

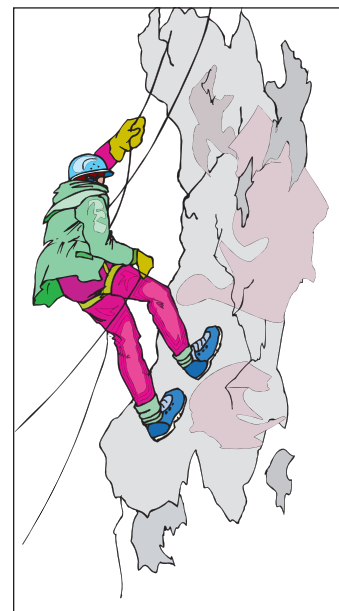
Su Sueño  
Nuestro Plan  
*¡Le Ayudaremos a Alcanzarlo!*



Supervisor a Gerente  
Manual de Entrenamiento

## Indice

|   |    |
|---|----|
| ¡Siga Tras el Oro! .....  | 3  |
| El Plan de Mercadotecnia - De Supervisor a Gerente .....        | 4  |
| Bonificación de Volumen de Grupo .....                          | 5  |
| Factor de Éxito: Mínima Inversión .....                         | 6  |
| Factor de Éxito: Cuatro Cajas Acreditadas Activas .....         | 7  |
| Compromiso .....  | 8  |
| Lista de Compromisos .....                                      | 10 |
| Trace Su Curso hacia Gerente .....                              | 11 |
| Mantenga Equilibrio en Sus Negocios .....                       | 12 |
| Como Vender los Productos .....                                 | 14 |
| Como Identificar y Localizar a Distribuidores Potenciales ..... | 16 |
| Como Contactar a Nueva Gente .....                              | 18 |
| Como Contactar a Su Mercado Conocido .....                      | 20 |
| Como Contactar a Su Mercado Desconocido .....                   | 21 |
| Como Manejar Objeciones .....                                   | 23 |
| Presentación de Persona-a-Persona .....                         | 24 |
| Como Trabajar Con Sus Nuevos Distribuidores .....               | 28 |
| Forma: Trace Su Curso Hacia Gerente .....                       | 31 |
| Forma: Planificador de Actividades FLP .....                    | 32 |
| Forma: Lista General de Contactos .....                         | 33 |
| Forma: Lista Actual de Contactos .....                          | 35 |
| Forma: Lista Trimestral de Contactos .....                      | 36 |
| Forma: Lista de Distribuidores .....                            | 37 |



*Los recursos más valiosos de la humanidad han sido sus inconformes. En realidad, el mundo habría conocido muy poco progreso si no hubiera sido por los inconformes, aquellos que rehúsan estar satisfechos con aceptar la continuación de las cosas como son, y siguen intentando encontrar nuevas maneras de mejorarlas.*

**Josiah William Gitt**

## ¡Siga Tras el Oro!

¡Felicitaciones por alcanzar el nivel de Supervisor! A través de su determinación y esfuerzo bien dirigido, usted se ha separado de la multitud al comienzo de la escalera del éxito y está en camino a la cima, ¡donde la posición de Gerente le está esperando! Este Manual ha sido específicamente diseñado para ayudarle a desarrollar las habilidades y actitudes que necesitará para esa prestigiosa posición.

A medida que usted aumenta el volumen de su grupo, las recompensas básicas del negocio aumentan proporcionalmente. Hay cuatro recompensas que usted podrá disfrutar como Gerente de Forever Living Products.

1. **Dinero.** Sí, ganará mucho dinero; quizás más de lo que usted posiblemente haya soñado. El plan de mercadotecnia está diseñado para acomodar cualquier nivel de ambición. Pagará en proporción al esfuerzo que usted invierta. Si usted construye su grupo siguiendo los principios que se describen en este Manual, tendrá todo el dinero que desea, ya sean decenas de miles, cientos de miles, aun millones, por año.
2. **Tiempo.** Usted tendrá tiempo para hacer lo que desea, cuando lo desee, y con quien lo desee. Existe un adagio que ha sido demostrado con el tiempo: cuando usted usa la ley de la multiplicación, como sucede en nuestro plan de mercadotecnia, al principio usted hace mucho trabajo por el cual no se le paga; ¡pero más adelante a usted se le paga por mucho trabajo que usted no hace! El tiempo llegará cuando el volumen de su grupo sobrepasará el esfuerzo que usted dedicó para darle comienzo; de ahí en adelante usted será dueño de su tiempo. Esto también le espera cuando llegue a ser Gerente.
3. **Reconocimiento.** Por supuesto, usted será reconocido al llegar a Gerente, ¡pero eso es solo la punta del iceberg! ¡Habrará carros, rallies mundiales e internacionales, niveles de Gema, reparto de utilidades y mucho más!
4. **Satisfacción.** Cuando usted reciba su broche de Gerente, será reconocido por su éxito en ayudar a otros a disfrutar mejor salud y riqueza. Esto le proporcionará una tremenda sensación de auto estima y de haber contribuido positivamente a la sociedad. ¡Para algunos distribuidores, esto es, en sí mismo, más remunerador que el dinero, tiempo y reconocimiento, combinados!

Entonces, ¿cuándo abrirá las puertas a todas estas fantásticas recompensas? A mayor grado, el tiempo apropiado depende de usted. ¿Por qué no tomar un momento ahora mismo y establecer una meta para el mes y año en el que usted se propone alcanzar el nivel de Gerente?

¡Alcanzaré el nivel de GERENTE el \_\_\_\_\_ de 20\_\_!

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Fecha



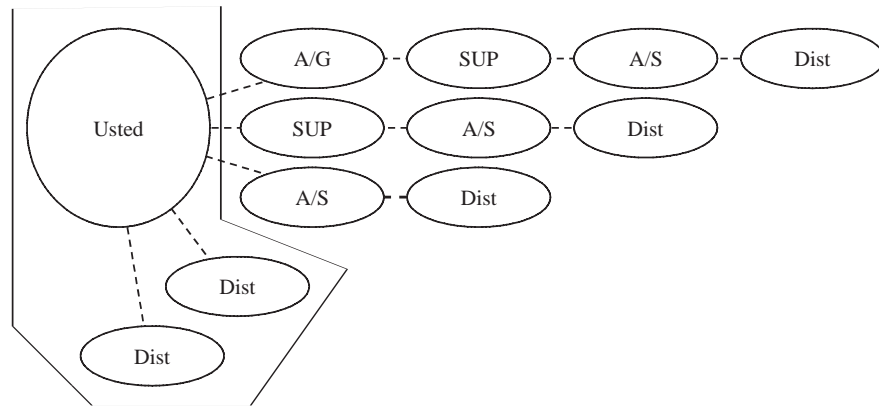
*La mejor razón para ponerse metas es por la persona que llegas a ser al tratar de alcanzarlas. Lo que tus metas hacen de ti siempre será de más valor que la meta lograda.*

*Aléjate de gente que menosprecia tus ambiciones. Gente pequeña siempre hará eso, pero los grandes te harán sentir que tú, también, puedes llegar a ser grande.*

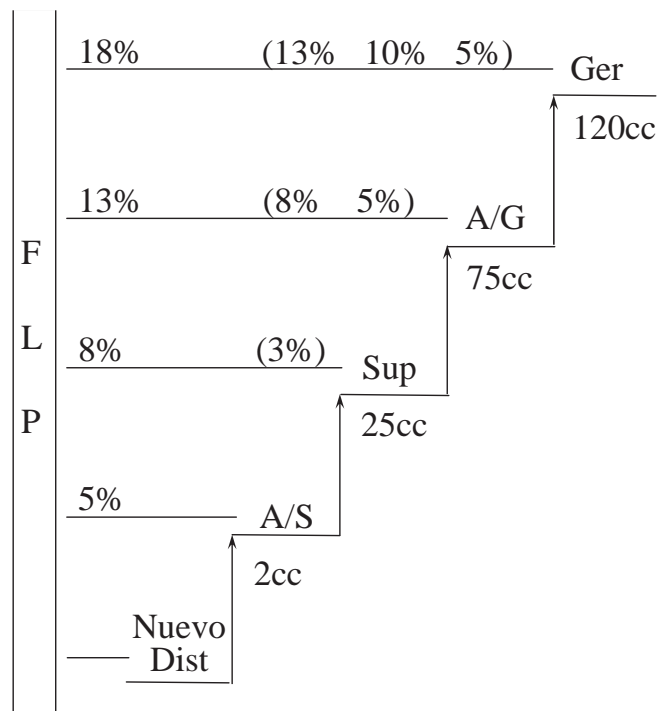
Mark Twain

## El Plan de Mercadotecnia – De Supervisor a Gerente

Ahora que usted es Supervisor, una nueva oportunidad de ingreso se ha abierto para usted: la Bonificación de Volumen de Grupo. Esta bonificación se le paga cada mes que usted califique con sus 4 Cajas Acreditadas Activas. Cajas Acreditadas Activas son el total de sus compras personales y las compras de sus distribuidores patrocinados personalmente, quienes no han alcanzado el nivel de Asistentes de Supervisor. Usted mismo deberá comprar por lo menos 1cc de las 4cc.



Su Bonificación de Volumen de Grupo es un porcentaje (3-13%) del precio sugerido al público de los productos ordenados por los Asistentes de Supervisor, Supervisores, y Asistentes de Gerente, bajo usted, como se muestra en el diagrama de abajo. Usted no recibe una bonificación por los grupos que están en el mismo nivel suyo, así que paga el estar adelante de los distribuidores su línea descendiente.



*Debemos entender que el privilegio de trabajar es un regalo, el poder trabajar es una bendición, y el amor al trabajo es éxito.*

David O. McKay

*No conozco algo que sea más alentador que la indiscutible habilidad del hombre para elevar su vida por medio de esfuerzo consciente.*

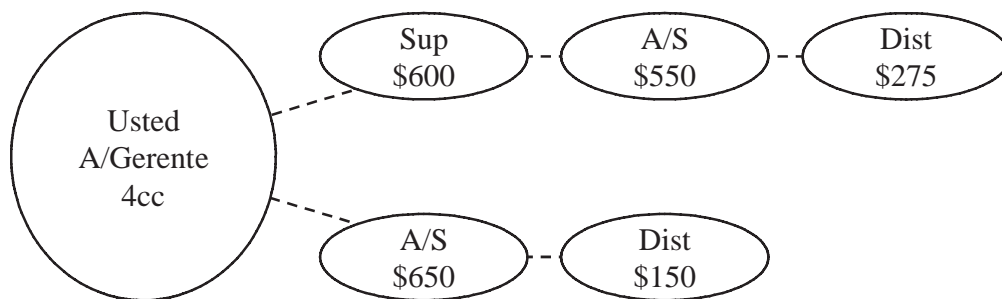
Henry David Thoreau

*He aquí la condición más importante para el éxito: Concentra tu energía, pensamiento y capital, exclusivamente en el negocio en el cual estás comprometido. Al empezar en un camino, resuélvete a luchar siguiendo ese camino, a llevar la delantera, a adoptar toda mejora.... Y a saber lo más posible acerca de él.*

Andrew Carnegie

## Bonificación de Volumen de Grupo

Usted recibe la diferencia entre el porcentaje de su Bonificación Personal y la de su distribuidor patrocinado personalmente en todas las órdenes colocadas por la gente en esa línea. Para ayudarlo a entender cómo se calcula esta bonificación, examine el escenario siguiente y calcule cuanta Bonificación de Volumen de Grupo usted recibiría. (Asuma que todas las cantidades son precio al público)



1. La diferencia entre su Bonificación Personal y la de su Supervisor patrocinado personalmente:  $13\% - 8\% = 5\%$
2. El total del precio al público de todas las compras hechas por el grupo de su Supervisor:  $\$600 + \$550 + \$275 = \$1,425$
3. La cantidad de bonificación que usted recibirá del grupo de su Supervisor:  $\$1,425 \times 5\% = \$71.25$
4. La diferencia entre su Bonificación Personal y la de su A/Supervisor patrocinado personalmente:  $13\% - 5\% = 8\%$
5. El total del precio al público de todas las compras hechas por el grupo de su A/Supervisor:  $\$650 + \$150 = \$800$
6. La cantidad de bonificación que usted recibirá del grupo de su A/Supervisor:  $\$800 \times 8\% = \$64.00$
7. La cantidad total de su Bonificación de Volumen de Grupo

$$\$71.25 + \$64.00 = \$135.25 \text{ Bonificación de Volumen de Grupo}$$

Nota: Favor de considerar que en todos los casos son dólares.

*Los seres humanos, al cambiar las actitudes internas de la mente, pueden cambiar el aspecto externo de sus vidas.*

William James

*Aquellos que vivieron en los campos de concentración pueden recordar a los hombres que caminaban en los barracones ofreciendo consuelo a otros, dándoles su último pedazo de pan. Es posible que hayan sido pocos, pero ellos ofrecen prueba suficiente de que a un hombre se le puede quitar todo, excepto una cosa: La última de sus libertades -escoger su propia actitud en cualquier marco de circunstancias, escoger su propio camino.*

Viktor E. Frankl

*Mi determinación es estar feliz y contenta en cualquier situación en que me encuentre, porque también he aprendido por experiencia, que la mayor parte de nuestra felicidad o sufrimiento depende, no de nuestras circunstancias, sino de nuestro temperamento.*

Martha Washington

*No hay nada como un sueño para crear el futuro. Utopía hoy, carne y sangre mañana.*  
Victor Hugo



*Nos hacemos grandes debido a nuestros sueños. Todos los hombres grandes son soñadores. Ellos ven el mundo a través de la suave neblina de un día de primavera o en el fuego rojo de una tarde en un largo invierno. Algunos de nosotros deja que estos grandes sueños mueran, pero otros los alimentan y protegen, los cuidan a través de momentos difíciles, hasta el día cuando los traen a la luz del sol, el cual siempre llega a aquellos que sinceramente esperan que sus sueños se conviertan en realidad.*  
Woodrow Wilson

## Factor de Éxito: No Inversión

La política de la compañía establece que la máxima cantidad de producto que un distribuidor puede ordenar es 25 cajas acreditadas durante un mes calendario. Esto se hace con el fin de disuadir a los distribuidores de que traten de "comprar" una posición, y los anima a construir un grupo de distribuidores consistentemente activos en el mercadeo y venta de cuatro cajas acreditadas cada uno.

En vez de comprar producto solo con el propósito de subir de posición en el plan de mercadotecnia, es mucho mejor para la estabilidad a largo plazo de su negocio, el alcanzar una posición como resultado del volumen que aumentará naturalmente al ser generado por un grupo de distribuidores constantemente en crecimiento - distribuidores que se concentren en sus 4 cajas acreditadas al compartir los productos y patrocinen a otros a hacer lo mismo.

Cuando usted alcanza el nivel de Gerente, usted deberá tener por lo menos 15 distribuidores en su grupo, quienes estén haciendo 4 cajas acreditadas por mes. La situación ideal sería tener 30 distribuidores haciendo 4 cajas acreditadas.

Cuando usted patrocina distribuidores, usted ciertamente querrá que ellos construyan grupos grandes, bien establecidos, que generen un mayor volumen cada mes. El Factor de Éxito de No Inversión los guiará a hacer justamente eso.

### ¿A Quién Preferiría Tener Bajo Usted?

|                    |  |
|--------------------|--|
| 120cc<br>Inversión | <p>1 Distribuidor compra 120cc para llegar a Gerente<br/>Bonificación del Patrocinador = \$2,000 (aprox.)<br/>El Distribuidor no compra más producto porque no encuentra la manera de hacer el mercadeo del producto que compró; decide renunciar, o se vuelve inactivo.</p> |
|--------------------|--|

|  |  |
|--|--|
|  | <p>-0-</p> <p>15 Distribuidores en su grupo quienes estan haciendo solamente 4cc por mes:</p> <p>15 Dist x 4cc x 12 meses = 720cc/año<br/>720cc x \$18.80 bonificación promedio/cc<br/>=</p> <p>¡\$13,536. por año!<br/>¡\$67,680. por 5 años!<br/>¡\$135,360. por 10 años!<br/>¡\$338,400. por 25 años!</p> |
|--|--|

## Factor de Éxito: Cuatro Cajas Acreditadas Activas

Para que los Supervisores y aquellos en niveles superiores reciban sus bonificaciones de volumen de grupo, deberán calificar al hacer 4 Cajas Acreditadas Activas, durante el mismo mes en que esas bonificaciones fueron generadas.

Cuando usted considera lo que ocurre con estas 4cc, es aparente que este requisito es el mayor factor de éxito que se ha ideado como parte integral de su negocio. Debido a que las Cajas Acreditadas Activas son las que usted compra a nombre suyo y aquellas compradas por Nuevos Distribuidores que usted patrocina, este requisito se puede alcanzar con las siguientes tres actividades:



1. Uso personal del producto. Este es el aspecto emocionante de su negocio. La mejor manera de que usted y sus distribuidores mantengan su entusiasmo y desarrollen confianza en el producto, es por medio de experimentar continuamente los beneficios de salud y belleza que resultan al usar los productos. No solo se sentirá mejor, sino que además lucirá mejor y tendrá más energía, convirtiéndose en un testimonio andante del producto y la oportunidad.
2. Vendiendo el producto a consumidores, al precio al público. Este es el factor de estabilidad de su negocio. La única base sólida para el distribuidor de FLP es la de contar con consumidores leales y satisfechos. Cada distribuidor debería desarrollar y mantener por lo menos 15 clientes regulares.
3. Patrocinando nuevos distribuidores. Este es el factor de crecimiento de su negocio. Por medio de patrocinar a otros y enseñarles estas 3 actividades para la creación de su negocio, usted puede multiplicarse a sí mismo infinitas veces. No hay límite al volumen que usted puede generar y a las bonificaciones que usted puede ganar.

Estas 3 actividades son justamente las que le dan a su negocio emoción, crecimiento y estabilidad. Es importante que usted mismo ponga el ejemplo de las 4 Cajas Acreditadas, y entonces enseñe a los distribuidores en su grupo a concentrarse en las 4 Cajas Acreditadas de ellos. Esto es fundamental y extremadamente importante para su éxito a largo plazo.

*La vida no es fácil para ninguno de nosotros.*

*Pero no importa.*

*Debemos tener perseverancia y sobre todo tener confianza en nosotros mismos.*

*Debemos creer que se nos ha dotado para alcanzar algo y que ese regalo se debe realizar.*

Marie Curie Polish

*Desarrolla éxitos de tus fracasos. Desaliento y fracaso son dos de los peldaños más seguros en el camino hacia el éxito.*

Dale Carnegie

*El verdadero líder sirve. Sirve a la gente. Sirve sus mejores intereses, y al hacerlo no siempre será popular o admirado. Pero debido a que verdaderos líderes están motivados por interés amoroso más bien que por un deseo de gloria personal, ellos están dispuestos a pagar el precio.*

Eugene B. Habecker

## Compromiso

Si usted ha sido invitado a participar en este entrenamiento, usted casi es, o ya es un Supervisor que ha demostrado un nivel de compromiso. Ahora usted está listo para avanzar al nivel de Gerente. Esto requiere más dedicación de parte suya, pero de acuerdo con Mack Douglas, "El logro de su meta está asegurado en el momento en que usted se compromete a ella."

Exactamente, ¿de qué manera hace usted el compromiso necesario para alcanzar el nivel de Gerente? Esta pregunta la contesta Harry Emerson Fosdick, quien dijo, "Ningún caballo llega a ninguna parte, a menos que se le pongan los arneses. Ninguna corriente o energía puede mover cosa alguna, a menos que sea encausada. No se puede transformar la catarata del Niágara en energía y luz, hasta que esta fuerza es canalizada. Ninguna vida llega a ser grande, hasta que ha sido enfocada, dirigida, disciplinada." He aquí los factores básicos de compromiso.

**1** Permanezca enfocado en su negocio FLP, poniendo atención especial a lo que usted puede hacer cada día. Hay muchas oportunidades que nos rodean constantemente y de las que normalmente no nos damos cuenta. Sin embargo, cuando usted está enfocado, empezará a reconocerlas. Examine la foto de abajo. ¿Qué observa?

¿Ve la vaca? Si no la ve, no quiere decir que la vaca no esté allí, sino que más bien no la reconoce. Sin embargo, una vez que vea la vaca, ella lo estará mirando directamente y esto es lo que usted verá cada vez que observe esta foto en el futuro. ¿Por qué? Porque su enfoque ha cambiado y ha sido adaptado a observar la vaca. Lo mismo ocurre cuando su enfoque se adapta para ver las oportunidades relacionadas con FLP. Cuando usted tiene a FLP en su mente, en cada actividad en la que esté participando, usted reconocerá las oportunidades al hablar con nueva gente acerca del producto o las oportunidades de ingreso. Por ejemplo, hay varias oportunidades FLP "escondidas" en las siguientes situaciones. Escriba cual es la oportunidad, después de cada situación.



Situación: Durante una conversación con un extraño, la persona menciona que su hija asiste a la universidad.

Oportunidad: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*El secreto del éxito es lealtad a un propósito.*  
 Benjamin Disraeli

*La característica del heroísmo genuino es su persistencia. Todos los hombres tienen impulsos de distracción, arrebatos e intentos a la generosidad. Pero cuando has resuelto ser grande, obra de acuerdo contigo mismo, y no trates débilmente de reconciliarte con el mundo. La persona heroica no puede ser común, ni el común heroico.*  
 Ralph Waldo Emerson

*La diferencia entre lo imposible y lo posible se encuentra en la determinación del hombre.*  
 Tommy Lasorda



Situación: Un amigo le pregunta si usted ha visto el Hummer2 y empieza a hablar de sus muchas cualidades.

Oportunidad: \_\_\_\_\_

Situación: Alguien sentado a la mesa al lado suyo en un restaurante, comenta que le gustaría comer alas de pollo sazonadas como lo hacía antes.

Oportunidad: \_\_\_\_\_

Situación: Usted está en un taxi a las 10 p.m. y el chofer le dice que su día de trabajo está apenas comenzando.

Oportunidad: \_\_\_\_\_

Situación: Mientras espera que le corten el pelo, usted nota que la estilista no deja de hablar.

Oportunidad: \_\_\_\_\_

Situación: Cuando le pregunta acerca de sus hijos, la persona con la cual usted está conversando saca fotos y se muestra muy entusiasmada cuando habla de ellos.

Oportunidad: \_\_\_\_\_

La mejor manera de permanecer enfocado es practicar la Oportunidad FLP en cada situación a través de su día; y más importante, hacer algo al respecto. Cada vez que usted se encuentre a 3 pies de distancia de otra persona, cada vez que algo ocurra, cada vez que usted note a alguien haciendo cualquier cosa, ¡acepte el desafío de encontrar la Oportunidad FLP!

**2** Permanezca dedicado a su negocio FLP. Esto quiere decir estar ciego o sordo a la tentación de saltar a otras compañías. Recuerde, no importa lo verde que el pasto se vea del otro lado de la cerca, todavía hay que cuidarlo, cortarlo y fertilizarlo. Sencillamente, usted no encontrará otra compañía que tenga todas las ventajas, fuerza e historia, o que pague tanto en bonificaciones a sus distribuidores, como FLP.

**3** Tenga la disciplina de hacer lo necesario para alcanzar el éxito. Haga las cosas que tienen que hacerse, cuando necesiten hacerse, ya sea que se encuentre en buen estado de ánimo o no. Llene la Lista de Compromisos en la página siguiente y asegúrese de llevar a cabo cada uno de los puntos en la lista, ¡SIN IMPORTAR LO QUE SEA!

*Luchar por el éxito sin trabajar duro es como tratar de cosechar lo que usted no ha sembrado.*

David Bly

*Agarra la oportunidad por la barba, porque no hay pelo atrás.*

Refrán Búlgaro

*Debes reconocer cuando el momento y el lugar oportuno se encuentran y aprovecharte de esa oportunidad. Hay cantidad de oportunidades en el mundo. No puedes sentarte y esperar.*

Ellen Metcalf

## Lista de Compromisos

*No hay escasez de oportunidades para ganarse la vida en lo que usted ama. Lo que hay es escasez de determinación para realizar lo que se desea.*

Wayne Dyer

*Qué es este poder, no lo sé. Todo lo que sé es que existe... y que está disponible solo cuando nos encontramos en el estado mental en el cual sabemos exactamente lo que queremos...y estamos totalmente resueltos a no renunciar hasta que lo hayamos alcanzado.*

Alejandro Graham Bell

*¡No se dé por vencido! Cientos de veces he visto a gente tirar la toalla casi al final del camino, mientras que alguien más llega y hace una fortuna al terminar esa última yarda.*

E. Joseph Cossman

- 1 ¡Alcanzaré el nivel de Gerente por lo menos con 15 distribuidores activos en mi grupo, a más tardar el \_\_\_\_\_!
- 2 ¡Persistiré hasta que tenga éxito (y aún después, seguiré persistiendo)!
- 3 ¡Hablaré por lo menos con \_\_\_\_ personas nuevas acerca de los productos o esta oportunidad, todos los días!
- 4 ¡Usaré todos los productos diariamente en mi propia casa!
- 5 ¡Daré por lo menos \_\_\_\_ Demostraciones de Producto cada semana!
- 6 ¡Daré por lo menos \_\_\_\_ Presentaciones de esta Oportunidad cada semana!
- 7 ¡Dedicaré por lo menos \_\_\_\_ horas cada semana a mi carrera FLP!
- 8 ¡Hablaré por lo menos con \_\_\_\_ de mis distribuidores todos los días!
- 9 ¡Leeré esta Lista de Compromisos todas las mañanas y todas las noches!

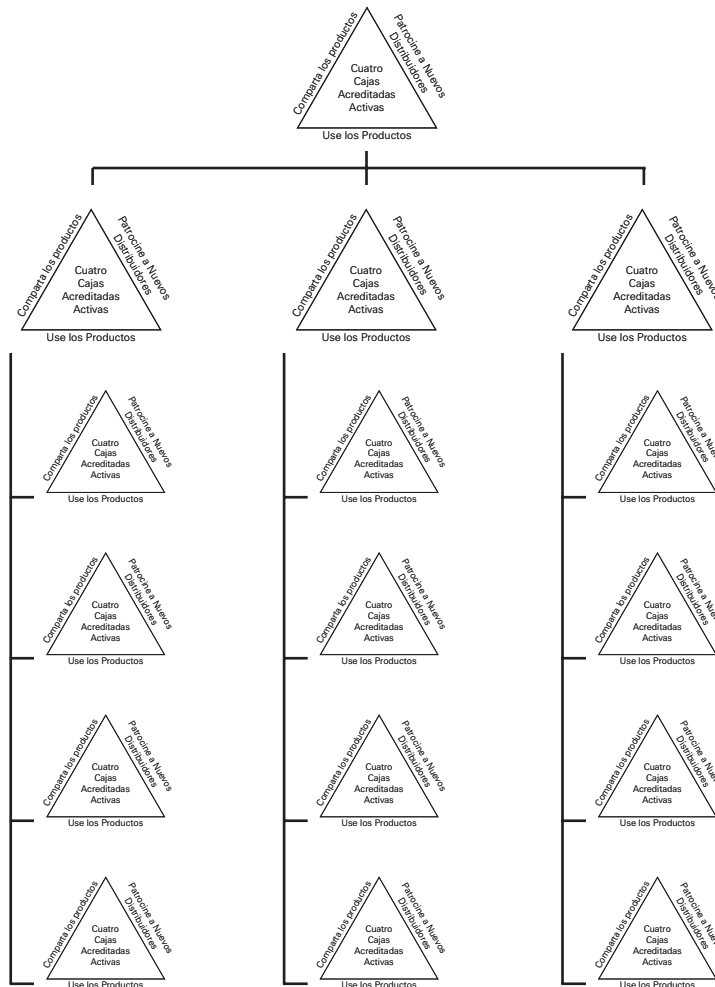
\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Fecha

## Trace Su Curso Hacia Gerente

Sin duda usted ya se ha hecho la meta de llegar a ser Gerente en el Plan de Mercadotecnia. No solo querrá usted alcanzar este nivel, sino también desarrollar un grupo que mantendrá un volumen sólido cada mes; asegurando un ingreso seguro para su futuro. Como mínimo, cuando usted alcance el nivel de Gerente, su grupo deberá tener por lo menos 15 distribuidores bajo usted, que mueven por lo menos 4cc por mes, cada uno. Por supuesto, usted querrá desarrollar su negocio desde este punto en algo más significativo, pero esto le proveerá una base sólida para un ingreso de seis cifras.

Si usted construye su grupo de Gerente apropiadamente, puede esperar ganar de \$12,000 a \$36,000 anualmente, antes de desarrollar a otros Gerentes bajo usted. Cuando usted desarrolle Gerentes, su ingreso aumentará dramáticamente. Algunos de nuestros más exitosos Gerentes ganan más de \$50,000 por mes. Vea atrás de este Manual una hoja de ejercicios ¡donde podrá trazar su propio grupo de Gerente!



*La ley de la multiplicación es la octava maravilla del mundo.*  
Walter Chrysler

*Tú ves las cosas y dices ¿Por qué? Pero yo sueño con las cosas que nunca fueron y digo, ¿Por qué no?*  
George Bernard Shaw

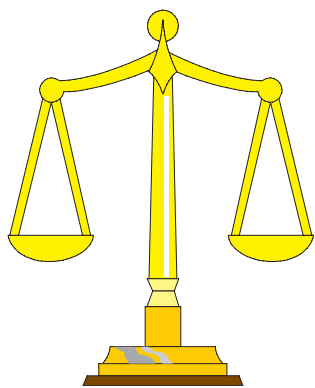


*Lo más importante acerca de la motivación es poner metas. Siempre deberías tener una meta.*  
Francie Larrieu Smith

*Prefiero tener 1% del esfuerzo de cien personas que tener 100% del esfuerzo de una persona.*  
J. Paul Getty

*Si tú no diseñas el plan para tu propia vida, es posible que alguien más lo haga. ¿Y adivina qué han planeado ellos para ti? No mucho.*

Jim Rohn



*Planea tu progreso cuidadosamente; hora tras hora, día tras día, mes tras mes. Una actividad organizada y un entusiasmo constante son la fuente de tu poder.*

Paul J. Meyer

## Mantenga Equilibrio en Sus Negocios

En general, sus actividades en el negocio FLP están en tres categorías. Estas son: Ventas del Producto, Patrocinio Personal, y Creación de su Grupo. Estas están entrelazadas porque una conduce a la otra. Por ejemplo, normalmente usted patrocina a nuevos distribuidores entre aquellos a quienes usted ya ha introducido a los productos. De estos que usted patrocina, pronto descubre quiénes están motivados a construir su propio grupo. Por esto es importante invertir casi la misma cantidad de su tiempo en estas tres áreas de actividad.

**1** Sus actividades de Mercadeo y Venta del producto incluyen el introducir y suministrar los productos a clientes nuevos y a los ya existentes. Esto se puede lograr de varias maneras, incluyendo explicaciones de persona a persona, demostraciones del producto a grupos de personas, dirigiendo personas a su Website donde pueden ordenar productos (en los E.E.U.U.), y personalmente comunicándose con clientes ya existentes.

**2** Sus actividades de Patrocinio Personal son aquellas por medio de las cuales usted encuentra y recluta nuevos distribuidores de primera generación. Estas actividades incluyen el hacer citas para explicar el negocio, invitar gente a reuniones de negocios, presentar la oportunidad persona a persona, y entrenar a sus nuevos distribuidores usando el Planificador de Negocios de FLP.

**3** Sus actividades para la Creación de su Grupo son aquellas por medio de las cuales usted asiste a los distribuidores en su línea descendiente a construir sus negocios. Estas actividades incluyen el conducir reuniones de entrenamiento y de negocios, comunicarse y animar a sus distribuidores individuales, y asistirlos con su propio patrocinio personal y con las actividades en el mercadeo y venta de los productos.

Estas tres áreas de actividad tienen el propósito de “obtener resultados”. Estas contribuyen directamente al crecimiento de su negocio FLP. Otras actividades no ayudan en la creación de su negocio, sino que consumen su tiempo. Tenga cuidado de no quedar atrapado en actividades que consuman su tiempo, al confundir actividad con logros reales.

### Ejerza Equilibrio en el Tiempo que Dedicar a sus Actividades

Al comienzo de cada semana, usted debe planear cuándo y cómo usará cada hora del tiempo que ha dedicado para su negocio. Por ejemplo, digamos que usted ha comprometido 20 horas por semana a su carrera FLP. Usando el Planificador de Actividades del Creador de Negocios, indique la cantidad de tiempo que podría ser usada en una semana típica. Asegúrese de asignar casi la misma cantidad de tiempo a cada una de las tres categorías de actividades del negocio.

Esta es una guía general que podrá usar cuando planee sus citas. Recuerde, sin embargo, que este plan anticipado le servirá solo como guía. Usted deberá ejercer cierta flexibilidad para acomodar las diferentes necesidades de sus contactos.

## Planificador de Actividades del Creador de Negocios

|       | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves |
|-------|-------|--------|-----------|--------|
| 8:00  |       |        |           |        |
| 8:30  |       |        |           |        |
| 9:00  |       |        |           |        |
| 9:30  |       |        |           |        |
| 10:00 |       |        |           |        |
| 10:30 |       |        |           |        |
| 11:00 |       |        |           |        |
| 11:30 |       |        |           |        |
| 12:00 |       |        |           |        |
| 12:30 |       |        |           |        |
| 1:00  |       |        |           |        |
| 1:30  |       |        |           |        |
| 2:00  |       |        |           |        |
| 2:30  |       |        |           |        |
| 3:00  |       |        |           |        |
| 3:30  |       |        |           |        |
| 4:00  |       |        |           |        |
| 4:30  |       |        |           |        |
| 5:00  |       |        |           |        |
| 5:30  |       |        |           |        |
| 6:00  |       |        |           |        |
| 6:30  |       |        |           |        |
| 7:00  |       |        |           |        |
| 7:30  |       |        |           |        |
| 8:00  |       |        |           |        |
| 8:30  |       |        |           |        |
| 9:00  |       |        |           |        |
| 10:00 |       |        |           |        |

|       | Viernes | Sábado | Domingo | Metas Semanales       |
|-------|---------|--------|---------|-----------------------|
| 8:00  |         |        |         | Vender Productos      |
| 8:30  |         |        |         | = ____ horas          |
| 9:00  |         |        |         | = ____ cc             |
| 9:30  |         |        |         |                       |
| 10:00 |         |        |         | Patrocinar a la gente |
| 10:30 |         |        |         | = ____ horas          |
| 11:00 |         |        |         | = ____ contactos      |
| 11:30 |         |        |         |                       |
| 12:00 |         |        |         |                       |
| 12:30 |         |        |         | Desarrollar mi grupo  |
| 1:00  |         |        |         | = ____ horas          |
| 1:30  |         |        |         | = ____ contactos      |
| 2:00  |         |        |         |                       |
| 2:30  |         |        |         | Compromiso semanal    |
| 3:00  |         |        |         | = ____ horas          |
| 3:30  |         |        |         | = ____ contactos      |
| 4:00  |         |        |         |                       |
| 4:30  |         |        |         |                       |
| 5:00  |         |        |         |                       |
| 5:30  |         |        |         |                       |
| 6:00  |         |        |         |                       |
| 6:30  |         |        |         |                       |
| 7:00  |         |        |         |                       |
| 7:30  |         |        |         |                       |
| 8:00  |         |        |         |                       |
| 8:30  |         |        |         |                       |
| 9:00  |         |        |         |                       |
| 10:00 |         |        |         |                       |

## Como Vender los Productos

La fundación de su negocio es el mercadeo de productos al consumidor. Por esta razón, usted querrá prestar atención especial a enseñar a todos en su grupo cómo hacer el mercadeo y venta de 4cc de producto cada mes. Como ya mencionamos en una sección anterior, las 4cc son su factor de éxito más importante. El mercadeo de producto incluye su uso personal de los productos, aquellos que usted vende al público, y las primeras 2cc compradas por sus nuevos distribuidores patrocinados personalmente.

*Su experiencia personal con los productos es la herramienta más valiosa que usted posee en el mercadeo y venta de los productos.*



*Vea el dinero que usted gasta en sus propios productos, como una inversión para hacerle promoción a su negocio, ¡la cual pagará inmensos dividendos!*

El primer paso en el exitoso mercadeo de los productos es que usted los use lo más posible. Cuando usted se convierte en un producto de los productos, usted llega a ser la mejor propaganda posible. Cuando usted experimenta el beneficioso efecto de los productos, hablará de ellos con más convicción y entusiasmo, y será más fácil convencer a otros que los usen. Véalo de esta manera: imagínese que está en medio de un gran lago y su pequeño bote se está hundiendo. ¿A quién preferiría tener en el bote con usted, a un profesor de Ortopedia, quien le pueda explicar exactamente cuales son los músculos y huesos que necesita mover para nadar (pero quien nunca ha nadado en su vida); o, a un Socorrista Certificado? El mismo principio aplica en su negocio. Usted puede estudiar y memorizar cada detalle acerca de un producto, pero en realidad, esto no será tan efectivo como su propia experiencia personal con ese producto.

El segundo paso es compartir su experiencia con el producto, con todos aquellos que usted conozca. Usted hace esto al crear oportunidades. Usted crea oportunidades al aprender a hacer preguntas. He aquí algunas ideas.

Usted: *¿Cómo se siente hoy?*

Posible cliente: “No muy bien, ya no parezco tener la energía que solía tener.”

Usted: *¿De veras? Sabe, he encontrado algo que lo podría ayudar; ¿le gustaría saber qué es?*

Posible cliente: “¡Seguro! ¿De qué se trata?”

Usted: *¿Ha oído hablar de la planta de sábila?*

¡Ha empezado ya una discusión que puede terminar con la venta del producto!

Usted: *Perdone, pero no pude dejar de notar la erupción en sus manos. ¿La ha tenido por mucho tiempo?*

Posible cliente: “Sí. Casi un año, ¡y nada parece ayudar!”

Usted: *Lo siento mucho, pero creo que sé de algo que podría ayudarle; ¿le gustaría saber qué es?*

Posible cliente: “No, no creo que esté interesado.”

Usted: *Está bien, pero, por favor, tome mi tarjeta; si en el futuro decide que le gustaría saber de qué se trata, por favor, llámeme. Estoy seguro de que esto le podría ayudar.*

¡Usted ha acabado de sembrar la semilla para una futura oportunidad de compartir el producto!

Usted: *Perdone, no pude dejar de escuchar sus comentarios acerca del problema de la piel de su hijo. Recientemente he sido introducido a algo que le podría ayudar a sentirse mejor. ¿Le gustaría saber de qué se trata?*

Posible cliente: “¡Creo que a estas alturas estamos listos para escuchar lo que sea! ¿De qué se trata?”

Usted: *¿Ha oído hablar de la planta de sábila?*

¡Es sorprendente cuantas puertas se pueden abrir con estas breves conversaciones de persona-a-persona, con gente que usted acaba de conocer! La venta de un solo producto a un individuo puede llevar a futuras demostraciones en su hogar. Esto a su vez puede conducir a que esa persona se convierta en distribuidor y, eventualmente, ¡llegue a ser un gran líder! Así que aprenda a reconocer en cada persona que usted conozca, cuáles son los productos que necesitan, ¡y nunca deje pasar la oportunidad de hacer unas pocas preguntas sencillas!

---

*Aprende a escuchar. La oportunidad podría estar tocando tu puerta suavemente.*  
Frank Tyger

---

*No hay seguridad en esta tierra. Solo hay oportunidad.*  
General Douglas MacArthur

---

*Cuando nos detenemos a pensar, a menudo perdemos nuestra oportunidad.*  
Publilius Syrus

## Como Identificar y Localizar a Distribuidores Potenciales

No se equivoque: ¡este es un negocio de gente! Ayudamos a la gente con nuestros productos. Ayudamos a la gente con nuestra oportunidad. No podemos dar el primer paso para lograr ambas cosas, a menos que nos pongamos en contacto con gente. Esta gente llega a ser nuestros distribuidores. Por lo tanto, necesitamos aprender cómo tratar con gente si vamos a tener éxito. La llave del éxito en esta área es ser organizado y consistente. Una manera de lograr esto es por medio de un sistema de Listas de Nombres.

---

*El deseo es la llave para la motivación, pero la determinación y el compromiso a la búsqueda persistente de su meta - un compromiso a la excelencia- es lo que hará posible que usted logre el éxito que busca.*  
Mario Andretti

---

*Las puertas de la oportunidad no se abren solas, hay que abrirlas; está de parte suya girar el pomo.*  
Lily Taylor

---

*Cualquiera puede tener dudas, pero una vez que usted se haya decidido a hacer algo, su sangre tiene esa particularidad en ella, y es muy difícil que la gente pueda detenerlo.*  
Bill Cosby

**1** Empiece con una Lista General de Contactos. Esta es simplemente una lista de gente que usted conoce, o amigos miembros de clubes, iglesias, colegios, u otras organizaciones. Al revisar esta lista, más o menos cada mes, usted decidirá qué nombres empezará a contactar para hacer una cita.

**2** De esta Lista General, usted coloca los nombres de 20 personas con las cuales usted estará trabajando, en su Lista Actual de Contactos. La gente en esta lista son aquellos que usted estará llamando semanalmente para invitarlos a usar los productos y a que escuchen acerca de la oportunidad. Usted llevará un registro de los productos que están usando y del material promocional que han recibido. Esta gente permanecerá en esta Lista hasta que usted los patrocine, o determine que no estarán interesados en el futuro cercano. Cuando elimine nombres, inmediatamente reemplácelos con nombres nuevos de la Lista General y así mantendrá su Lista Actual con 20 nombres.

**3** Cuando patrocine a una persona, este nombre debe ser transferido a su Lista de Distribuidores. Esta lista le ayudará a seguir dando el apoyo y entrenamiento que cada nuevo distribuidor necesita. Asegúrese de hacer contacto después de varios días.

**4** Después de tener contacto semanal con alguien en su Lista Actual de Contactos por 12 semanas, y esta persona continúa sin expresar interés, coloque su nombre en su Lista Trimestral de Contactos. Usted se mantendrá en contacto con la gente en esta lista, cada tres meses...para siempre. Es buena idea mantener abiertas las puertas de comunicación con este contacto periódico. Usted nunca sabe cuando alguien que previamente no mostró interés, llegará a estar interesado en un futuro. Considere la siguiente experiencia real y vea por qué nunca debe eliminar a nadie de su Lista Trimestral de Contactos ni dejar de comunicarse con la gente en esta Lista. Considere lo siguiente:

Una dama de edad madura era representante de una tienda de cosméticos muy conocida. Un hombre que ella nunca había conocido se le acercó con la oportunidad de llegar a ser una distribuidora para una nueva compañía de multi-nivel. Después de escuchar su presentación, ella rehusó, diciendo que estaba feliz con la compañía para la cual trabajaba. El le agradeció por su tiempo y le preguntó si





## Como Contactar a Nueva Gente

La primera regla que hay que recordar es que lo mejor que puede esperar, es patrocinar a 1 ó 2 personas de cada 10 que usted contacte.

El pájaro más imponente de la naturaleza es el águila. Este majestuoso animal puede ver un conejo a 2,000 pies de altura. Se lanza a más de 120 millas por hora, y atrapa su presa con sus poderosas garras. Sin embargo, a pesar de su perfecta visión, velocidad y fuerza muscular, ¡solo tiene éxito en agarrar su presa 3 de cada 10 veces! Así que, la regla número uno de patrocinio es: ¡no se sienta mal si no patrocina a todo el mundo!



*Pequeñas oportunidades son a veces el comienzo de grandes empresas.*  
Demóstenes

*El éxito parece estar conectado a la acción. Gente de éxito continúa moviéndose. Cometan errores, pero no se dan por vencidos.*  
Conrad Hilton

La segunda regla es entender que patrocinar no es una actividad de convencer, sino más bien, una actividad de clasificar. John Kalench, un notable entrenador de mercadotecnia de red, dijo:

"Patrocinar es como buscar perlas. Solo 10 de cada 100 ostras contienen perlas. Si usted toma una ostra, la abre y no encuentra una perla, por qué tratar de convencerla de que produzca una perla? Simplemente necesita poner un granito de arena en ella, cerrarla y regresarla cuidadosamente a su lugar. Entonces, recoja otra ostra y vea si contiene una perla. Si usted invierte su energía tratando de convencer a una ostra que produzca una perla, perderá tiempo valioso que podría ser usado para abrir más ostras. Por lo tanto, necesita salirse del negocio de convencer y entrar al negocio de clasificar."

Mucha de la gente con la que usted hable no estará lista para aceptar la oportunidad. Estas son como las ostras sin perla. Sin embargo, esto no quiere decir que nunca estarán listas para aceptar esta oportunidad. Si usted siembra un granito de arena en cada una de estas personas, algunas de ellas producirán perlas en el futuro, y llegarán a ser buenos distribuidores.

Usted siembra estos granos de arena al comentar como se siente usted con respecto a lo que FLP puede hacer por ellos, o lo bien que les iría en el programa de mercadotecnia. Haga estos comentarios cuando los vea, de vez en cuando, o al enviarles una nota cada tres meses (Contactos Trimestrales). Ciertamente, usted hará uno o más de estos comentarios al terminar una conversación en la cual le dijeron que no están interesados. Sus comentarios deberán estar de acuerdo con la razón o razones por las cuales no están interesados.

Los siguientes son algunos ejemplos:

Si ellos dicen, "Oí decir que el mercadeo de red es una pirámide ilegal, y no quiero tener nada que ver con ello." Entonces, usted siembra la semilla: *Si usted supiera lo que yo sé acerca de la mercadotecnia de red, usted no diría eso. He descubierto que es una experiencia de negocios muy remuneradora y positiva. Mi única frustración es que sé que usted podría ganar mucho*

*dinero. Espero que algún día pueda tener la oportunidad de mostrarle cómo.*

Si ellos dicen, “No estoy interesado porque no me gusta vender.” Entonces, usted siembra la semilla: *Entiendo su punto de vista, y lo respeto. Pero esta no es la manera tradicional de vender. Estoy seguro que a usted le iría muy bien, y podría ganar mucho dinero con FLP. Espero tener la oportunidad en el futuro de mostrarle cómo.*

Si ellos dicen, “Ahora mismo no tengo tiempo para nada nuevo en mi vida.” Entonces, usted siembra la semilla: *Bueno, ciertamente espero que en el futuro su horario se lo permita, porque estoy seguro que usted podría ganar más dinero de lo que usted cree que es posible, ¡y todavía tener suficiente tiempo libre para gastarlo!*

Las siguientes son semillas adicionales que usted puede sembrar:

*Su personalidad es perfecta para la mercadotecnia de red. ¡Usted puede lograr mucho en FLP!*

*¡Estoy muy entusiasmado porque sé que a usted le iría muy bien en FLP!*

*Los que ganan más dinero en FLP no son muy diferentes a usted. Usted tiene el talento que ellos tienen y más. ¡A usted le iría mejor de lo que usted cree!*

*El plan de mercadotecnia de FLP es completamente diferente a una pirámide ilegal; y creo que usted reconocería la diferencia inmediatamente si estudiara el plan. Usted sería fantástico en FLP; por favor, ¡déle una mirada en el futuro!*

*Quizá usted no se dé cuenta, ¡pero usted sería la persona ideal en la mercadotecnia de red con FLP!*

*Sé que FLP puede ser la solución a todos sus problemas financieros. Si usted cambia de opinión, me encantaría explicarle cómo este plan puede ayudarle.*

*Sé que con FLP nunca más tendrá que preocuparse por dinero. Debería revisarlo algún día.*

---

*Antes de sembrar la semilla, el suelo tiene que ser cultivado. Esto significa edificar relaciones. Sembrar significa cultivar para el futuro.*

---

*Esté dispuesto a tomar decisiones. Esa es la cualidad más importante en un buen líder. No caiga victima de lo que yo llamo el síndrome de listo-apuntar-apuntar-apuntar-apuntar. Usted debe estar dispuesto a disparar.*

T. Boone Pickens

---

*Llega un momento cuando usted debe dejar de acelerar el pedal y poner el carro en marcha.*

David Mahoney

## Como Contactar a Su Mercado Conocido

Su objetivo principal al hacer contacto es desarrollar suficiente interés en sus posibles clientes para que estén de acuerdo en reunirse con usted para explicarles la oportunidad. Usted no tratará de explicarlo todo inmediatamente; solo querrá hacer una cita. Esto es especialmente cierto cuando usted hace contacto por teléfono.

Su "mercado conocido" es la gente que usted conoce por nombre, tal como su familia, amigos, y socios o colegas. Su manera de acercarse puede ser más directa, porque usted ya ha establecido una relación con estas personas. Muchos de ellos pueden ser contactados por teléfono. He aquí un par de ejemplos que puede usar, ya sea en persona o por teléfono:



*Hay cuatro pasos para el éxito:*

*Planee con propósito.  
Prepárese con petición.  
Proceda positivamente.  
Persista en su búsqueda.*  
William A. Ward

*Lo que usted pueda hacer, o sueña que puede hacer, empiécelo. Hay genio, poder y magia en la audacia.*

Goethe

*Hola Victor, es Juana. (Intercambie las cortesías de rigor) Victor, la razón de mi llamada es para dejarte saber que acabo de empezar un nuevo negocio realmente EMOCIONANTE. Sé que tienes una agenda muy ocupada; pero también sé que eres una persona de negocios muy exitosa, y pensé que podrías estar interesado. Me gustaría saber si puedo pasar una media hora contigo y mostrarte de que se trata. El próximo martes o jueves me quedaría bien, ¿tienes tiempo disponible alguno de esos dos días?*

*Hola Vanessa, es Silvia. (Intercambie las cortesías de rigor) Vanessa, la razón de mi llamada es para decirte que he sido introducida a una gran oportunidad de ingreso adicional, y pensé en ti. Sé que tienes un calendario muy ocupado, pero no puedo dejar de pensar que esta oportunidad sería perfecta para ti. Me pregunto si puedes darme media hora de tu tiempo para explicarte de qué se trata. El próximo martes o jueves estaría bien, ¿alguno de esos dos días sería conveniente para ti?*

Recuerde que su éxito depende un 15% de lo que usted dice y un 85% de la manera como lo dice. Desarrolle un entusiasmo en su voz que refleje la emoción que usted siente acerca de los productos y la oportunidad. Usted puede convencer a más gente a escuchar su mensaje con el puro poder de su entusiasmo, que lo que podría lograr con la cantidad de información que usted les proporcione.

Siempre resista la tentación de explicarlo todo por teléfono. Si su contacto dice algo como, "Suenan interesantes, ¿me puedes hablar más de ello?", su respuesta debería ser:

¡Claro que sí! Lo que me gustaría hacer es sentarme contigo unos 30 minutos, porque tengo algunas fotos e ilustraciones que te darán una mejor idea de lo que te quiero mostrar, que si te lo trato de describir por teléfono.

## Como Contactar a Su Mercado Desconocido

¿Qué se le puede decir a gente que usted no conoce muy bien, con el fin de determinar si estarían interesados en la oportunidad? Esto representa un desafío formidable aún para los más experimentados distribuidores. Sin embargo, su éxito a largo plazo será el resultado de su habilidad para graduarse de su mercado conocido a su mercado desconocido. Después de un tiempo, cuando usted haya contactado a todos sus amigos y parientes, llegará el momento en que su crecimiento dependerá de su mercado desconocido.

Hay una fórmula que se puede usar como guía al hablar con gente que usted no conoce. Es el método que llamaremos "F.O.R.M." Al empezar una conversación, usted puede preguntar acerca de la

**Familia** (¿Casado? ¿Hijos? ¿De dónde es?); entonces la

**Ocupación** (¿En qué trabaja? ¿Cuánto tiempo ha trabajado para la Compañía? ¿Contento con su trabajo?); y finalmente,

**Recreación** (¿Qué hace para divertirse? ó ¿Qué hace en su tiempo libre?).

Después de escuchar con interés genuino, usted estará listo para presentar su

**Mensaje** Usted guía la conversación hacia su mensaje al hacer comentarios que hagan que la persona responda con expresiones como, "¿De qué se trata?" o "¿Cómo?" o "Dígame más."

Si su comentario puede referirse a algo que su contacto mencionó durante la primera parte de la conversación, mucho mejor. Por ejemplo,

*Sabe, Dan, ¡He encontrado algo que pienso sería perfecto para usted! O,*

*Dan, ¡usted sería perfecto haciendo lo que yo hago! O,*

*Si pudiera mostrarle una manera como usted puede pasar más tiempo con su familia, ¿cree que estaría interesado?*

Tan pronto como la persona responda "¿de qué se trata?" o "¿cómo?" o "dígame más," en ese momento usted pide hacer una cita, diciendo algo como,

*Realmente no tengo el tiempo para explicárselo ahora mismo, pero si usted puede apartar una media hora, digamos el martes o miércoles, pienso que le parecerá bastante interesante.*

(Por supuesto, si tiene la carpeta de presentación y los materiales con usted en ese momento, usted puede ofrecer explicárselo inmediatamente.)

Durante su conversación, tome la oportunidad, para mencionar su negocio cada vez que sea posible; la idea es hacer que su cliente potencial le pregunte acerca de lo que usted hace y con cuál compañía trabaja. Por ejemplo,

*El coraje es hacer lo que usted teme hacer. No puede haber coraje si usted no está atemorizado.*

Eddie Rickenbacker



*Usted gana fuerzas, coraje y confianza, con cada experiencia en la cual usted realmente se detiene a enfrentar el miedo.*

Eleanor Roosevelt

Usted le ha preguntado a su contacto acerca de su ocupación y él o ella menciona que su compañía está haciendo economía, despidiendo empleados, etc. Su comentario es, *¡No puedo decir lo mismo sobre mi compañía! Nosotros estamos creciendo tan rápido, ¡que es difícil mantenerse al paso!*

Su contacto menciona que le gustaría tener más tiempo libre. Su comentario es, *Supongo que soy afortunado; porque con mi trabajo tengo suficiente tiempo libre para estar con mi familia.*

Eventualmente, su contacto le va a preguntar con qué compañía trabaja usted o qué es lo que usted hace. Cuando le pregunte, pruebe algo como esto:

*Desarrollo redes de mercadeo para una compañía internacional de productos para la salud y belleza. De hecho, ¡justamente estaba pensando que usted podría ganar una buena cantidad de dinero haciendo lo mismo que yo hago! Uno de estos días cuando usted tenga unos 30 minutos, me gustaría explicárselo. ¡Pienso que usted verá que es algo muy interesante!*

Ya sea que haga la cita o no, siempre deje la conversación en una nota positiva, y déle a su contacto su tarjeta de negocios, diciéndole algo como:

*¡Espero verlo el próximo miércoles!*

O

*¡Si alguna vez decide que quiere ganar dinero extra, por favor, llámeme!*

---

*Aquel que no espera ganar ya ha perdido.*  
Jose Joaquin Olmedo

---

*La gente con metas tiene éxito, porque saben hacia donde van.*  
Earl Nightingale

---

*Si estás planeando para un año, siembra arroz; si estás planeando para una década, siembra árboles; si estás planeando para una vida, educa a la gente.*  
Refrain Chino

## Como Manejar Objeciones

¡La primera regla al manejar objeciones es esperar muchas de ellas! La segunda regla es entender que una objeción es la manera como una persona busca una razón para poder decir que "sí". La objeción no es una negativa; es un indicador positivo de que el posible cliente está dando consideración a lo que usted está ofreciendo y a la posibilidad de llegar a ser un distribuidor o comprar los productos.

Hay una fórmula que se puede usar para manejar casi cualquier objeción. Es la fórmula S-S-D; y funciona así: Cada vez que a usted se le presente una objeción, responda primero con una pregunta para clarificar lo que la otra persona quiere decir. Después que la persona responda, usted trata la objeción con S-S-D: Siente, Sentí, Descubrí.

Por ejemplo,

Posible cliente: “No tengo tiempo.”

Usted: *¿Qué quiere decir cuando dice que no tiene tiempo?*

Posible cliente: “Quiero decir que entre mis dos trabajos, mi familia, y mis amistades, no tengo tiempo extra para invertir en algo como esto.”

Usted: *¡Sé exactamente como se siente! Yo me sentí de la misma manera al principio. Pero descubrí que este negocio actualmente hace posible tener más tiempo para las cosas que son más importantes. Con el ingreso adicional que usted se ganará, no necesitará dos trabajos; ¡y más adelante, es posible que usted pueda renunciar a ambos empleos!*

Otro ejemplo,

Posible cliente: “Yo no hago ventas de pirámide.”

Usted: *¿Qué quiere decir cuando dice ventas de pirámide?*

Posible cliente: “Quiero decir, tener que ver a mis amigos perder su dinero.”

Usted: *Créame, ¡sé exactamente como se siente! De hecho, yo me sentí de la misma manera cuando fui introducido por primera vez a esta compañía. Pero descubrí que FLP ni siquiera permite grandes inversiones de dinero, ¡y a los distribuidores se les exhorta a no ordenar más de lo que necesitan en los próximos 30 días! Y, si alguien no está satisfecho, ¡puede renunciar y la compañía le vuelve a comprar el producto!*

*Si quieres llegar a algún lugar, tienes que saber adónde quieres ir y cómo llegar. Entonces, nunca, nunca, nunca te des por vencido.*

Norman Vincent Peale

*Para tener persuasión tenemos que ser convincentes; para ser convincentes tenemos que tener credibilidad; para tener credibilidad debemos hablar la verdad.*

Edward R. Murrow

*El talento sin disciplina es como un pulpo en patines. Hay cantidad de movimiento, pero nunca sabes si va hacia adelante, hacia atrás, o de lados.*

H. Jackson Brown, Jr.

## Presentación de Persona-a-Persona

La Presentación de Persona-a-Persona no se debe confundir con una Demostración de Producto. El objetivo de la Demostración de Producto es vender los productos a clientes; mientras que el propósito de la Presentación de Persona-a-Persona es patrocinar a nuevos distribuidores y convencerlos de que compren el Combo Pak e iniciarlos en el negocio.

Bueno, usted ha hecho la cita y la hora ha llegado para hacer su presentación. Deberá tener con usted los siguientes materiales:

- El Rotafolio Oportunidad
- Directorio Internacional
- CD Opportunity
- CD Plan de Mercadotecnia
- Solicitud de Distribuidor
- Folleto de Producto
- Muestras de Producto
- CD De la Planta al Producto

Empiece su presentación agradeciendo a su posible distribuidor por permitirle este tiempo, y exprese su entusiasmo por la oportunidad que va a compartir con él.

*Primero que todo, Mariano, gracias por tomar tiempo de su ocupado horario y permitirme compartir con usted esta emocionante oportunidad de negocio. He descubierto que este es el boleto para lograr mis metas financieras, ¡y espero que también lo sea para usted!*

### Páginas del Rotafolio

**Portada:** *El nombre de la compañía con la que trabajo es Forever Living Products...*

**¿Quiénes Somos?:** *...el cual es el productor & distribuidor más grande del mundo de productos para la salud y la belleza a base de sábila, así como de productos nutricionales de la colmena. Desde 1978, la compañía ha experimentado un crecimiento constante, ¡y ahora está haciendo negocios en más de 100 países, con ventas anuales de más de \$2 billones de dólares!*

**Sede de Forever Living Products - Scottsdale, AZ:** *Rex Maughan es el fundador y Presidente. El dirige personalmente al personal ejecutivo, el cual supervisa las actividades de todos los países alrededor del mundo, desde la sede internacional ubicada en Scottsdale, Arizona. La siguiente declaración de Rex expresa bien la misión de Forever Living. "Una de las razones más grandes de enfermedad en el mundo es una billetera vacía; si usted quiere disminuir el número de gente que sufre, ¡déles la oportunidad de ganarse la vida honestamente!"*

**Japón - Alemania - Filipinas - México:** *La compañía ha hecho importantes compromisos financieros en varios países al comprar bellos y amplios locales para oficinas. Estos son algunos de docenas de ellos. Si a usted le*

*Práctica persistente  
produce  
desempeño positivo.*

*Solo tan alto como  
alcanzo, puedo crecer,  
Solo tan lejos como  
busco, puedo llegar,  
Solo tan profundo como  
observo, puedo ver  
Solo tanto como sueño,  
puedo ser.  
Karen Ravn*

*Si uno avanza con con-  
fianza en la dirección de  
sus sueños y empeños  
para vivir la vida que se  
ha imaginado, encon-  
trará el éxito inesperado  
en horas ordinarias.  
Henry David Thoreau*



*gustaría ver más, tengo conmigo un Directorio Internacional con información sobre cada país. Aún más notable es el hecho de que la compañía está libre de deudas; ¡imagínese la estabilidad de esta posición!*

**De la Planta al Producto a Usted:** *Forever Living está integrada verticalmente. La compañía es dueña y operadora de las plantaciones de sábila más grandes del mundo en el sur de Texas y la República Dominicana, y de una planta de fabricación con la última tecnología, localizada cerca de Dallas. Le dejaré un CD que le dará una idea de cómo los productos son fabricados siguiendo los más estrictos estándares de excelencia.*

**Calidad es nuestro lema:** *Forever Living es conocida a través del mundo por la calidad de sus productos. Como se dará cuenta, los productos han recibido el sello de aprobación del Consejo Internacional para la Ciencia de la Sábila, así como las aprobaciones Kosher e Islámica. Además, cada producto es respaldado por una garantía incondicional de reembolso de su dinero antes de 30 días.*

**La Sábila:** *El principal ingrediente en la mayoría de los productos es la sábila estabilizada, patentada por la compañía. La sábila ha sido usada para una variedad de propósitos relacionados con la salud por casi toda civilización importante. Contiene más de 75 nutrientes, incluyendo 20 minerales, 18 aminoácidos y 12 vitaminas, convirtiéndola en uno de los tesoros nutricionales de la naturaleza.*

**Los Productos:** *La compañía formula casi 200 productos a base de sábila estabilizada...*

**Bebidas de Sábila:** *...entre los productos más populares están las bebidas de sábila. La mayoría de la gente no sabe que usted puede tomar el gel de sábila; no solo puede ser consumido sino que es un factor muy positivo en el mantenimiento de buena salud.*

**Nutrición:** *Los suplementos nutricionales de Forever tratan una gran variedad de problemas relacionados con la dieta. Este es un mercado de \$20 billones y en constante crecimiento.*

**Cuidado Personal:** *La contribución de Forever a este mercado de \$23 billones incluye productos como pasta de dientes, shampoo, desodorante, limpiador para la piel y aun detergente para la ropa - todos hechos a base de sábila.*

**Cuidado de la Piel:** *La gente que quiere mejorar la apariencia y textura de su piel gasta unos \$4 billones de dólares al año. Forever Living tiene una línea completa de productos a base de sábila que suavizan, tonifican, humectan y afirman cualquier tipo de piel, sin el peligro de químicos dañinos.*

**Control de Peso:** *Con estudios recientes donde la obesidad se considera como la segunda causa de muerte prematura en América, la gente está más consciente que nunca de la necesidad de aprender a manejar su peso. El programa Clean and Lean de Forever trata este problema de una manera*

*Alguna gente sueña con el éxito... mientras que otros se despiertan y trabajan duro para alcanzarlo.*

*Para que un hombre tenga un negocio de éxito debe tener imaginación. Debe ver las cosas como en una visión, como si todo fuera un sueño.  
Charles Schwab*

*Solo si alcanzas el límite, el límite se perderá de vista frente a ti. Y si no, si reduces tus esfuerzos, el límite se reducirá para acomodarse a tus esfuerzos. Y solo puedes desarrollar tus capacidades cuando trabajas hasta el mismo límite.  
Hugh Nibley*

*Estoy impresionado con la urgencia de hacer. No es suficiente saber; debemos aplicar lo que sabemos. No es suficiente estar dispuestos, debemos hacer.*

Russell C. Taylor

*El éxito es la suma de pequeños esfuerzos, repetidos día tras día.*

Robert Collier

*En veinte años estarás más desilusionado por las cosas que no hiciste que por las que hiciste. Así que levanta la proa. Zarpa del puerto seguro. Agarra los vientos alisios en tus velas.*

*Explora. Sueña. Descubre.*

Mark Twain

*directa, convirtiéndolo en el producto de más rápido crecimiento de su línea.*

**Sonya Colour Collection:** *Las mujeres gastan más de 7 billones de dólares en maquillaje. Forever se ha creado un nicho en este mercado con su línea de cosméticos a base de sábila que hacen fácil lucir más bella.*

**Plan de Mercadotecnia:** *Ahora que ya hemos hablado acerca de la compañía y sus productos, veamos la parte más emocionante de la oportunidad de Forever: el Plan de Mercadotecnia. Este Plan ha sido diseñado para ayudar a toda persona a alcanzar sus metas financieras. Ya sea que usted desee un ingreso extra de medio tiempo o un ingreso ilimitado de tiempo completo, o que usted quiera desarrollar un negocio internacional o local, el Plan de Mercadotecnia es el vehículo perfecto para llevarlo adonde usted quiere llegar.*

**Ventas personales al por menor:** *El ingreso es generado de diferentes maneras. La primera es a través de ventas personales al público, donde los distribuidores obtienen un 43% de ganancia, más una bonificación por ventas al público de 5-18%. Aquellos distribuidores que escogen concentrar sus esfuerzos en esta área, pueden ganar de \$400-\$600 por mes con solo trabajar 2-4 horas por semana.*

**Bonificación del Desarrollo de Equipo:** *El potencial real del Plan es generado al construir un equipo de distribuidores bajo usted. Al hacerlo, usted puede recibir de 3-13% de su volumen de ventas al público, además de la ganancia y bonificaciones por su volumen personal. Hay una explicación más detallada del Plan de Mercadotecnia, pero como solo tenemos 30 minutos, le dejaré este CD que lo explica claramente.*

**Bonificación de Liderazgo:** *Esta bonificación es ganada por distribuidores por su esfuerzo al desarrollar Líderes, o gente que crea Equipos de éxito bajo ellos. Esto puede generar de \$300 a \$900+, por mes, por líder, dependiendo de su volumen y de su posición en la línea descendiente bajo usted. ¡Esto es aun más emocionante cuando considera que no hay limite al número de líderes que usted puede desarrollar!*

**Bonificación de Gema:** *De hecho, cuando usted tiene solo 9 líderes de primera generación, puede recibir la bonificación de Gema. Esto agrega hasta 3% de ganancia sobre el volumen generado por sus líderes. Como se dará cuenta, ¡esto puede hacer que sus ganancias exploten!*

**Bonificación del Incentivo Ganado:** *Los distribuidores usan esta bonificación para pagar por casi cualquier cosa. Un nuevo carro, la hipoteca de una casa, o matrícula de la Universidad, son una de las opciones más populares. Este incentivo paga hasta \$800 por mes por encima de las bonificaciones de volumen normales.*

**Reparto de Utilidades:** *Para mí, ¡jeste es el más emocionante! Además de pagar todas las bonificaciones mensuales, la compañía también comparte sus ganancias con distribuidores calificados. Cada año, cientos de cheques del reparto de utilidades son entregados. Como usted puede ver por estas*

*fotos, ¡las cantidades pueden ser increíbles!*

**¿Qué Quiere Usted?:** *Ahora pregúntese, ¿qué quiere usted: más efectivo, un carro nuevo, educación para sus hijos, una casa diferente, o quizá la satisfacción de haber construido algo significativo que ha mejorado la salud y estado financiero de otros? Sea lo que sea, ¡Forever Living le ayudará a lograrlo!*

**Ahora Pregúntese...:** *Oportunidad es reconocer que usted está en el lugar preciso, al momento preciso. Para saber si esto es verdad en su caso, ahora mismo, hágase estas tres preguntas: ¿Está usted satisfecho con la integridad y estabilidad de la compañía? ¿Usted, o alguien que usted conoce, usaría los productos? ¿Está usted dispuesto a invertir una suficiente cantidad de esfuerzo?*

**Si Usted Responde "Sí," ¡Empiece Ya!:** *Si su respuesta es sí, entonces empezar es fácil. Primero, usted se registra como distribuidor y compra uno de entre una variedad de Combo Paks. Cada Combo Pak contiene una gama de los productos más populares y literatura (a un precio descontado del precio al por mayor). Segundo, nos reunimos por aproximadamente una hora para repasar el Planificador de Negocios de Forever; el cual es una guía, paso-por-paso, para despegar su negocio. Mientras tanto, usted querrá usar los productos en el Combo Pak en su propia casa. ¿Qué opina? ¿Lo podemos registrar?*

### **Fin de las páginas del Rotafolio**

En este momento, su posible distribuidor puede reaccionar en una de tres maneras. La forma como usted proceda de ahí en adelante, por supuesto, varía con cada reacción. He aquí algunas ideas:

- A. Está de acuerdo en registrarse como distribuidor o quiere usar el producto
  1. ¡MARAVILLOSO! Regístrelo, y ordene su Combo Pak.
  2. Haga una cita para Planeación de Negocio (en 48 horas).
  3. Déjelo con CDs y folletos para más información antes de reunirse con usted nuevamente.
- B. Presenta algunas objeciones
  1. Primero que todo, recuerde que una objeción es simplemente una manera de decir, "Por favor, ¡déme una razón para unirme!"
  2. Responda cada objeción usando la fórmula Siento-Sentí-Descubrí que se explicó en otra sesión de este entrenamiento.
  3. Por lo regular querrá más tiempo antes de tomar una decisión. Déjelo con CDs y folletos para más información, exprese que usted tiene confianza en su potencial, y pregunte si lo puede llamar en un par de días.
- C. Dice que No
  1. Exprese su aprecio por el tiempo que le ha dedicado.
  2. Pregúntele si estaría interesado en probar el producto.
  3. Pregúntele si le gustaría tener un par de CDs y folletos para examinar más tarde.
  4. Siembre un granito de arena para una perla en el futuro.

---

*Las cosas grandes no se hacen por impulso, sino por una serie de cosas pequeñas que se han reunido.*

Vincent Van Gogh

---

*No estemos contentos con esperar y ver lo que pasa, pero tengamos la determinación de hacer que las cosas correctas ocurran.*

Peter Marshall

---

*Ponerse una meta no es lo importante. Lo importante es decidir lo que vas a hacer para alcanzarla y persistir con tu plan.*

Tom Landry

## Como Trabajar Con Sus Nuevos Distribuidores

Cuando su nuevo distribuidor firma la solicitud, esto no significa el final de sus actividades de patrocinio; al contrario, esto marca solo el comienzo. Todo lo que usted ha hecho hasta ahora con esta nueva persona se considera "prospectando" (trabajando con su prospecto.) En el mismo momento en que se firmó la solicitud, usted se convirtió en un Patrocinador, y lo que usted haga durante los primeros 30 días después de esto, determinará en gran parte la dirección y duración de la carrera FLP de su nuevo distribuidor.

*Si usted se levanta para ser contado, de vez en cuando puede ser tirado abajo. Pero recuerde esto: Un hombre aplastado por su contrincante se puede levantar nuevamente. Un hombre aplastado por el conformismo se queda abajo para siempre.*

Thomas J. Watson, Jr.

*La tarea del líder es llevar a su gente de donde están a donde no han estado.*

Henry Kissinger

*A medida que envejezco escucho menos lo que la gente dice y observo más lo que hace.*

Andrew Carnegie

Considere lo siguiente: ¿qué cree usted que es lo más importante en el intento de darle a la pelota de golf? Alguien diría que es el movimiento de la espalda, otros dirían que es la posición del palo de golf al golpear la pelota; o la posición de los hombros. Aunque estos factores son en realidad importantes, no son tan críticos como lo es el completar la jugada. En otras palabras, lo que pasa después de que el palo golpea la pelota es más importante que lo que pasa antes de que toque la pelota. Cuando usted patrocina a un individuo, la firma de la solicitud se puede comparar al golpe de la pelota de golf. Lo que pasa desde ese momento en adelante, es lo más importante. Exactamente, ¿qué necesita usted llevar a cabo en el futuro como Patrocinador?

En este Entrenamiento usted ya fue introducido a la forma con Lista de Distribuidores. Esto se hizo con el propósito de ayudarlo a mantenerse organizado y al día con respecto a sus responsabilidades como Patrocinador. Usted deberá permanecer muy cerca de su nuevo distribuidor, por lo menos el tiempo que le tome a éste alcanzar lo que se indica en esta lista.



TOF Combo Business Pak



Clean 9 Business Pak

**Business Pak.** Todo nuevo distribuidor debe ser animado a comprar el Business Pak. Esto no solo demuestra su compromiso al negocio, pero le suministra el producto y literatura necesarios para empezar. Debido a que éste toma unos cuantos días en llegar, su negocio es más sólido y más eficiente si usted forma el hábito de mantener por lo menos un Business Pak extra en todo momento. De esta manera, usted lo puede vender y entregar a su nuevo distribuidor inmediatamente, y entonces pedir un Business Pak en el Internet (en los E.E.U.U. solamente) a nombre de él o ella y hacer que sea enviado a su dirección para reemplazar el que usted acaba de vender. Esto le dará al distribuidor el crédito por la compra y le ayudará a usted a tener 2-3 días más para el entrenamiento de su nuevo distribuidor.

**El Planificador de Negocios de FLP.** Tan pronto como sea posible después de firmar la solicitud, usted se deberá reunir con su nuevo distribuidor por unos 90 minutos para trabajar con el Planificador de Negocios de FLP. La parte más importante de esta sesión es la Lista de Nombres. Es muy importante que el nuevo distribuidor identifique entre las personas que conoce a aquellas que pueden estar interesadas en el producto o en la oportunidad. Use la mayor parte de esos 90 minutos en los siguientes pasos:

- 1 Ponga por lo menos 20 nombres en la Lista.
- 2 Identifique 5 de los 20 nombres como aquellos que es más posible que sean receptivos, con una "P" para producto o una "O" para la oportunidad.
- 3 Programe un par de veces cuando usted y su distribuidor puedan reunirse nuevamente.
- 4 Juntos, llamen a los 5 nombres en la lista y hagan citas para visitarlos. Es mejor si ambos están en el teléfono al mismo tiempo. Considere usar un diálogo similar a este:

Nuevo Distribuidor: *¡Hola, Juan! Soy Adan. (Cortesías.)  
Juan, la razón de mi llamada es que he sido introducido a un fantástico producto y pensé en ti. La persona que me habló acerca de este producto está aquí conmigo. Su nombre es Roberto Fernandez. Saluda, Roberto.*

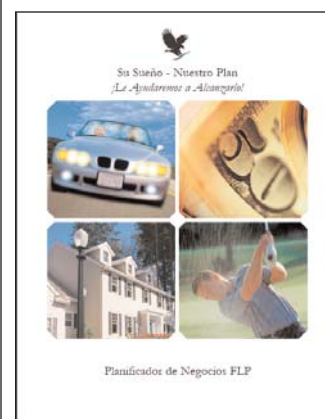
Usted (Roberto): *¡Hola, Juan; Adan habla muy bien de usted, mucho gusto en conocerlo! (Cortesías.)  
Como Adam le mencionó, él ha estado usando algunos de nuestros productos, y está tan impresionado con ellos que ha decidido participar y ayudarnos a hacer el mercadeo y venta de los productos. Nos gustaría hablar con usted unos 30 minutos, en los próximos días, para compartir esta experiencia con usted, mostrarle un corto video, y entonces puedo contestar cualquier pregunta que usted tenga.  
¿Estaría disponible mañana o el jueves, a las 8 en punto?*

Prospecto: “Bueno, no estoy seguro. ¿Qué clase de producto es este?”

Usted (Roberto): *Juan, estoy seguro que usted entiende que no podríamos hacerle justicia al producto por teléfono. Le diré, sin embargo, que los productos, en general, son hechos a base de sábila y de la colmena, y responden a una variedad de problemas relacionados con la salud y belleza. Le aseguro que su tiempo será bien utilizado, ¿podríamos tener la oportunidad de reunirnos con usted?*

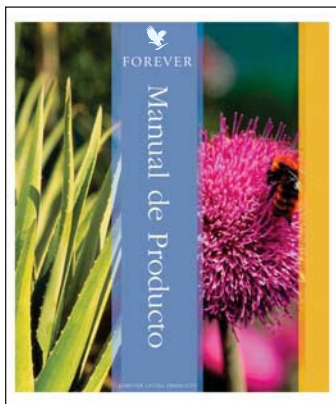
Prospecto: “Bueno, creo que pueden venir el jueves.”

Nuevo Distribuidor: *¡Maravilloso, Juan! Muchas gracias. Estaremos allí a las 8 en punto. Nos vemos entonces.*



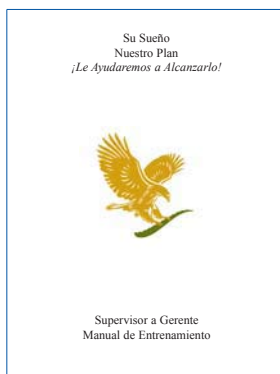
*El gran descubrimiento de mi generación es que los seres humanos pueden alterar sus vidas al alterar su actitud mental.*  
William James

*Un hombre de éxito es el que puede construir un fundamento firme con los ladrillos que otros le han tirado.*  
David Brinkley

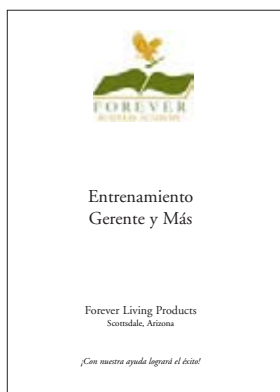


**Entrenamiento en el Manual de Productos.** Esta es una tremenda herramienta que se puede usar con sus nuevos distribuidores en el entrenamiento de los productos. Después del Planificador de Negocios, repase el Manual de Producto, página por página, y ofrezca su propia opinión y experiencia con los productos. Anime a su distribuidor a tomar notas acerca de los diferentes productos que aparecen en algunas de estas páginas. Ayúdelo a entender lo importante que es para su éxito empezar a usar enseguida tantos productos como le sea posible. Después, ayúdele a escribir una lista de los productos que debería empezar a usar, y asegúrese de que sabe como usarlos.

**Presentaciones de Dos-a-Uno.** Ahora que usted ha completado el entrenamiento básico de su nuevo distribuidor y ambos han hecho varias citas para reunirse con la gente en su lista de nombres, es hora de ayudarlo en su primera demostración de producto y presentación de la oportunidad. Usted debería ser el presentador principal en las primeras tres demostraciones de producto y en sus primeras tres presentaciones de la oportunidad. Así su distribuidor aprenderá al observarlo a usted. Por supuesto, usted debe animarlo a participar con comentarios entusiastas y experiencias pero, como regla general, debería especialmente observar.



**Entrenamiento Supervisor a Gerente.** Este le enseña a los distribuidores como alcanzar el nivel de Gerente. Tan pronto como sus distribuidores puedan conducir sus propias demostraciones de producto y presentaciones de la oportunidad, deberían ser animados a participar en el entrenamiento de Supervisor Plus. Esto se puede hacer de varias maneras. Ellos pueden asistir a una sesión de grupo que se presente en su área o usted puede conducir este entrenamiento individualizado con él o ella; o el distribuidor puede estudiarlo por sí mismo. Lo importante es hacer seguimiento y asegurarse de que él o ella obtenga este importante entrenamiento.



**Entrenamiento Gerente y Más.** ¡Esta es una emocionante experiencia FLP! Tan pronto como un distribuidor alcance el nivel de Gerente Reconocido, éste puede participar, por cuenta propia, en el Entrenamiento Gerente y Más, que se lleva a cabo regularmente en la Oficina Matriz en Scottsdale. Al terminar el entrenamiento estos distribuidores regresan con nuevas metas, un mayor entusiasmo y un conocimiento completo de los incentivos del plan de mercadotecnia diseñados justamente para ellos. Algunos Gerentes han duplicado su volumen el mes después del entrenamiento. ¡Es una experiencia de dos días que usted no querrá que sus distribuidores se pierdan!



# Planificador de Actividades FLP



|       | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves |
|-------|-------|--------|-----------|--------|
| 8:00  |       |        |           |        |
| 8:30  |       |        |           |        |
| 9:00  |       |        |           |        |
| 9:30  |       |        |           |        |
| 10:00 |       |        |           |        |
| 10:30 |       |        |           |        |
| 11:00 |       |        |           |        |
| 11:30 |       |        |           |        |
| 12:00 |       |        |           |        |
| 12:30 |       |        |           |        |
| 1:00  |       |        |           |        |
| 1:30  |       |        |           |        |
| 2:00  |       |        |           |        |
| 2:30  |       |        |           |        |
| 3:00  |       |        |           |        |
| 3:30  |       |        |           |        |
| 4:00  |       |        |           |        |
| 4:30  |       |        |           |        |
| 5:00  |       |        |           |        |
| 5:30  |       |        |           |        |
| 6:00  |       |        |           |        |
| 6:30  |       |        |           |        |
| 7:00  |       |        |           |        |
| 7:30  |       |        |           |        |
| 8:00  |       |        |           |        |
| 8:30  |       |        |           |        |
| 9:00  |       |        |           |        |
| 10:00 |       |        |           |        |

|       | Viernes | Sábado | Domingo | Metas Semanales       |
|-------|---------|--------|---------|-----------------------|
| 8:00  |         |        |         | Vender Productos      |
| 8:30  |         |        |         | = ____ horas          |
| 9:00  |         |        |         | = ____ cc             |
| 9:30  |         |        |         |                       |
| 10:00 |         |        |         | Patrocinar a la gente |
| 10:30 |         |        |         | = ____ horas          |
| 11:00 |         |        |         | = ____ contactos      |
| 11:30 |         |        |         |                       |
| 12:00 |         |        |         | Desarrollar mi grupo  |
| 12:30 |         |        |         | = ____ horas          |
| 1:00  |         |        |         | = ____ contactos      |
| 1:30  |         |        |         |                       |
| 2:00  |         |        |         | Compromiso semanal    |
| 2:30  |         |        |         | = ____ horas          |
| 3:00  |         |        |         | = ____ contactos      |
| 3:30  |         |        |         |                       |
| 4:00  |         |        |         |                       |
| 4:30  |         |        |         |                       |
| 5:00  |         |        |         |                       |
| 5:30  |         |        |         |                       |
| 6:00  |         |        |         |                       |
| 6:30  |         |        |         |                       |
| 7:00  |         |        |         |                       |
| 7:30  |         |        |         |                       |
| 8:00  |         |        |         |                       |
| 8:30  |         |        |         |                       |
| 9:00  |         |        |         |                       |
| 10:00 |         |        |         |                       |

**Notes:**





# Banco de Memoria

|                         |                           |                         |                          |
|-------------------------|---------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Abogado                 | Diseñador Gráfico         | Modelos de Trenes       | Tienda de Alimentos      |
| Acolchado               | Doctor                    | Motocicleta             | Nutricionales            |
| Actor                   | Doctor Homeópata          | Músico                  | Tienda de Vestidos de    |
| Acupuntura              | Dueño de Concesión        | Navegación a Vela       | Novia                    |
| Aeromoza                | Ebanista                  | Notario Público         | Tipógrafo                |
| Agente de Seguros       | Electricista              | Nutricionista           | Útiles Escolares         |
| Agente de Viajes        | Empleo                    | Oficial de Gobierno     | Vehículos Acuáticos      |
| Agricultor              | Enfermera                 | Oficial de Préstamos    | Vehículos Recreacionales |
| Aire Acondicionado      | Escalada en Roca          | Óptometra               | Vendedor de Antigüedades |
| Ajustador de Seguros    | Escritor                  | Ortodoncista            | Venta de Autos/Repuestos |
| Albañil                 | Especialista de Belleza   | Panadero                | Venta de Llantas         |
| Alquiler de Carro       | Especialista de Impuestos | Paracaidismo            | Venta de Muebles         |
| Alquiler de Equipo      | Esquí                     | Pedicuro                | Venta de Ropa            |
| Anunciador de la Radio  | Estenógrafo               | Peluquero               | Ventas                   |
| Anunciador de la TV     | Exterminador de Insectos  | Periodista              | Ventas de Alarmas        |
| Apicultor               | Farmacéuta                | Perito Tasador          | Ventas de                |
| Arquitecto              | Fisioterapia              | Personal de Hotel       | Electrodomésticos        |
| Artista                 | Florista                  | Pesca                   | Ventas de Computador     |
| Asistente Dental        | Fondos de Inversión       | Piloto de Aviación      | Ventas de Cosméticos     |
| Astrólogo               | Mobiliaria                | Planificador de Bodas   | Ventas de Vehículos      |
| Ayudas para Oír         | Football Americano        | Planificador Financiero | Recreacionales           |
| Banca                   | Fotógrafo                 | Plomero                 | Veterinario              |
| Baseball                | Fútbol                    | Podólogo                | Vivero                   |
| Basketball              | Galería de Arte           | Programador de          |                          |
| Bicicleta               | Gerente de Propiedades    | Computador              |                          |
| Boleador                | Golf                      | PTO                     |                          |
| Bombero                 | Grabador de Trofeos       | Publicidad              |                          |
| Caballos                | Guardería Infantil        | Quiropráctico           |                          |
| Calefacción             | Guardia de Seguridad      | Racquetball             |                          |
| Cajero de Banco         | Guía de Turismo           | Reparación de Aparatos  |                          |
| Camarero de Bar         | Hockey                    | Eléctricos              |                          |
| Camionero               | Imposición del            | Representante de Ventas |                          |
| Carnicero               | Cumplimiento de la Ley    | Residencia Canina       |                          |
| Carpintero              | Instalación de Pisos      | Rodeo                   |                          |
| Casa Editorial          | Instructor de Aeróbicos   | Sastre                  |                          |
| Casa Funeraria          | Instructor de Danza       | Seguro de Salud         |                          |
| Cerrajero               | Jardín Infantil           | Servicio de Alimentos   |                          |
| Chofer de Bus           | Jefe de Cocina            | Sicólogo                |                          |
| Científico              | Joyero                    | Softball                |                          |
| Cirujano                | Karaoke                   | Subastador              |                          |
| Club de Ejercicios      | Karate                    | Submarinismo            |                          |
| Comerciante de Libros   | Lavado en Seco            | Suministro de Útiles de |                          |
| Compañero de Equipo     | Líder de Iglesia          | Oficina                 |                          |
| Contable                | Limpiador de Alfombras    | Suministro de Equipo    |                          |
| Deportivo               | Maestro                   | Médico                  |                          |
| Consejero Matrimonial   | Manicurista               | Surfing                 |                          |
| Consultor de Negocios   | Mantenimiento de Piscina  | Tapicero                |                          |
| Contador                | Máquinas de Oficina       | Taxista                 |                          |
| Cuidado de Ancianos     | Maratón                   | Técnico de Cable de TV  |                          |
| Cuidado de Jardines     | Mecánico de Autos         | Teléfonos               |                          |
| Cuidado de Mascotas     | Medicina de Deportes      | Tenis                   |                          |
| Cuidado de Niños        | Mesero/Mesera             | Terapeuta de Aroma      |                          |
| Decorador de Interiores | Meteorólogo               | Terapeuta de Masajes    |                          |
| Dentista                | Miembros de Clubes        | Tienda                  |                          |
| Diseñador de Jardines   | Miembros de Iglesia       | Tienda de Aficionados   |                          |







