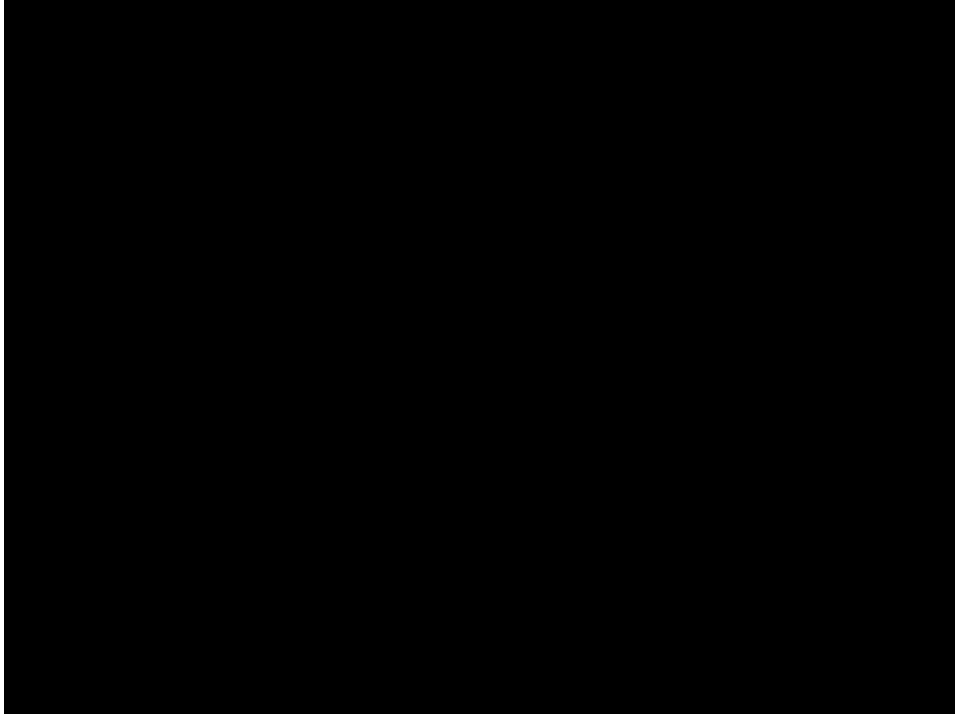
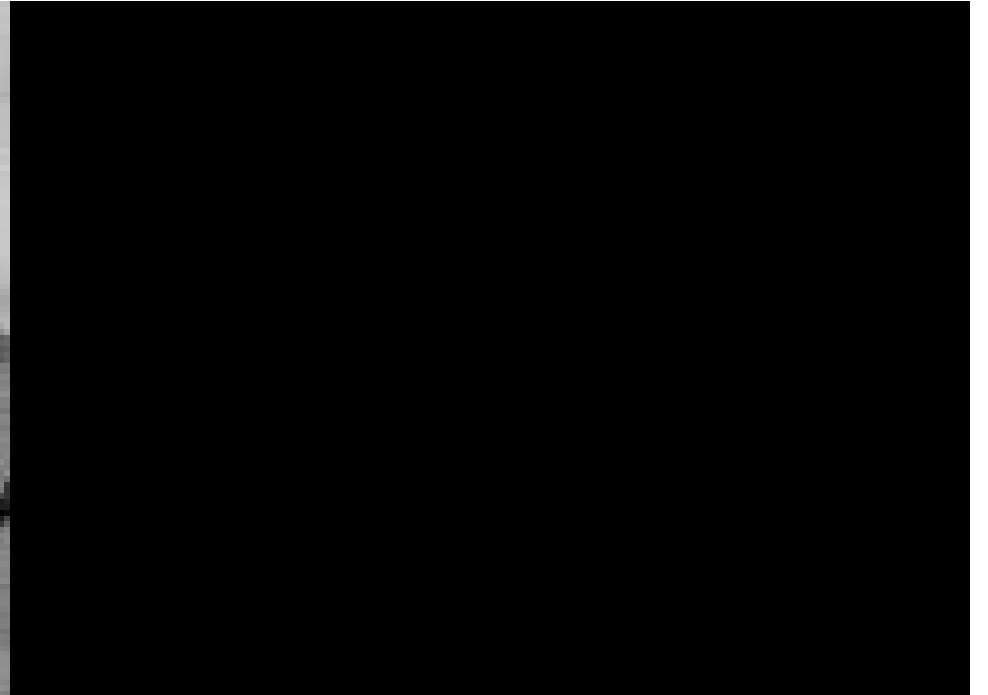


52 AÑOS DE CRISIS!

Gerardo Saporosi
www.fgroup.com.ar

Բարի լոյս: Շնորհակալ եմ որ այսօր իմ
մօտս կը գտնուիք: Ինձի համար մեծ
պատիւ մըն է այս նիւթի մասին խօսիլ,
այս խորհրդաժողովի ծիրին մէջ, եւ ձեզ
նման գիտակից անձերու առջեւ:







Disengagement Agreements Following the Yom Kippur War







**Prisioneros de
Guerra**













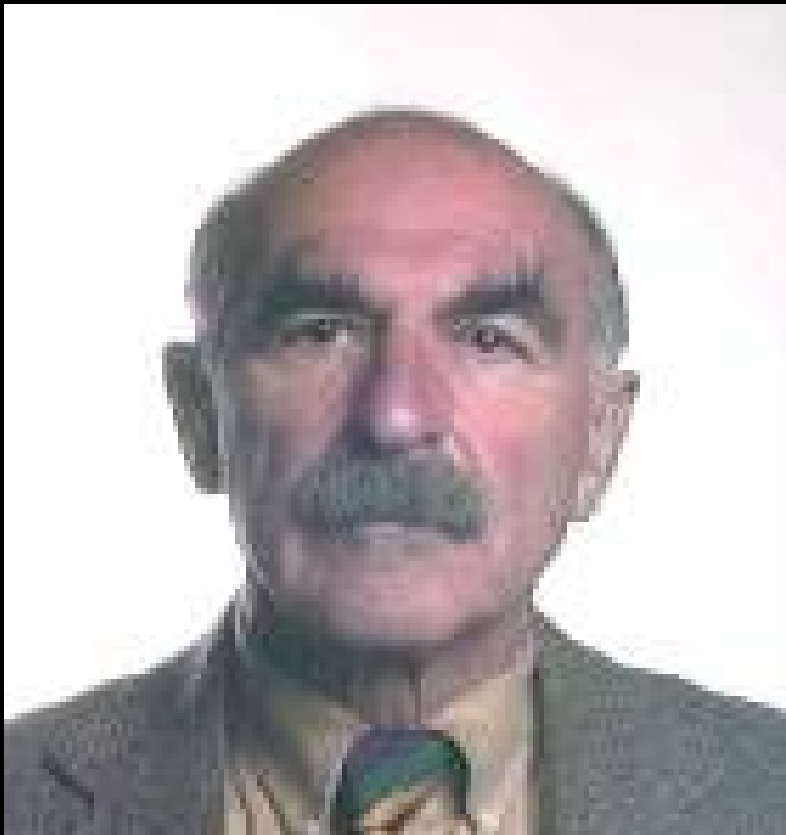






El tamaño de una empresa está en relación directa con el tamaño de la cabeza del dueño.

No es correcto decir "MI EMPRESA ES CHICA", lo correcto ES decir "MI EMPRESA ESTA CHICA".

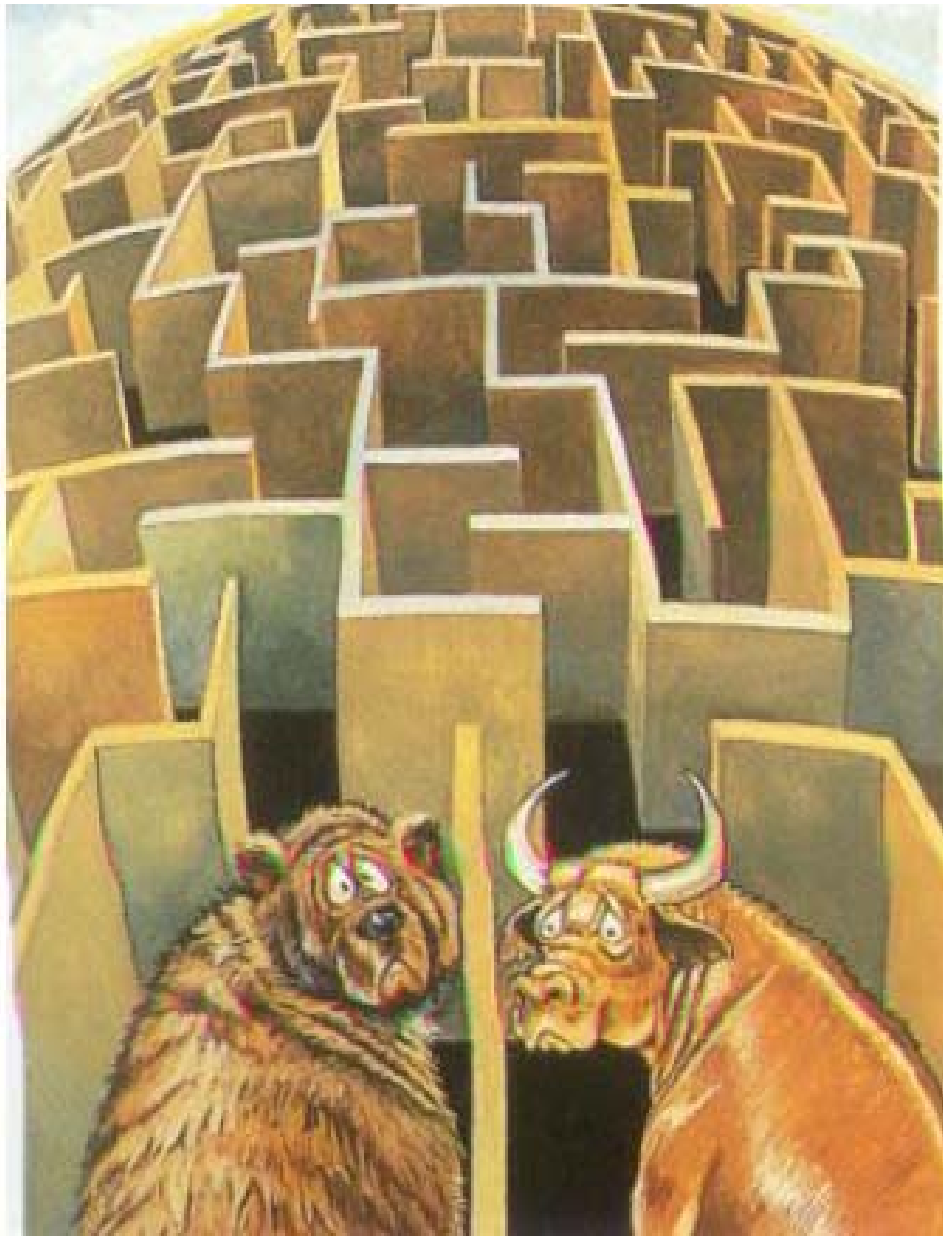


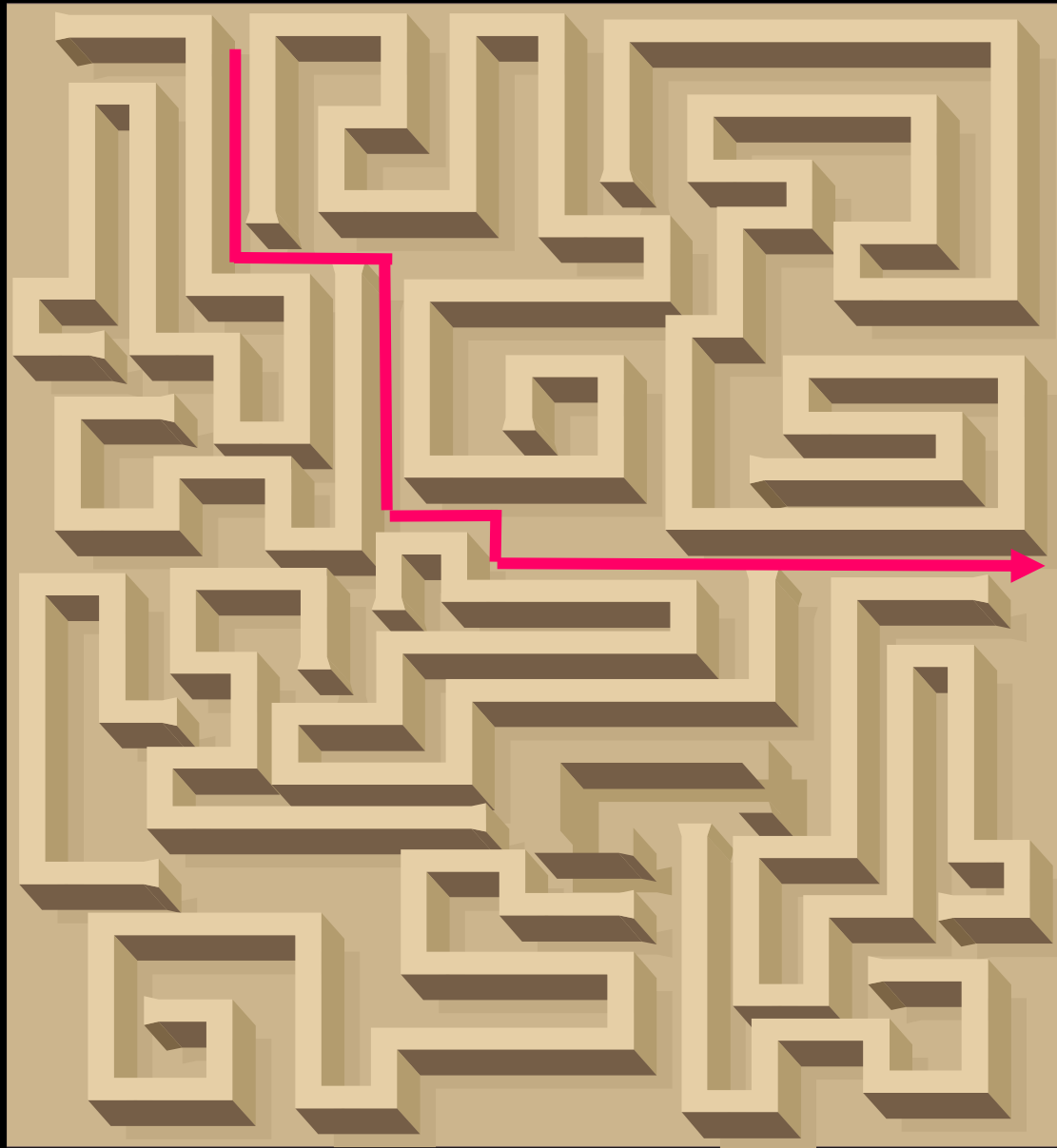
- **LOS EMPRESARIOS SE PARECEN A LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN**



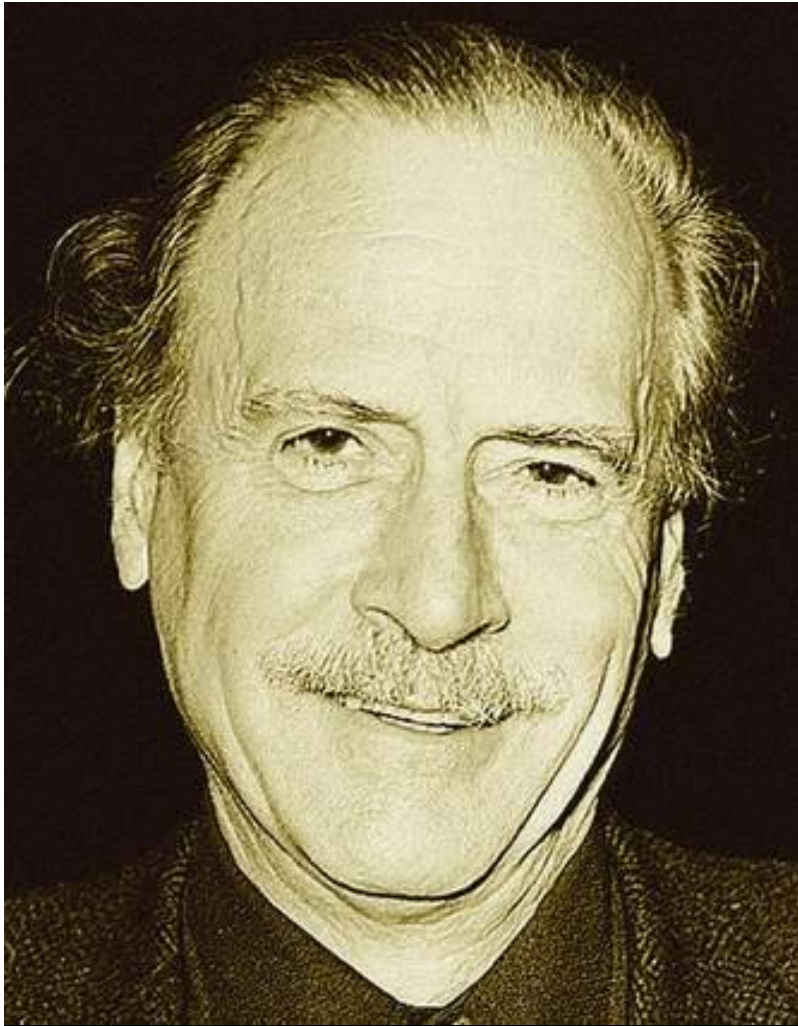
File View Location Autopilot Weather Equipment ATC/AI Debug Help







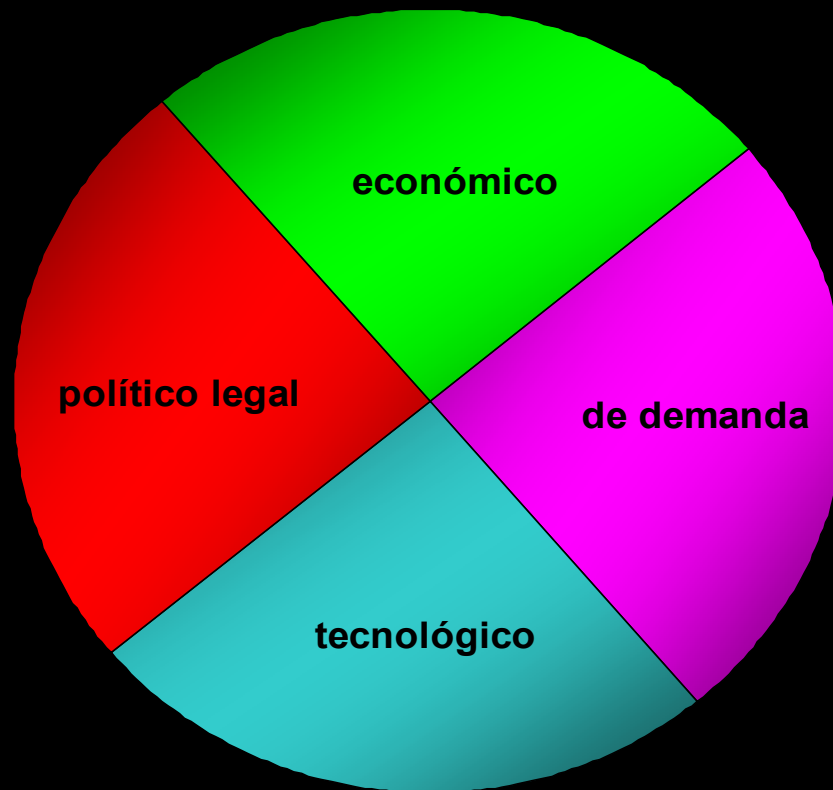
SALIDA



LOS UNICOS QUE NO VEN EL AGUA SON
LOS PECES

EL ESCENARIO

(El laberinto)



www.fgroup.com.ar

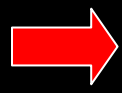
Servicios

Escenarios argentino

SUBESCENARIO DE DEMANDA

*Analiza tendencias subyacentes en la sociedad,
que pueden impactar fuertemente los hábitos y
conductas de consumo.*

1 – BANCARIZACION DE LA POBLACION



47% de la población económicamente activa (16 millones de personas)



Países desarrollados: 90%



Causas: bajos salarios, informalidad laboral, desconfianza generalizada, régimen impositivo de las transacciones financieras.

2- CONCENTRACION URBANA



El 90% de la población argentina vive en ciudades.



En USA 82%, Europa 72%, Oceanía 71%, Asia 41%, Africa 39%



Despoblamiento rural y hacinamiento urbano (servicios)



ONU: para el 2050 la población argentina será de 51.4 millones y la población urbana 92%.

3- E-COMMERCE



Argentina es líder en la región.



\$ 20.000 millones en 2007,
\$ 3.257 millones en 2006,
\$ 1.563 millones en 2005



Revolución de la nueva generación de teléfonos celulares.



Tasas de crecimiento espectaculares para los próximos 5 años.

4- ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACION



La población de +65 es el 9.9% (en 1991 era 8.9%)



Tasa de fecundidad:

1990 – 2.1 hijos por mujer

2005 – 1.7 hijos por mujer



Edad en que se da a luz al primer hijo:

1980 – 26 años

2005 – 29 años



ONU: 2050 por primera vez en la historia humana, la población de mayores (+65 años) será mayor a la población de niños (0-14 años).

5- FITNESS

- ➔ Junto con las telecomunicaciones es la industria de mayor crecimiento en el planeta.
- ➔ Evidente convergencia de lo físico, lo cultural, lo social, lo nutricional, lo educacional, el ocio y el relax.

(δυσνόζ de Grecia)

6- TENDENCIA GAY

- ➔ Buenos Aires Gay Friendly
- ➔ 10% de la población mundial es gay (80 hombres, 20 mujeres).
- ➔ 50% ha realizado estudios universitarios o de posgrado.
- ➔ Gastan mucho dinero.
- ➔ Consumidores muy sofisticados y prolijos.

7- CONGELADOS VS. DELIVERY

- ➔ Aumento sostenido mundial de los alimentos congelados.
- ➔ Cadena de frío, freezer, microondas.
- ➔ Precio alto.
- ➔ Delivery = peligroso y poco sanitario
- ➔ Nicho en el MERCOSUR.

TENDENCIA METROSEXUAL

- ➔ Segmento masculino relacionado con la estética y el hedonismo.
- ➔ Vive en una ciudad grande, donde están los "mejores" restaurants, los "mejores" gimnasios, las "mejores" peluquerías.
- ➔ Se toma a sí mismo como su propio objeto de placer.
- ➔ Son muy deportistas y adoran los objetos de vanidad masculina.
- ➔ Consumen cosméticos, revistas de diseño y ropa de moda.

9- SIESTA

- ➔ Reacción a las altas cargas de estrés urbano.
- ➔ Mejora la salud en general, la circulación sanguínea, la alta presión y el estrés.
- ➔ Empresas mundiales adaptan sus instalaciones.
- ➔ Se alquilan pequeños espacios para dormir la siesta.
- ➔ Varias empresas venden "cabina" para dormir la siesta.

10- SLOW FOOD

- ➔ Reacción a la homogeneización propuesta por el “fast food”.
- ➔ Presente en 100 países, muy fuerte en la Argentina.
- ➔ Ecogastronomía, producción alimentaria artesanal, pequeña agricultura.
- ➔ Restituir la dignidad cultural a la comida y promover la educación del gusto.
- ➔ Enseñar a los jóvenes la relación que existe entre el ser humano y la alimentación.

11- TENDENCIA LIGHT

- ➔ Producto "light" = más "saludable".
- ➔ Las grandes empresas invierten parte de sus ganancias en el desarrollo de productos light.
- ➔ Cocción en horno (calor seco) o vapor (calor húmedo).
- ➔ Ingesta de frutas y verduras crudas.
- ➔ Pronto, todos los alimentos serán "light".

12- TRABAJO DESDE LA CASA

- ➔ En la Argentina ya hay 1 millón de oficinas hogareñas.
- ➔ Transformación del proceso tradicional del trabajo.
- ➔ Reorganización cultural.
- ➔ Ventajas abrumadoras: ahorro para la empresa, disminución de la contaminación ambiental, recuperación de datos en caso de catástrofe.




13- HOGARES UNIPERSONALES

- ➔ En los últimos 50 años se triplicó la cantidad de hogares de un solo habitante.
- ➔ En 2010 el 22% de los hogares de la Argentina serán unipersonales.
- ➔ En 2025, el 26%, cifra que ya se da en Buenos Aires.
- ➔ Los que viven solos son más hedonistas y exigentes.
- ➔ Buscan conveniencia y lujo cuando compran servicios.
- ➔ Están muy atentos al cuidado del físico y la salud.
- ➔ Tienen más plata para gastar porque tienen menos responsabilidades familiares

14- TENDENCIA DOWNWARD

- ➔ "Pre-milenealistas" vs "post-milenealistas".
- ➔ El 90% de las personas 30-40 años quiere dejar los empleos tradicionales.
- ➔ Menos horas, menos ambición, más gustos personales, nuevas prioridades, mejor balance vida-trabajo.
- ➔ "Pre-milenealista" más significa mejor, progreso significa dinero, dinero significa felicidad.
- ➔ "Post-milenealista" no está impresionado por la velocidad, la urbanización la riqueza material y la globalización.
- ➔ "¿Me estoy dando a mi mismo el suficiente espacio?"

15- UBICUIDAD

-  Tener la información donde estoy y en cualquier momento.
-  iphone, netbooks, wi-fi, blackberry.
-  Revolución de las telecomunicaciones y del sistema de precios en general.

16- GREENERY

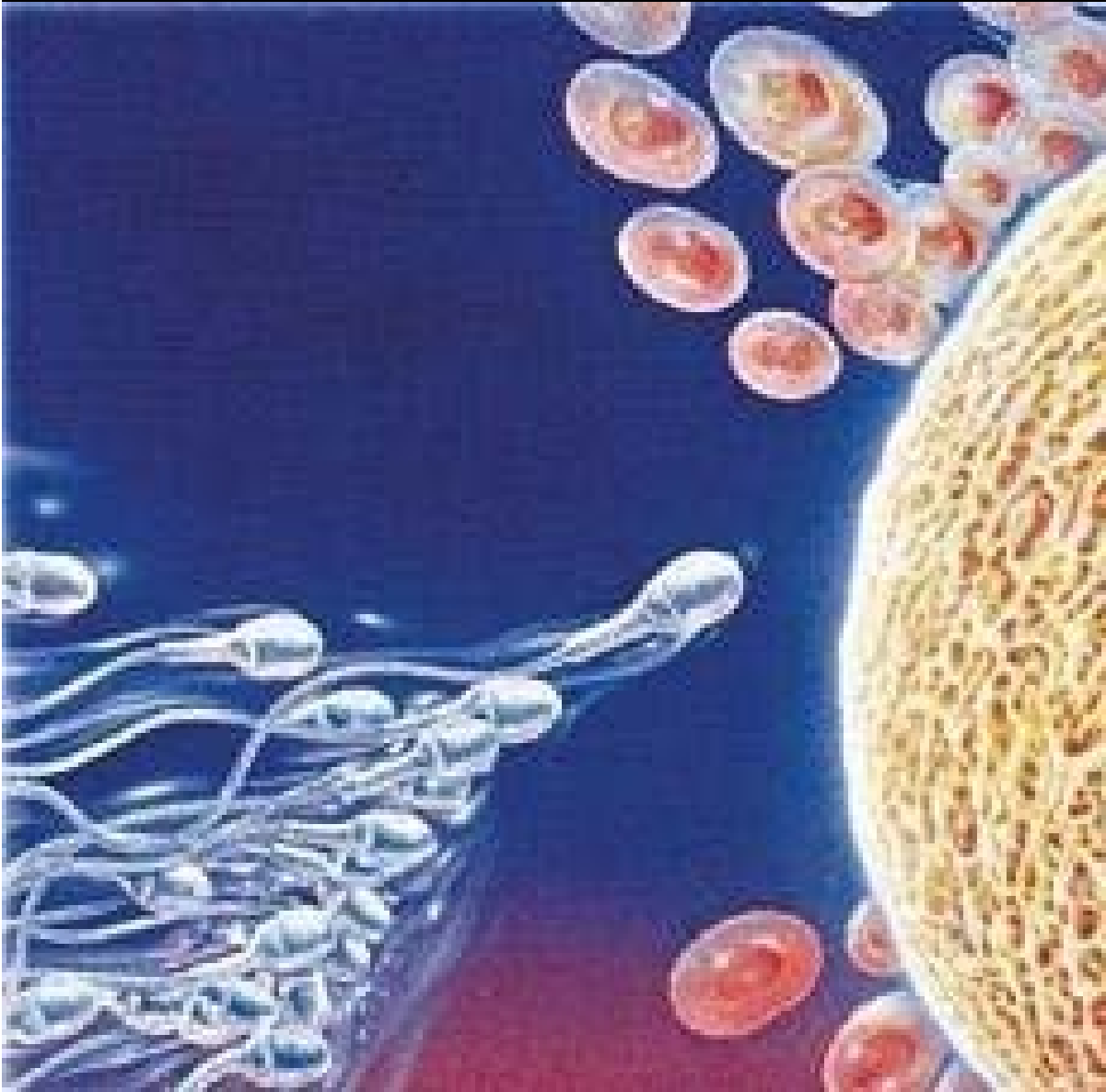
- ➔ Conciencia del cuidado del planeta de los más jóvenes.
- ➔ Nuevas generaciones post-milenealistas preocupadas por: aire puro, agua potable, uso eficiente de la energía, cambio climático, cuidado de las especies, materiales reciclados.
- ➔ Nuevas formas de energía: eólica, solar, nuclear.
- ➔ “por favor piense en el medio ambiente antes de imprimir este mensaje”.
- ➔ “smart building”: la luz y el aire acondicionado se apagan si no hay alguien cerca.
- ➔ Autos más pequeños, impulsados a electricidad, aire comprimido, hidrógeno, F1 KERS.

GRAN PARTE DE LO QUE VA A OCURRIR EN EL 2009
VA A QUEDAR FUERA DE LA PANTALLA DE NUESTRO
RADAR.





ESTADISTICA CRUEL



El 95% de las empresas
que nacen hoy no van a
llegar al quinto año.

EL INDICE EN LA BOCA

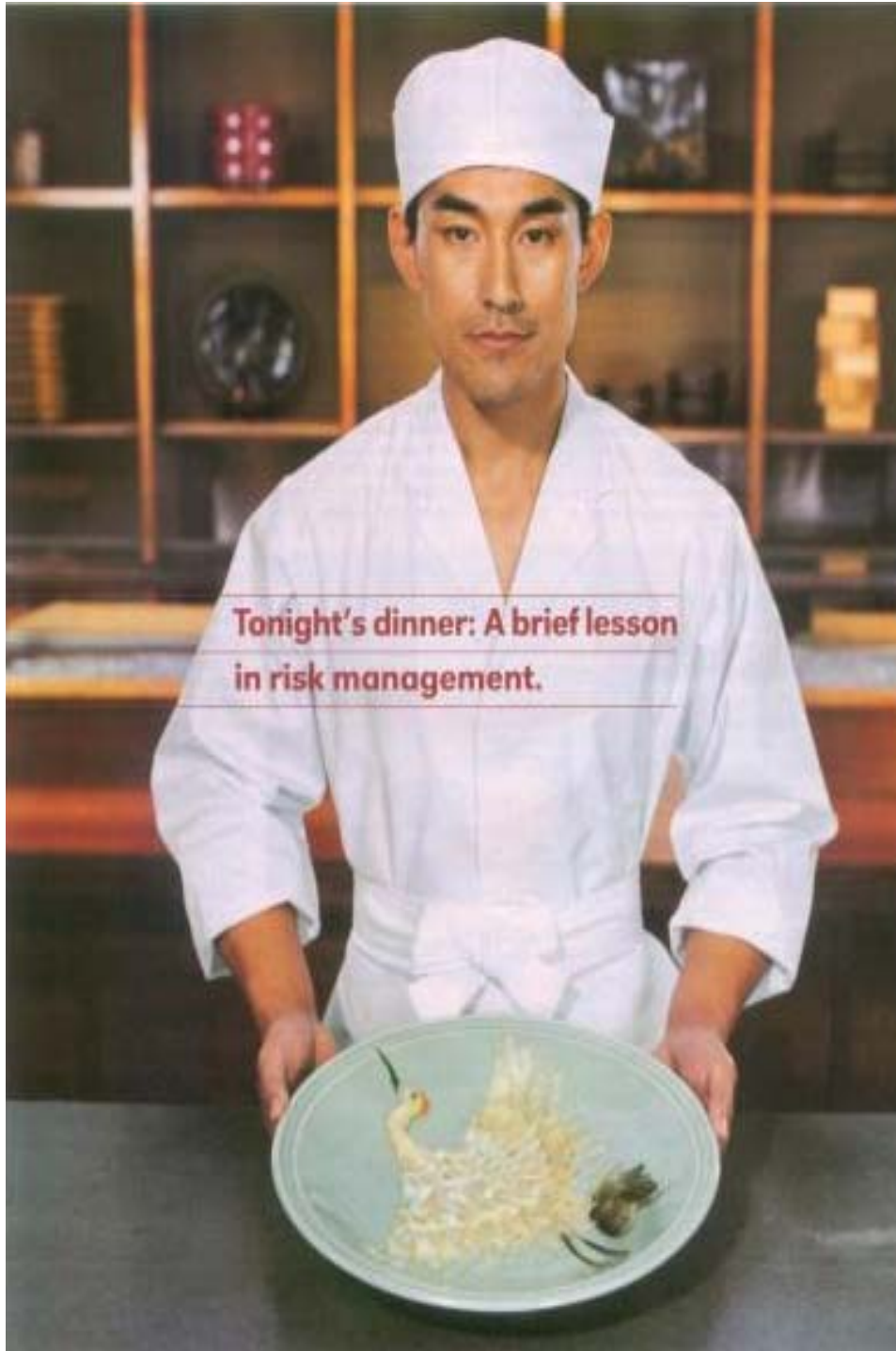


Autor desconocido
copia elcuartoscuro

ROMA ANTIGUA Y MODERNA

Mary Lafon, 1857.

Así que la oscuridad cubría el campo, los caballeros daban principio a la ronda: la de la primera hora recorría las guardias y las trincheras y todos los puestos de las cohortes y de los escuadrones. Si encontraba al centinela inmóvil y con un dedo en la boca en señal de silencio, recibía de él la tablita y seguía adelante, si dormía o no estaba en su puesto, llamaba a alguno para que fuese testigo, y el día siguiente el culpable era conocido por la falta de su tablita, recibía azotes hasta morir, y quedaba notado de infamia, si acaso sobrevivía al castigo.



Tonight's dinner: A brief lesson
in risk management.



**El 70% de los candidatos
a FUGU CHEF no pasan el
test final que consiste en
probar el FUGU que ellos
mismos prepararon.**



EL HOMBRE MEDIOCRE

JOSE INGENIEROS

“El hombre mediocre no disfruta dejándose llevar aguas abajo por el río.

Lo que ocurre, simplemente, es que es incapaz de nadar aguas arriba”.