costo mínimo de entre U\$S 12 a 15 por unidad de página web. Entonces, un costo promedio de U\$S 10 por unidad, es un 20 a un 50 inferior a los costos finales de India, en trabajos para terceros.

3- Este costo integrado de U\$S 10 por unidad de página web incluye el costo de personal adicional como diseñadores y programadores web, así como periodistas bilingües especializados en vinos, costos administrativos, costos generales y costo del web hosting de todo el sistema durante 12 meses.

4- Considerando únicamente los servicios de diseño y hosting web ofrecidos a las inmobiliarias, estudios de arquitectura e ingeniería, empresas de decoración y construcción, etc. Esto permite calcular un Target de 200 mil clientes potenciales mínimo (entre Argentina y Estados Unidos). A razón de un servicio de Design & Hosting combinados, al bajo precio standard de U\$S 5 final por mes, esto permite calcular un bruto de ingresos de U\$S 1.000.000 por mes. Totalizando ingresos por U\$S 12.000.000 por período anual. De los que descontando el total anual de gastos equivalente a U\$S 1.000.000, resta un beneficio bruto de U\$S 11.00.000. Este cálculo no contempla los beneficios por comisio-

nes de ventas y demuestra que, el retorno del capital, se realiza dentro del primer período de ejercicio de la operación.

5- Multiplicando U\$S 6.000.000/año país, de ingresos brutos por servicios de Design & Hosting Web por 100 países, se redondea la siguiente cifra de ingresos brutos anuales: U\$S 600 millones.

## TIEMPO DEL DESARROLLO

1- El plazo para el pleno funcionamiento del Plan Piloto (Argentina y Estados Unidos, con 10.000 páginas web en total) es de 3 meses, a partir de la inversión inicial de U\$S 1.000.000. Durante el segundo período de 9 meses, se completará el desarrollo clonado para otros 98 países, con un total de 490.000 páginas web en varios idiomas. Esta relación de costos por página web equivale a U\$S 5 por unidad. Este descenso en el costo es posible al aplicar plantillas de preensamblado web y sistema Toyota de armado final, sumado a la estrategia de mano de obra barata y calificada, contratada en un tercer país emergente. La relación de costos con la India, es entonces ahora entre un 60 a un 70 inferior por unidad de página web. Para esta segunda etapa de globalización del sistema, el inversor desembolsa los U\$S 10.000.000 restantes repactados.

## COSTO DE MANO DE OBRA

1- Con un costo de mano de obra calificada en torno a los U\$S 100/mes, la adopción de la metodología del teletrabajo, controles de calidad del procesado web y matrices de preensamblado web bajo el modelo organizativo del Sistema Toyota, pueden contratarse 1.000 personas para desarrollar en el período de 9 meses las 490.000 páginas web requeridas para producir un Big Bang in the Web Point sobre el Target mundial de la comercialización.

2- El costo total por la mano de obra calificada y contratada mediante teletrabajo, asciende a U\$S 1.200.000/año, por lo que resta un activo de U\$S 8.800.000, al final del ciclo de 9 meses de producción y desarrollo. Esta reserva, permite contar con financiación extra para enfrentar eventualidades y adversidades imprevistas, costos de comercialización, promoción, ventas, instalaciones, equipos y un eventual alquiler y/o alquileres de oficinas para centralizar operaciones por país, en caso de necesidad de presencia comercial física. Aunque, se priorizará la estrategia asociativa, para poder contar con soporte físico en cada país, donde el sistema de ventas centralizadas se implante.

3- Dependiendo de las plantillas y la programación web desarrollada, cada operario podrá realizar una nueva página web cada 5 a 10 minutos. Esto arroja un promedio de producción web estandarizada de 6 a 12 unidades/hora por operario. En una jornada completa de 8 horas, la productividad por operario contratado promedia de 48 a 96 unidades web. En una semana de 6 días esto representa una productividad por operario de 288 a 576 unidades web. En un mes, el resultado es de 1.152 a 2.304 páginas web. En 9 meses del ciclo completo de producción programada, la productividad de cada operario totaliza entre 10.368

a 20.736. Es decir, tomando el número más bajo se necesitan sólo 50 operarios calificados para producir 500.000 páginas web durante el ciclo de 9 meses. Queda una fuerza de trabajo extra de 950 operarios, con una productividad total calculable en 9.500.000 mínimo a 19.000.000 de nuevas páginas web. Contemplando que el portal de Real Estate es el de máxima complejidad y que puedan producirse sólo 4 nuevas páginas web por jornada diaria, esto equivale a una productividad de 24 por semana y de 96 por mes. Al cabo del ciclo de 9 meses, cada operario de esta sección de mayor complejidad producirá 864. Para alcanzar la cifra deseable de 450.000 unidades web para la sección de Real Estate, se requiere el trabajo de 527 personas. Quedando entonces una fuerza de trabajo extra de 473 operarios. Estos recursos de personal adicional, permiten planificar un incremento de la producción total hacia los 8 a 10 millones de nuevas unidades de páginas web. Entonces, existe una meta de mínima de 500.000 páginas web y un estimativo de máxima de 10 millones de páginas web estandarizadas. Esto, es el impacto del concepto de un Big Bang in the Web Point.

## PERSONAL CLAVE

✓ El reclutamiento del personal clave para los servicios de comercialización combinados en los 100 países, se realizará priorizando el banco de datos curriculares de [work.globalsolidarity.live](http://work.globalsolidarity.live)

## ESTRATEGIA PARA EL NETWORKING



1- Podrá cada inmobiliaria argentina adherirse a las modificaciones presentadas por GSL al proyecto de reforma de la ley nacional que regula la actividad de todos los martilleros y corredores públicos en la República Argentina, especialmente el artículo que habilita a toda inmobiliaria para ejercer el libre comercio electrónico. Enviando cada martillero y corredor público su e-mail a GSL central, estará sumando su voto no vinculante para que esta reforma se haga realidad mediante el Congreso de la Nación, en el plazo más inmediato posible. Al aprobarse, cada local inmobiliario al público estará legalmente habilitado para convertir su unidad de negocio comercial en un centro de negocios digitales, con atención personalizada al público en general. Y podrá recibir todos los beneficios de GSL Franquicia, convirtiéndose en agente de negocios y servicios virtuales, para todo el paquete de empresas asociadas a GSL Central.

2- Estos centros de negocios digitales, con atención personalizada a clientes, permite sumar 50.000 martilleros solamente en Argentina. A nivel mundial el cálculo estimativo representa una fuerza para el Networking Marketing en torno a los 5.000.0000.

3- El sistema integrado de los 12 portales permite la libre asociación entre agentes inmobiliarios y brokers para las operaciones de ventas, por lo que debe estimarse una fuerza complementaria de Networking de 10.000.000 en todo el mundo. Esto totaliza una Networking altamente calificada para dar soporte físico a las ventas digitales de 15.000.000 de individuos. Aparece la red más concentrada, densa y eficiente del planeta para hiperimpulsar las operaciones combinadas del E-Business y el E-Commerce Global Unificado.

## VENTAJAS

1- Cada cliente del sistema de 12 portales master para Real Estate podrá funcionar como inmobiliaria virtual, sin necesidad de local físico, atendiendo a los usuarios directamente desde su hogar.

2- Una vez que cada martillero y corredor público matriculado compruebe la eficacia de esto, podrá liberarse de los altos costos de alquiler de un local comercial y funcionar además, en red, junto a otros colegas o agentes inmobiliarios on line, que trabajen a comisión.

3- Cada uno de estos agentes en relación directa con la inmobiliaria virtual podrá contar con su página web propia, de forma que podrá promocionar la mercadería inmueble para alquiler y/o venta en forma automática. El sistema web permite que todos trabajen desde sus casas, mantengan los contactos constantes de PC a PC y se coordinen las acciones, sin necesidad de un lugar físico.

4- Cada martillero y corredor público podrá asociarse con otro u otros colegas para solventar los gastos comunes de un local comercial a la calle, manteniendo cada uno la individualidad propia del negocio inmueble mediante su inmobiliaria virtual en la internet.

5- Cada local inmobiliario podrá reconvertirse para transformarse en un Centro de Servicios Digitales Integrales.

## INVERSIÓN PROYECTADA

1- La inversión inicial es de U\$S 1.000.000 durante la primera fase del Plan Piloto (Argentina y Estados Unidos), durante 3 meses. La segunda fase requiere una inversión suplementaria de U\$S 10.000.000, con un desarrollo programado de 9 meses, globalizando el sistema de Ventas Centralizadas por Internet hacia 100 países en total.

2- A cambio del aporte de inversión, se obtendrá el 20% propietario del sistema y el 20% de los beneficios totales. Recibiendo además el inversor el 100% de los beneficios, en un período inicial temporario, hasta igualarse el monto de la inversión de riesgo aplicada, más un interés del 30% anual.

3- A partir de superarse los U\$S 10 millones/año de beneficio neto a favor del inversor asociado, el 50% del monto total excedente deberá ser donado por partes iguales como fondos de ayuda humanitaria. De esta forma, se asegura el cumplimiento de los objetivos solidarios globales del Humanitarian Marketing Program dentro del sistema GSL.

## PUBLICIDAD Y PROMOCION

1- La estrategia de palabras clave permite posicionamiento en los buscadores líderes de la internet. Esto se repite so-

bre una masa crítica de 2.500.000 a 10.000.000 de nuevas páginas web focalizadas sobre el Target Real Estate.

2- Una base de datos de 250 millones de e-mails, correspondientes a distintos países en cada continente, y ordenada por nación y rubros, permite un soporte logístico para realizar campañas de E-mail Marketing intensivas.

3- La absorción de web sites de inmobiliarias, estudios de arquitectura e ingeniería, empresas de decoración y construcción, etc. ,todas con subdominios propios dentro de la matriz central del sistema: Nexxus.us, concentra el tráfico de usuarios hacia la Ventana Centralizada de Ofertas de Real Estate, promocionando a los servicios y productos de todas las empresas participantes y simplificando la navegación web para la selección y reserva on line de cada bien inmueble.

4- La producción diaria y constante de la División Noticias dentro del sistema integrado de 12 portales master, especializados en operaciones y servicios inmobiliarios, concentra la información del sector y la difunde entre los medios de prensa nacionales e internacionales con autorización de publicación parcial o total, citando la fuente; es decir, incluyendo un link hacia [realestate.globalsolidarity.live](http://realestate.globalsolidarity.live) en el caso de medios digitales o publicando al pie de la nota esta dirección de internet.

5- Mediante el aporte de los anunciantes podrán realizarse sorteos de productos y servicios, así como alojamientos gratuitos en hoteles y pasajes para dos. Así como toda campaña

promocional de ventas que pueda organizarse entre los integrantes del sistema on line.

## ESTRATEGIA DE FRANQUICIAS

1- Mediante Martilleros y RealEsteinUSA, se creará un modelo centralizado de servicios de intermediación inmobiliaria, mediante asociación con martilleros y corredores públicos matriculados.

2- Esta central intermediaria se expandirá mediante el sistema de franquicias ciudad por ciudad y país por país.

3- Se establecerán convenios con agentes inmobiliarios establecidos a los fines de asociarlos mediante sistema web on line para que puedan operar en forma corporativa, transformándose en una fuerza de ventas inteligente y cooperativa para las transacciones inmuebles del global del sistema. Hecho esto, cada agente inmobiliario contará con la herramienta digital adecuada para poder vender un departamento en Río de Janeiro, Miami, Nueva Delhi, Hong Kong o Tokio. Contará con oferta ilimitada, por lo que su único límite real será su capacidad de venta y conocimiento del inglés como idioma internacional para las operaciones de reserva on line.

## INSERCIÓN DE LATIN MARKET Y DE MICROWINDOWS

✓ Todo el sistema de ventas podrá incluir las ventanas de World Market (cede 20% de los beneficios por comisiones de

ventas online) y de MicroWindows (cede 40% de los beneficios por publicidad y comisiones de ventas on line).

✓ Esta combinación de servicios insertables, mediante el Advertisers Program y el Affiliate Program de GSL, permite incrementar los beneficios generales del sistema con el máximo mínimo de esfuerzos.

✓ A su vez, la Ventana Centralizada de Ventas Real Estate podrá estar incorporada dentro del sistema World Market, cediendo para esto un 20% de los beneficios por porcentajes de ventas.

✓ Esta estrategia se repite en el caso de web sites asociados, a los que por insertar la Ventana Centralizada de Ventas Real Estate, el sistema cede también el 20% de los beneficios por porcentajes de ventas.

✓ Al acoplarse cada sistema de ventas con cada uno de los otros, se genera una retroacción positiva que polariza el E-Commerce Global Unificado hacia un Big Bang in the Web Point.

✓ La definición de sus funcionalidades operativas convierte a GSL en un foco para el E-Business y el E-Commerce globales, posicionándose estratégicamente sobre el volumen de transacciones comerciales online. Todos los esfuerzos se centran en el objetivo de captación del mercado de compradores en línea, pertenecientes al segmento de clase media alta y alta, en todos los países donde opere GSL.

# Real Estate

## MARTILEIROS E IMOBILIÁRIOS NOS EUA: OBJETIVOS E MARKETING ESTRATÉGICO

### DEFINIÇÃO DE META E ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO

✓ 2.500.000 novas páginas web concentradas e especializadas para o Unified Global E-Commerce, neste único Target: Real Estate. Resultado: concentração de alta densidade no mercado de transações online, em todo o mundo. Tempo máximo de execução: 12 meses.

✓ O mercado imobiliário internacional totaliza cerca de 700 bilhões de dólares/ano em vendas, entre exportações mundiais e mercados domésticos nacionais. Uma taxa de comissão otimista para vendas on-line de 6% significa US\$ 2,1 bilhões/ano, capturando apenas uma média estimada de 50% do mercado global de vendas de imóveis. Uma comissão neutra de apenas 2% nas transações online implica 1,4 bilhão de dólares/ano. E uma comissão pessimista de apenas 0,5% em cada transação online equivale a uma receita bruta de US\$ 350 milhões/ano.

✓ As operações do Global E-Business no mercado imobiliário, por meio de web sites já instalados, para este segmento de mercado, são de baixa penetração, com escopo limitado e conteúdo fragmentado e isolado. Portanto, eles são totalmente vulneráveis à aplicação da estratégia e tática de ocupação através de um Flash of Lightning de conteúdo interligado, no que é conhecido aqui como o Big Bang no Web Point. Tática de captura do nicho ou mercado, potencialmente

vazio diante desta nova estratégia, que consiste no desenvolvimento simultâneo de 2.500.000 novas páginas web, concentrando conteúdos e serviços para intermediação online, de todas as empresas e corretores, estúdios de arquitetura e engenharia, decoração e construtoras em 100 países, em um período curto e sincronizado.

## ESTRATÉGIA DE MARKETING

1- Centralizar através de 12 portais master relacionados: informação, promoção e marketing online de imóveis argentinos e norte-americanos como primeiro passo, com vistas ao potencial de replicação do sistema para terceiros países. (total de 100).

2- Auctioneers, RealEstateinUSA, Deco, Brokers, Insurance, Credits, Architects, Condos, RealEstateAgents, Construction, RealEstateNews e RealEstateClub, são os 12 portais que começam como domínios e subdomínios individuais

3- O conjunto destes portais conterà inicialmente um mínimo de 25.000 páginas web para cada país. Cada um, com suas respectivas palavras-chave, para que os buscadores Google, Yahoo e MSN os indexem. Esta estratégia permite um posicionamento progressivo e intensivo nos motores de busca, o que aumenta o tráfego potencial de utilizadores para todo o sistema.

4- Ao repetir o sistema integral através da clonagem web para 100 países no total, atinge-se uma massa crítica de



2.500.000 novas páginas web. Ao qual serão adicionados os URLs necessários para otimizar o seu Marketing na Internet.

5- Existem vários portais argentinos e estrangeiros voltados para o tema imobiliário... No entanto, eles não atingem a concentração e centralização de todas as informações, promoção e marketing disponíveis e potenciais online. Funcionam assim isoladamente. Isso se repete em países terceiros. O mercado imobiliário na internet representa um nicho seletivo da classe média alta e alta, segmentos com grande poder aquisitivo. Globalmente, a compra e venda de imóveis ultrapassa 700 bilhões de dólares anualmente (estatísticas exatas do mercado mundial não estão disponíveis). Portanto, uma ínfima parcela desse marketing, por meio de intermediação em transações ou online, representa um montante anual bastante significativo (entre US\$ 17,5 bilhões/ano e US\$ 1,75 bilhão/ano, considerando uma flutuação de comissões por vendas online da ordem de 6 a 0,5%, desde que seja alcançado o objetivo central, que é a alta densidade de concentração da oferta, em um único sistema web retroativo, por meio de 12 portais mestres).

6- O alvo I desta centralização de serviços online são os agentes imobiliários (intermediários), com o objetivo de concentrar todas as suas ofertas imobiliárias num único ponto ou website. A Target II é constituída por ateliers de arquitectura e engenharia, empresas de decoração e construção, corretores, bancos, financeiras, novos edifícios para venda, serviços de manutenção e reparação dos diversos ofícios (canalização, electricidade, etc.) que são os componentes do oferta de mercado.

7- Para concentrar o Target I, serão feitas páginas contendo o site de cada agência imobiliária e serviços de promoção publicitária, galerias de fotos, vídeos e serão adicionadas mil opções gratuitas de templates pré-desenhados (HTML e Flash), para que cada imobiliária tem a opção tecnológica de otimizar seus próprios sites. Eles também serão oferecidos hospedagem na web a um custo mensal tentador. Eles usam faça, para isso, um ou vários dos melhores serviços de hospedagem norte-americanos, com programação e desempenho superiores aos latino-americanos. Eles também serão convidados a conceder uma representação comercial de todos os seus produtos online, dentro do sistema de vitrines do Mercado Global, enxertado em cada uma das páginas dos 12 portais combinados. A Global Market atuará como agente imobiliário, recebendo um percentual da comissão de vendas. Esta representação, sendo de natureza online, não se sobrepõe às representações comerciais físicas. Tem a vantagem para o comprador de, num único site, aparecer a oferta de todos os agentes imobiliários e os seus dados, para que todos beneficiem de serem promovidos dentro do grupo. Além disso, cada site imobiliário conterá a janela Mercado Global inserida para a venda online de todos os tipos de produtos, com a opção de excluir a categoria imobiliária para não promover a concorrência; para que a imobiliária obtenha 20% dos lucros das comissões de vendas e o MicroWindows também seja inserido com um lucro de 40% em publicidade e vendas online.

8- Para o Target II, a mesma estratégia de web services adicionados será repetida. Os estúdios de arquitetura e engenharia serão convidados a fornecer serviços online, para que possam ser anexados às páginas da web imobiliária dentro do sistema. Este serviço de consultoria online será prestado em troca de uma comissão de 10% sobre o valor de cada consultoria

realizada, que será automaticamente controlada pelo sistema. Desta forma, os utilizadores imobiliários na Internet terão a oportunidade de serem aconselhados por consultores profissionais sobre as vantagens e desvantagens dos imóveis que pretendem adquirir. Os corretores de atacado serão convidados a participar do sistema de vendas por meio de uma assinatura mensal fixa e uma comissão por vendas online, semelhante em operação ao modelo MercadoLivre.com ou E-Bay. Assim, será possível concentrar a oferta de intermediação e financiamento de vendas online por regiões e municípios, delimitando a responsabilidade pelo cumprimento dos contratos de venda. Além disso, pequenas comissões para vendas online serão acordadas com os agentes imobiliários, em termos de operações internacionais, e eles devem ser responsáveis pelos contratos. O sistema será adaptado às políticas de venda de cada imobiliária, maximizando o potencial de vinculação oferta-usuário na internet.

9- Cada imobiliária terá a opção de contratar a primeira página da vitrine central de vendas do Mercado Global, para divulgar intensamente sua linha de ofertas. Esses contratos são semanais.

10- Através da estratégia de concentração do mercado imobiliário online, os objetivos secundários aparecem logo em seguida. Ou seja, a janela central de ofertas pode conter ofertas de diversos produtos de empresas terceirizadas. Todos de qualidade e voltados para a classe média alta e alta Target de cada país, onde o sistema está implantado.

## ESTRATÉGIA DE RECUPERAÇÃO DE INVESTIMENTOS

1- Para o Teste Piloto do sistema descrito, o desenvolvimento é limitado à Argentina e aos Estados Unidos simultaneamente. Isso representa um investimento inicial de US\$ 1.000.000, que cobre os custos de desenvolvimento de 100.000 novas páginas da web. Isso estabelece uma relação de custo por página da web de US\$ 100 por unidade.

2- Por meio de um teste de mercado realizado com designers e programadores de sites da Índia, considerado o país de menor custo relativo no mercado global de software, o estudo estabeleceu um custo mínimo entre US\$ 12 a 15 por unidade de página web. Portanto, um custo médio de US\$ 10 por unidade é de 20% a 50% menor do que os custos finais na Índia para trabalhos terceirizados.

3- Este custo integrado de US\$ 10 por unidade de página web incluye el costo de personal adicional como diseñadores y programadores web, así como periodistas bilingües especializados en vinos, costos administrativos, costos generales y costo del web hosting de todo el sistema durante 12 meses.

4- Considerando apenas os serviços de web design e hospedagem oferecidos a imobiliárias, estúdios de arquitetura e engenharia, empresas de decoração e construção, etc. Isso permite calcular uma meta mínima de 200 mil clientes potenciais (entre Argentina e Estados Unidos). Ao preço de um serviço combinado de Design & Hosting, ao baixo preço padrão de US\$ 5 finais por mês, isso permite calcular uma receita bruta de US\$ 1.000.000 por mês. Totalizando receita de US\$ 12.000.000 por período anual. Dos quais, descontados os gastos totais anuais equivalentes a US\$ 1.000.000, subtrai-se um benefício bruto de

US\$ 11.00.000. Este cálculo não inclui os benefícios das comissões de vendas e mostra que a devolução do capital é feita dentro do primeiro período de exercício do Operação.

5- Multiplicando U\$S 6.000.000/ano país, da receita bruta dos serviços de Web Design & Hosting por 100 países, o seguinte valor da receita bruta anual é arredondado: U\$S 600 milhões.

## TEMPO DE DESENVOLVIMENTO

1- O prazo para o pleno funcionamento do Plano Piloto (Argentina e Estados Unidos, com 10.000 páginas no total) é de 3 meses, a partir do investimento inicial de US\$ 1.000.000. Durante o segundo período de 9 meses, o desenvolvimento clonado será concluído para outros 98 países, com um total de 490.000 páginas da web em vários idiomas. Essa relação de custo por página da web é equivalente a US\$ 5 por unidade. Essa diminuição de custo é possível pela aplicação de templates de pré-montagem web e do sistema de montagem final Toyota, somados à estratégia de mão de obra barata e qualificada, contratada em um terceiro país emergente. A relação de custo com a Índia, então, está agora entre 60 a 70 mais baixa por unidade de página da web. Para esta segunda etapa de globalização do sistema, o investidor desembolsa os restantes US\$ 10.000.000 pré-acordados.

## CUSTO DA FORÇA DE TRABALHO

1- Com um custo de mão de obra qualificada em torno de US\$ 100/mês, a adoção da metodologia de teletrabalho, controles de qualidade de processamento de web e matrizes de pré-montagem de web sob o modelo organizacional do Sistema Toyota, pode-se contratar 1.000 pessoas para desenvolver em um período de 9 meses as 490.000 páginas da web necessárias para produzir um Big Bang no Web Point no Marketing Target mundial.

2- O custo total da mão de obra qualificada contratada por teletrabalho é de US\$ 1.200.000/ano, restando um ativo de US\$ 8.800.000, ao final do ciclo de produção e desenvolvimento de 9 meses. Esta reserva permite um financiamento extra para fazer face a contingências e adversidades imprevistas, custos de marketing, promoção, vendas, instalações, equipamentos e eventual aluguer e/ou aluguer de escritórios para centralizar as operações por país, em caso de necessidade de presença comercial física. . No entanto, será priorizada a estratégia associativa, de forma a ter suporte físico em cada país, onde está implementado o sistema de vendas centralizado.

3- Dependendo dos templates e programação web desenvolvidos, cada operador poderá fazer uma nova página web a cada 5 a 10 minutos. Isso gera uma média de produção padronizada de bobinas de 6 a 12 unidades/hora por operador. Em um turno completo de 8 horas, a produtividade por operador contratado é em média de 48 a 96 unidades web. Em uma semana de 6 dias, isso representa uma produtividade por operador de 288 a 576 unidades da web. Em um mês, o resultado é de 1.152 a 2.304 páginas da web. Em 9 meses do ciclo completo de produção programado, a produtividade de

cada operador totaliza entre 10.368 a 20.736. Ou seja, tomando o número mais baixo, apenas 50 operadores qualificados são necessários para produzir 500.000 páginas da web durante o ciclo de 9 meses. Há uma força de trabalho extra de 950 operadores, com uma produtividade total calculável no mínimo de 9.500.000 a 19.000.000 novas páginas da web. Considerando que o portal Real Estate é o mais complexo e que apenas 4 novas páginas podem ser produzidas por dia, isso equivale a uma produtividade de 24 por semana e 96 por mês. Ao final do ciclo de 9 meses, cada operador desta seção mais complexa produzirá 864. Para atingir a desejável cifra de 450.000 unidades web para a seção de Boutiques de Moda, é necessário o trabalho de 527 pessoas. Assim, deixando uma força de trabalho extra de 473 trabalhadores. Esses recursos adicionais de pessoal permitem planejar um aumento da produção total para 8 a 10 milhões de novas unidades de páginas web. Portanto, há uma meta mínima de 500.000 páginas da web e um máximo estimado de 10 milhões de páginas da web padronizadas. Este é o impacto do conceito de Big Bang no Web Point.

## PESSOAL-CHAVE

✓ O recrutamento de pessoal-chave para os serviços de marketing combinados nos 100 países será feito priorizando o banco de dados de currículo [work.globalsolidarity.live](http://work.globalsolidarity.live)

## ESTRATÉGIA PARA NETWORKING

1- Cada agência imobiliária argentina pode aderir às modificações apresentadas pela GSL ao projeto de reforma da lei nacional que regulamenta a atividade de todos os leiloeiros e corretores públicos na República Argentina, especialmente o artigo que permite que todos os imóveis exerçam o livre comércio eletrônico. Ao enviar a cada leiloeiro e corretor seu e-mail para a central GSL, eles estarão somando seu voto não vinculante para que essa reforma se concretize no Congresso Nacional, o mais breve possível. Após a aprovação, cada local público de imóveis estará legalmente habilitado a converter sua unidade comercial em um centro de negócios digital, com atendimento personalizado ao público.

co em geral. E você poderá receber todos os benefícios da GSLFranchise, tornando-se um agente de negócios e serviços virtuais, para todo o pacote de empresas associadas à GSL Central.

2- Esses centros de negócios digitais, com atendimento personalizado, permitem a adição de 50.000 leiloeiros somente na Argentina. Em todo o mundo, o cálculo estimado representa uma força para Networking Marketing em torno de 5.000.000.

3- O sistema integrado dos 12 portais permite a livre associação entre agentes imobiliários e corretores para operações de vendas, pelo que se estima uma força complementar de Networking de 10.000.000 em todo o mundo. Isso totaliza um Networking altamente qualificado para dar suporte físico às vendas digitais de 15 milhões de pessoas. A rede mais concentrada, densa e eficiente do planeta parece impulsionar as operações combinadas de E-Business e Unified Global E-Commerce.



## VANTAGEM

1- Cada cliente do sistema de 12 portais mestres de Imóveis poderá funcionar como um corretor de imóveis virtual, sem a necessidade de um local físico, atendendo os usuários diretamente de sua casa.

2- Uma vez que cada leiloeiro e corretor público registrado comprove a eficácia deste, poderá libertar-se dos elevados custos de aluguer de um espaço comercial e também funcionar, em rede, em conjunto com outros colegas ou agentes imobiliários online, que trabalho em comissão. .

3- Cada um destes agentes em relação direta com a agência imobiliária virtual poderá ter a sua própria página web, para que esta possa promover automaticamente a mercadoria imobiliária para arrendamento e/ou venda. O sistema web permite que todos trabalhem em casa, mantenham contatos constantes de PC para PC e coordenem ações, sem a necessidade de um local físico.

4- Cada leiloeiro e corretor público pode associar-se a um ou mais colegas para fazer face às despesas comuns de um estabelecimento comercial na rua, mantendo cada um a individualidade do negócio imobiliário através dos seus imóveis virtuais na Internet.

5- Cada local de imóveis pode ser reconvertido para se tornar um Centro Integral de Serviços Digitais.

## INVESTIMENTO PROJETADO

1- O investimento inicial é de US\$ 1.000.000 durante a primeira fase do Plano Piloto (Argentina e Estados Unidos), por 3 meses. A segunda fase requer um investimento adicional de US\$ 10.000.000, com um desenvolvimento programado de 9 meses, globalizando o sistema de Vendas Centralizadas pela Internet para 100 países no total.

2- Em troca da contribuição do investimento, será obtido o proprietário do sistema e 20% do total dos benefícios. Além disso, o investidor recebe 100% dos benefícios, em período inicial temporário, até que o valor do investimento de risco aplicado seja equalizado, acrescido de juros anuais de 30%.

3- Após ultrapassar US\$ 10 milhões/ano de lucro líquido em favor do investidor associado, 50% do valor total excedente deverá ser doado em partes iguais como fundos de ajuda humanitária. Desta forma, garante-se o cumprimento dos objetivos globais solidários do Programa de Marketing Humanitário no âmbito do sistema GSL.

## PUBLICIDADE E PROMOÇÃO

1- A estratégia de palavras-chave permite o posicionamento nos principais buscadores da internet. Isso se

repete em uma massa crítica de 2.500.000 a 10.000.000 novas páginas da web focadas no Target Real Estate.

2- Uma base de dados de 250 milhões de e-mails, correspondentes a diferentes países de cada continente, ordenados por nação e categoria, permite o apoio logístico para a realização de intensas campanhas de E-mail Marketing.

3- A absorção de sites imobiliários, estúdios de arquitetura e engenharia, empresas de decoração e construção, etc. , todos com subdomínios próprios dentro da matriz central do sistema: Nexxus.us, concentra o tráfego de usuários para a Janela Centralizada de Ofertas Imobiliárias, promovendo os serviços e produtos de todas as empresas participantes e simplificando a navegação na web para seleção e reserva online de cada imóvel .

4- A produção diária e constante da Divisão de Notícias dentro do sistema integrado de 12 portais mestres, especializados em operações e serviços imobiliários, concentra a informação do setor e a divulga na imprensa nacional e internacional com autorização para publicação parcial ou total . , citando a fonte; ou seja, incluir um link para realestate.globalsolidarity.live no caso de mídia digital ou publicar este endereço de internet na parte inferior da nota.

5- Através da contribuição dos anunciantes poderão ser realizados sorteios de produtos e serviços, bem como alojamento gratuito em hotéis e bilhetes a dois. Assim como

qualquer campanha promocional de vendas que possa ser organizada entre os membros do sistema online.

## ESTRATÉGIA DE FRANQUIA

1- Através da Martilleros e Real Estate in USA, Será criado um modelo centralizado de serviços de mediação imobiliária, através da associação com leiloeiros e corretores públicos registrados.

2- Este intermediário central se expandirá através do sistema de franquias cidade por cidade e país por país.

3- Serão estabelecidos convênios com corretores de imóveis estabelecidos para associá-los por meio de um sistema web online para que possam operar corporativamente, tornando-se uma força de vendas inteligente e cooperativa para transações imobiliárias no sistema global. Feito isso, cada corretor de imóveis terá a ferramenta digital adequada para poder vender um apartamento no Rio de Janeiro, Miami, Nova Delhi, Hong Kong ou Tóquio. Você terá uma oferta ilimitada, então seu único limite real será sua capacidade de vender e conhecimento do inglês como idioma internacional para operações de reservas online.

## INSERÇÃO DO MERCADO LATINO E MICROWINDOWS

Todo o sistema de vendas pode incluir as janelas do World Market (dá 20% dos lucros das comissões de vendas online) e

MicroWindows (dá 40% dos lucros da publicidade online e comissões de vendas).

Esta combinação de serviços inseríveis, através do Programa de Anunciantes e do Programa de Afiliados GSL, permite aumentar os benefícios gerais do sistema com o mínimo de esforço.

Por sua vez, a Janela Centralizada de Vendas de Moda poderá ser incorporada ao sistema Mercado Mundial, rendendo 20% dos lucros por percentuais de vendas.

Essa estratégia se repete no caso de sites associados, aos quais, ao inserir a Janela Centralizada de Vendas de Moda, o sistema também rende 20% dos lucros por percentual de vendas.

Ao acoplar cada sistema de vendas com cada um dos outros, é gerado um feedback positivo que polariza o Unified Global E-Commerce para um Big Bang no Web Point.

A definição de suas funcionalidades operacionais torna a GSL um foco de E-Business e E-Commerce global, posicionando-se estrategicamente no volume de transações comerciais online. Todos os esforços estão focados no objetivo de capturar o mercado de compradores online, pertencentes ao segmento de classe média alta e alta, em todos os países onde a GSL atua.

## Links

Collaborate with GSL, download this PDF and forward it to all your contacts on social networks and email lists.

Colabore con GSL, descargue este PDF y reenvíelo a todos sus contactos en redes sociales y listados de e-mails.

Colabore com a GSL, baixe este PDF e encaminhe para todos os seus contatos nas redes sociais e listas de e-mail.

- [Welcome](#)

## Projects

- [2% for the planet](#)
- [Big Bang in the Web Point](#)
- [American United Nations](#)
- [Mar del Plata, alternative capital of Argentina](#)
- [Green Cards](#)
- [Help classified](#)
- [Latin Solidarity Market](#)
- [Fashion & Boutiques](#)
- [Deco & Construction](#)
- [Real Estate](#)
- [Fishing](#)
- [Food](#)

- [Business](#)
- [Tourism](#)
- [Wines](#)
- [ArBras](#)
- [Mirror Windows](#)
- [Human-X](#)
- [Call for web designers and programmers](#)
- [Global call to small good faith investors](#)
- [GSL Brokers Union](#)
- [3rd Light Hole Operating System](#)
- [NASA Adonai-Horeb Program](#)
- [Plant 30 billion trees per year](#)
- [Zeus Program](#)
- [Mindfulness Centers](#)
- [WikiYoga](#)
- [ArUrb Linear City Project](#)
- [Delta System](#)
- [LaserSat](#)
- [Domus](#)
- [Intermarketing](#)
- [SCoPEX Project](#)
- [Geothermal energy](#)
- [Space elevator Project](#)
- [Compact nuclear reactors](#)
- [WARP Engines](#)
- [GSL E-learning](#)
- [GSL E-books](#)
- [GSL Affiliate programme](#)
- [Franchising](#)
- [Midas Solidarity Lottery](#)

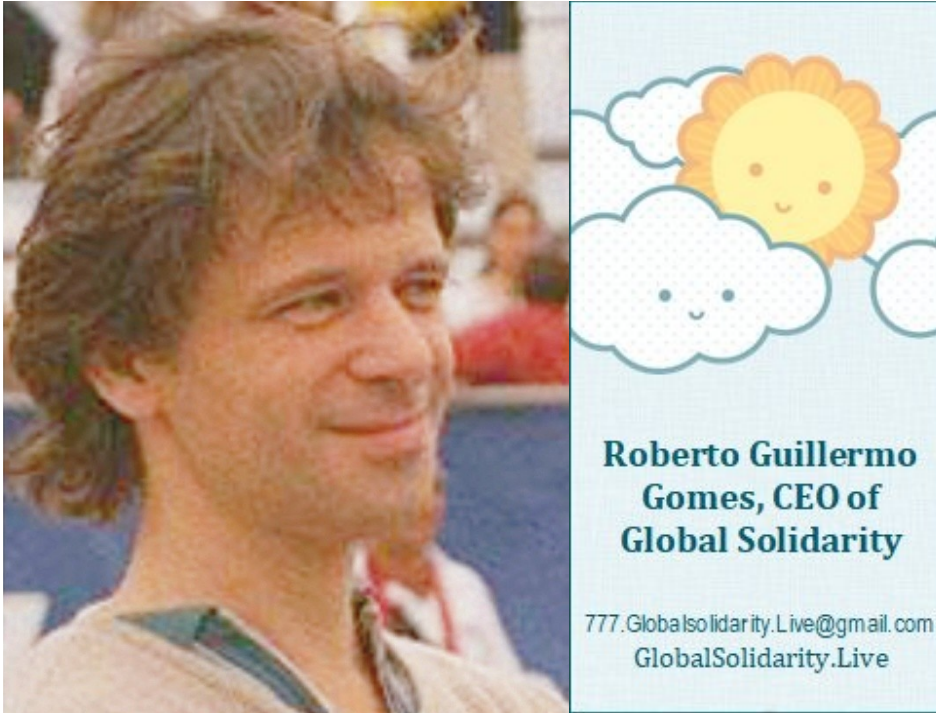
## Notes

- [Donate](#)
  - [Maitreya Buddha's Message](#)
  - [Maitreya Buddha](#)
  - [Master Plan to Save the Planet](#)
  - [2% for the Planet in action](#)
  - [2nd Great Inter-American Revolution](#)
  - [Gaia Team](#)
  - [Objectives](#)
  - [Prayer for the salvation of the world](#)
  - [Big Bang in the Web Point](#)
- 
- [The history](#)
  - [US\\$ 100 million capitalization](#)
  - [80% is donated](#)
  - [Thanks to Jeff Bezos](#)
  - [About](#)
  - [Sponsors founders](#)
  - [Buy and help](#)
  - [Our mission and objectives](#)
  - [Humanitarian Marketing Program](#)
  - [Help to help](#)
  - [Send solidarities e-mails](#)



- [Solidarity chain](#)
- [Right to life](#)
- [Unite for human solidarity](#)
- [Work in Global Solidarity](#)
- [E-mail vote](#)
- [Publicity agencies](#)
- [P.E.S.A., Programa de Emergencia Solidaria Americana](#)
- [American United Nations](#)
- [Stop the Global Warming](#)
- [Stop the Global Warming II](#)
- [Latin Solidarity](#)
- [Intermarketing](#)
- [Global Flood](#)
- [In 1981, 40,000 children died every day](#)
- [Note to world business leaders](#)
- [Note to AEON executives](#)
- [Proposal to Amazon, Walmart and Ebay](#)
- [My reasons](#)
- [E-mail of Brandon Possin](#)
- [Note to ex-president Bush](#)
- [Arnold Schwarzenegger support](#)
- [Software bill](#)
- [Sierra Club Proposal](#)
- [Open letter to the Dalai Lama](#)
- [Tibet will be liberated or China's rivers will dry up](#)
- [Godmather](#)
- [MayDay](#)
- [Imagine a better World](#)
- [Interassociated companies at 20%](#)
- [Adonai Horeb Program](#)
- [Let's save lives](#)
- [Global Warming](#)
- [Denuclearization of the Earth](#)
- [Overpopulation](#)

- [Message to religious](#)
- [Associate](#)
- [Cyberactivists](#)
- [Global Direct Digital Democracy](#)
- [Petition for 2% of World GDP](#)
- [Solidarity cooperation notes](#)
- [Objectives](#)
- [Compassion Project](#)
- [Planetary President](#)
- [One billion refugees](#)
- [Training and self-discipline](#)
- [Prayer to save the World](#)
- [2nd Great Inter-American Revolution](#)
- [Does it benefit the West that China becomes the world's leading power?](#)



# GSL

**MAKE A  
DIFFERENCE  
FOR A BETTER  
WORLD,  
DONATE NOW!**



Make your donation here to Global Solidarity, we depend on your generous help to be able to function and fulfill our mission to save

children at risk and stop Global Warming.

Haga su donativo aquí a Global Solidarity, dependemos de su generosa ayuda para poder funcionar y cumplir con nuestra misión de salvar a los niños en riesgo y detener al Calentamiento Global.

Faça aqui a sua doação para a Global Solidarity, dependemos da sua generosa ajuda para podermos funcionar e cumprir a nossa missão de salvar crianças em risco e travar o aquecimento global.

NOTE: Make sure to always download this PDF from [globalsolidarity.live](https://globalsolidarity.live), to avoid fraud.