



GlobalSolidarity.Live

Fishing

FISHING: OBJECTIVES & STRATEGIC MARKETING

TARGET DEFINITION AND POSITIONING STRATEGY

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

The international market for extractive fishing and aquaculture totals around 100 billion dollars/year in sales, between world exports and national domestic markets. An optimistic online sales commission rate of just 1.5% means \$750 million/year, capturing just an estimated 50% average of the

global sales market. A neutral commission of only 1% on online transactions, imply 500 million dollars / year. And a pessimistic fee of just 0.5% on each online transaction equates to gross revenue of \$250 million/year.

The operations of the Global E-Business on the fishing and aquaculture market, through web sites already installed, for this market segment, have 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 to capture the niche or market, potentially empty in the face of this new strategy, consisting of the simultaneous development of 500,000 new web sites, concentrating content and services for online intermediation, from all companies and brokers, in 100 countries, in a brief and synchronized period.

MARKETING STRATEGY

1- Centralize through 12 related master portals: information, promotion and online marketing of Argentine and US fishing as a first step, with a view to the potential of replicating the system to third countries. (30 total).

2- The set of these portals will initially contain a minimum of 25,000 websites 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.

3- By repeating the integral system through web cloning to 30 countries in total, a critical mass of 500,000 new web sites is reached. To which the necessary URLs will be added to optimize your Internet Marketing.

4- There are various Argentine and foreign portals online focused on the subject of fishing... 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 fishing market represents a selective niche of the upper and upper middle class, segments with great purchasing power. Worldwide, the purchase and sale of capture fishery and aquaculture products exceed 100 billion dollars annually (exact statistics of the world market are not available). Therefore, a tiny portion of this marketing, through intermediation on online transactions, represents a very significant annual sum (between US\$ 750 million /year to US\$ 250 million /year, contemplating a fluctuation of commissions for sales online of the order of 1.5 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).

5- The Target I of this centralization of online services are the fishing companies (producers), with the aim of concentrating all of their fishing offers in a single point or website. Target II is made up of brokers, marketers and wholesale distributors, as well as secondary fishing supply companies that are the components of the market's service offering.

6- To concentrate Target I, pages containing the web site of each fishing company will be made and advertising promotion services, photo galleries, videos and a thousand free options of pre-designed web templates (HTML and Flash) will be added, so that each company has the technological option to optimize their own sites. They will also be offered web hosting at a tempting monthly cost. Using, 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 an agent or broker online, receiving a percentage on 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 place, the offer of the entire fishing market and its details appear, so that all companies benefit from promoting themselves within the group. In addition, each web site per company will contain the Global Market window inserted for the online sale of all kinds of products, with the option of excluding the category of fishing in order not to promote the competition; so that fishing 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.

7- For Target II, the same strategy of added web services will be repeated. Fishing companies will be invited to provide services online, so that they can be attached to web pages within the general system.

8- Each company 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.

9- Through the strategy of concentrating the fishing market online, secondary objectives appear after a short time. 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\$100,000, which covers the costs of developing 20,000 new websites. 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.

3- This integrated cost of US\$ 100 per website unit includes the cost of additional personnel such as web designers and programmers, as well as bilingual journalists specialized in fishing, 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 fishing companies, this allows calculating a Target of 250 thousand potential clients minimum (in 30 countries). 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\$ 1,250,000 per month. Totaling income for US\$ 15,000,000 per annual period. Of which, discounting the total annual expenses equivalent to US\$ 1,000,000, subtracts a gross benefit of US\$ 14,00,000. This calculation does not take into account the benefits from sales commissions and shows that the return of capital is made within the first period of exercise of the operation.

DEVELOPMENT TIME

1- The term for the full operation of the Pilot Plan (Argentina and the United States, with 20,000 websites in total) is 3 months, from the initial investment of US\$ 1,000,000. During the second 9-month period, cloned development will be completed for an additional 28 countries, with an initial total of 500,000 web pages in multiple 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 60 to 70% lower per website unit. 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, marketing costs, promotion, sales, installations, equipment and an eventual rental and/or rental of offices for to centralize operations by country, in case of need of 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 Fishing 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 Fishing Boutiques 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 general public. And you will be able to receive all the benefits of GSL Franchise, 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.

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 500,000 to 10,000,000 web pages focused on Target FISHING.

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 boutique websites, all with their own subdomains within the central matrix of the system: fishing.globalsolidarity.live, concentrates user traffic towards the Centralized Fishing Sales Window, promoting the products of all the participating companies and simplifying web browsing for the selection and online purchase of each individual product.

4- The daily and constant production of the News Division within the integrated system of 12 master portals, specialized in Fishing, concentrates the information of the sector and disseminates it among the national and international press media with authorization for partial or total publication, citing the font; that is, including a link to fishing.globalsolidarity.live in the case of digital media or publishing this internet address at the bottom of the note.

5- Through the contribution of advertisers, raffles may be held for perfumes, free meals for two in restaurants and free accommodation in hotels. As well as any promotional sales campaign that can be organized among the members of the online system.

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 Fishing 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 Fishing 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.

Fishing

FISHING: OBJETIVOS & MARKETING ESTRATÉGICO

DEFINICIÓN DEL TARGET Y ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

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

✓ El mercado internacional de la pesca extractiva y la acuicultura totaliza en torno a los 100 mil millones de dólares/año por ventas, entre exportaciones mundiales y mercados internos nacionales. Un porcentaje de comisión optimista por ventas on line de sólo el 1,5% significan 750 millones de dólares/año, capturando sólo un 50% promedio estimado sobre el mercado mundial de ventas. Una comisión neutra de sólo 1% sobre las transacciones on line, implican 500 millones de dólares/año. Y una comisión pesimista de sólo el 0,5% sobre cada transacción online, equivale a ingresos brutos por U\$S 250 millones/año.

✓ Las operaciones del E-Business Global sobre el mercado de la pesca y la acuicultura, 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 inter-vinculados, 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 500.000 nuevos web sites, concentrando contenidos y servicios para la intermediación on line, de todas las empresas y brokers, 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 la pesca argentina y estadounidenses como primer paso, con vista al potencial de replicar el sistema hacia terceros países. (30 en total).

2- El conjunto de estos portales contendrá inicialmente un mínimo de 25.000 sitios web por cada país. Cada uno, 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.

3- Al repetirse mediante clonación web el integral del sistema hacia 30 países en total, se alcanza una masa crítica de 500.000 nuevos web sites. A los que se añadirán las URL necesarias para optimizar su Internet Marketing.

4- Existen on line variados portales argentinos y extranjeros centrados en el tema de la pesca... Sin embargo, no alcan-

zan 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 la pesca por internet representa un nicho selectivo de clase media alta y alta, segmentos de gran poder adquisitivo. A nivel mundial la compra-venta de productos pesqueros de captura y de la acuicultura superan los 100 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 on line, representa una suma anual muy significativa (entre U\$S 750 millones /año a U\$S 250 millones /año, contemplando una fluctuación de comisiones por ventas on line del orden del 1,5 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).

5- El Target I de esta centralización de servicios on line son las empresas pesqueras (productoras), con la finalidad de concentrar en un solo punto o sitio web el total de sus ofertas pesqueras. El Target II, lo constituyen los brokers, las comercializadoras y los distribuidores mayoristas, así como las empresas secundarias de insumos para la pesca que son los componentes de la oferta de servicios del mercado.

6- Para concentrar el Target I se realizarán páginas conteniendo el web site de cada empresa pesquera 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 empresa 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 pro-

gramación 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 o broker on line, 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 del mercado pesquero y sus detalles, por lo que todas las empresas se benefician al promocionarse dentro del conjunto. Además, cada web site por empresa 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 la pesca a los efectos de no promocionar a la competencia; por lo que obtendrá esa empresa pesquera 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.

7- Para el Target II se repetirá la misma estrategia de servicios web añadidos. A las empresas pesqueras se les invitará a brindar servicios on line, para que puedan ser anexados a las páginas web dentro del sistema general.

8- Cada empresa 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.

9- Mediante la estrategia de concentrar on line el mercado de la pesca 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 100.000, que cubren los costos del desarrollo de 20.000 nuevos sitios 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.

3- Este costo integrado de U\$S 100 por unidad de sitio web incluye el costo de personal adicional como diseñadores y programadores web, así como periodistas bilingües especializados en pesca, 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 empresas pesqueras, esto permite calcular un Target de 250 mil clientes potenciales mínimo (en 30 países). A razón de un servicio de Design & Hosting combinados, al bajo precio standard de U\$S 5 final por mes, esto permite cal-

cular un bruto de ingresos de U\$S 1.250.000 por mes. Totalizando ingresos por U\$S 15.000.000 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 14.00.000. Este cálculo no contempla los beneficios por comisiones de ventas y demuestra que, el retorno del capital, se realiza dentro del primer período de ejercicio de la operación.

TIEMPO DEL DESARROLLO

1- El plazo para el pleno funcionamiento del Plan Piloto (Argentina y Estados Unidos, con 20.000 sitios 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 28 países, con un total inicial de 500.000 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 sitio web. Para esta segunda etapa de globalización del sistema, el inversor desembolsa los U\$S 10.000.000 restantes prepactados.

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 Fishing 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 Fishing, 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

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.

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 sobre una masa crítica de 500.000 a 10.000.000 de páginas web focalizadas sobre el Target FISHING.

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 boutiques, todas con subdominios propios dentro de la matriz central del sistema: fishing.globalsolidarity.live, concentra el tráfico de usuarios hacia la Ventana Centralizada de Ventas Fishing, promocionando a los productos de todas las empresas participantes y simplificando la navegación web para la selección y compra online de cada producto individual.

4- La producción diaria y constante de la División Noticias dentro del sistema integrado de 12 portales master, especializados en moda, 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 fishing.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 perfumes, comidas gratuitas para dos en restaurantes y alojamientos gratuitos en hoteles. Así como toda campaña promocional de ventas que pueda organizarse entre los integrantes del sistema online.

INSERCIÓN DE LATIN MARKET Y DE MICROWINDOWS

✓ Todo el sistema de ventas podrá incluir las ventanas de World Market (cede 15% 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 Fishing podrá estar incorporada dentro del sistema World Market, cediendo para esto un 15% 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 Fishing, el sistema cede también el 15% 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.

Fishing

PESCA: OBJETIVOS E MARKETING ESTRATÉGICO

DEFINIÇÃO DE META E ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO

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

✓ O mercado internacional de pesca extrativista e aquicultura soma cerca de 100 bilhões de dólares/ano em vendas, entre exportações mundiais e mercados internos

nacionais. Uma taxa de comissão de vendas on-line otimista de apenas 1,5% significa US\$ 750 milhões/ano, capturando apenas uma média estimada de 50% do mercado global de vendas. Uma comissão neutra de apenas 1% nas transações online, implica 500 milhões de dólares/ano. E uma taxa pessimista de apenas 0,5% em cada transação online equivale a uma receita bruta de US\$ 250 milhões/ano.

✓ A atuação do Global E-Business no mercado de pesca e aquicultura, por meio de web sites já instalados, para este segmento de mercado, tem 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 500.000 novos sites, concentrando conteúdos e serviços para intermediação online, de todas as empresas e corretores, em 100 países, em um breve e período sincronizado.

ESTRATÉGIA DE MARKETING

1- Centralizar através de 12 portais mestres relacionados: informação, promoção e comercialização online da pesca argentina e norte-americana como primeiro passo, com vistas ao potencial de replicação do sistema para terceiros países. (30 no total).

2- O conjunto desses portais conterá inicialmente um mínimo de 25.000 sites 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.

3- Ao repetir o sistema integral através da clonagem da web para 30 países no total, atinge-se uma massa crítica de 500.000 novos sites. Ao qual serão adicionados os URLs necessários para otimizar o seu Marketing na Internet.

4- Existem vários portais argentinos e estrangeiros voltados para o tema da pesca... No entanto, eles não atingem a concentração e centralização de toda a informação, promoção e marketing disponível e potencial online. Funcionam assim isoladamente. Isso se repete em países terceiros. O mercado de pesca pela internet representa um nicho seletivo da classe média alta e alta, segmentos com grande poder aquisitivo. Em todo o mundo, a compra e venda de produtos da pesca e da aquicultura ultrapassam 100 bilhões de dólares anualmente (estatísticas exatas do mercado mundial não estão disponíveis). Portanto, uma ínfima parcela desse marketing, por meio de intermediação em transações online, representa um montante anual bastante significativo (entre US\$ 750 milhões/ano a US\$ 250 milhões/ano, contemplando uma flutuação de comissões por vendas online da ordem de 1,5 para 0,5%, desde que o objetivo central seja alcançado, que é a alta densidade de concentração da oferta, em um único sistema web retroativo, por meio de 12 portais mestres).

5- O Target I desta centralização de serviços online são as empresas de pesca (produtores), com o objectivo de concentrar

todas as suas ofertas de pesca num único ponto ou website. A Target II é composta por corretores, comerciantes e distribuidores atacadistas, além de empresas secundárias de fornecimento de pesca que são os componentes da oferta de serviços do mercado.

6- Para concentrar o Target I, serão feitas páginas contendo o site de cada empresa de pesca e adicionados serviços de promoção publicitária, galerias de fotos, vídeos e mil opções gratuitas de templates pré-desenhados (HTML e Flash), para que cada empresa tem a opção tecnológica de otimizar seus próprios sites. Eles também serão oferecidos hospedagem na web a um custo mensal tentador. Utilizando, 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. O Global Market atuará como agente ou corretor online, recebendo uma po Percentual sobre a comissão de vendas. Esta representação, sendo de natureza online, não se sobrepõe às representações comerciais físicas. Tem a vantagem para o comprador que, num único local, aparece a oferta de todo o mercado da pesca e os seus detalhes, para que todas as empresas se beneficiem de se promoverem dentro do grupo. Além disso, cada site por empresa conterà a janela Mercado Global inserida para a venda online de todos os tipos de produtos, com a opção de excluir a categoria de pesca para não promover a concorrência; para que a empresa de pesca obtenha 20% dos lucros das comissões de vendas e o MicroWindows também seja inserido com um lucro de 40% em publicidade e vendas online.

7- Para o Target II, a mesma estratégia de web services adicionados será repetida. As empresas pesqueiras serão convidadas a prestar serviços online, para que possam ser anexados a páginas web dentro do sistema geral.

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

9- Através da estratégia de concentração do mercado pesqueiro online, objetivos secundários aparecem em pouco tempo. 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\$ 100.000, que cobre os custos de desenvolvimento de 20.000 novos sites. 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.

3- Este custo integrado de US\$ 100 por unidade de sitio web incluye el costo de personal adicional como diseñadores y programadores web, así como periodistas bilingües especializados en pesca, 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 às empresas de pesca, isso permite calcular uma meta mínima de 250 mil clientes potenciais (em 30 países). 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\$ 1.250.000 por mês. Totalizando receita de US\$ 15.000.000 por período anual. Destes, descontados o total das despesas anuais equivalentes a US\$ 1.000.000, subtrai-se um benefício bruto de US\$ 14.00.000. Esse cálculo não leva em consideração os benefícios das comissões de vendas e mostra que a devolução do capital é feita dentro do primeiro período de exercício da operação.

TEMPO DE DESENVOLVIMENTO

1- O prazo para o pleno funcionamento do Plano Piloto (Argentina e Estados Unidos, com 20.000 sites 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 mais 28 países, com um total inicial

de 500.000 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, é agora 60 a 70% menor por unidade de site. 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 imprevistos e adversidades, 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 Fishing 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

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 em geral. E você poderá receber todos os benefícios da Franquia GSL, 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.

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 motores de busca da internet. Isso se repete em uma massa crítica de 500.000 a 10.000.000 páginas da web focadas na PESCA Alvo.

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 boutique, todos com subdomínios próprios dentro da matriz central do sistema: fishing.globalsolidarity.live, concentra o tráfego de usuários para a Janela Centralizada de Vendas de Pesca, promovendo os produtos de todas as empresas participantes e simplificando a navegação na web para a seleção e compra online de cada produto individual.

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

5- Mediante a contribuição dos anunciantes, poderão ser realizados sorteios de perfumes, refeições gratuitas para dois em restaurantes e hospedagem gratuita em hotéis. Assim como qualquer campanha promocional de vendas que possa ser organizada entre os membros do sistema online.

INSERÇÃO DO MERCADO LATINO E MICROWINDOWS

Todo o sistema de vendas pode incluir as janelas do World Market (dá 15% 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 15% 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 15% 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](#)

Proyects

- [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](#)

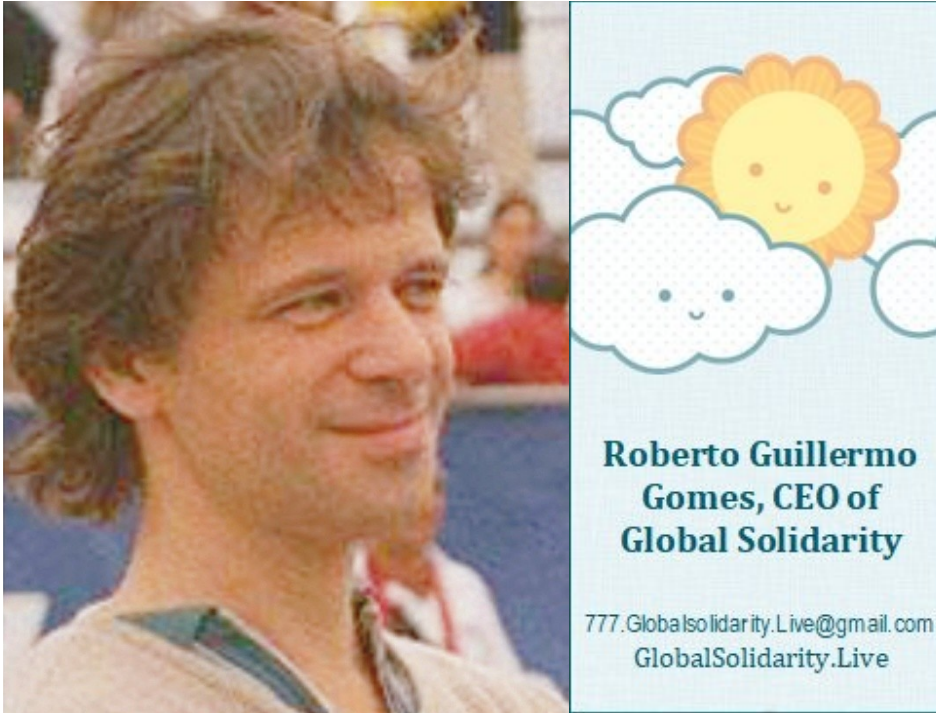
- [Tourism](#)
- [Wines](#)
- [ArBras](#)
- [Mirror Windows](#)
- [Human-X](#)
- [Call for web designers and programmers](#)
- [Global call to small good faith investors](#)
- [GSL Brokers Union](#)
- [3rd Light Hole Operating System](#)
- [NASA Adonai-Horeb Program](#)
- [Plant 30 billion trees per 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, to avoid fraud.