



SALUD Y LIBERTAD

El camino a la independencia

USANA[®]
HEALTH SCIENCES

LOS PUNTOS CLAVES QUE TRATAREMOS

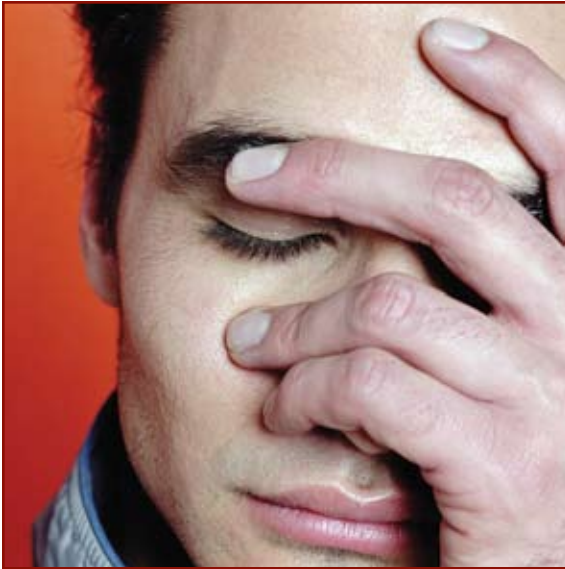


PUNTOS CLAVES

- LA REALIDAD ACTUAL
- INDUSTRIA Y TENDENCIAS
CAPITALIZAR DE LA SIGUIENTE
INDUSTRIA EN GENERAR
TRILLONES DE DÓLARES

- USANA HEALTH SCIENCES
APRENDA EN CUANTO A LA
MANERA MÁS PODEROSA DE
LOGRAR SALUD Y LIBERTAD
- CAPACITACIÓN Y APOYO
- EL MOMENTO ADECUADO

LA REALIDAD ACTUAL



UN SINNÚMERO DE PERSONAS NO PUEDEN DORMIR PREOCUPADAS CON LOS PROBLEMAS DE DINERO.

- La deuda promedio personal por hogar es de \$84,454.*¹
- La mayoría de la gente vive de cheque a cheque.
- 34,6 millones de personas viven en la pobreza.²
- Mucha gente trabaja entre cuatro y seis meses del año solamente para pagar impuestos.
- Los padres no tienen suficiente tiempo para disfrutar con sus hijos.

1. *USA Today*, Octubre 2004

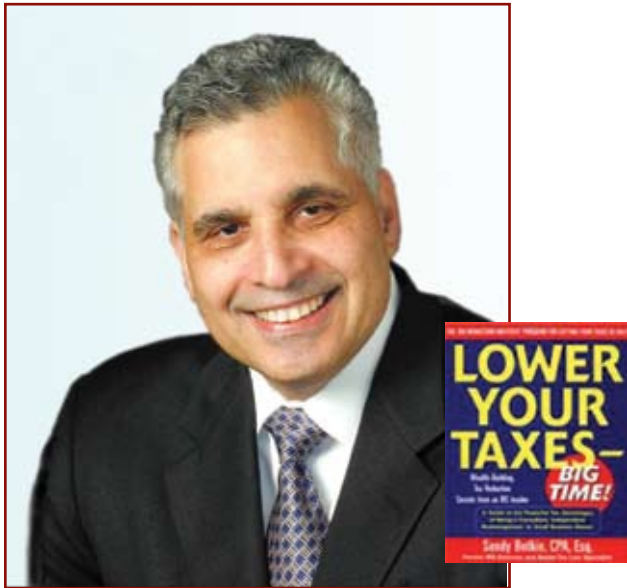
2. Departamento de Censo de los EE.UU., 2002

*En dólares estadounidenses

HAY UNA MEJOR MANERA...

LA RESPUESTA ES TENER SU PROPIO NEGOCIO BASADO EN EL HOGAR

UN NEGOCIO BASADO EN EL HOGAR OFRECE:



- NO TIENE EMPLEADOS
- NO TIENE UN JEFE NI UN HORARIO DE TRABAJO O SITIO DE TRABAJO FIJOS
- ALTO POTENCIAL DE GANANCIAS
- VENTAJAS TRIBUTARIAS POTENCIALES

“Un mejor futuro. . .la oportunidad financiera que tiene al iniciar su propio negocio. Todas las personas que pagan impuestos en los EE.UU. que tienen un trabajo de tiempo completo y que adicionalmente no tienen un negocio propio probablemente pagan más impuestos de lo que deberían, alrededor de \$3.000* a \$9.000* al año.”

—Sandy Botkin, Ex-abogado sobre asuntos impositivos para el IRS,
Contador Público Certificado, fundador de TRI

* En dólares estadounidenses

LO QUE SIGNIFICA EL MERCADEO DE RED PARA USTED

GANANCIAS DE CANAL PARA USTED

MERCADEO DE RED vs MERCADEO TRADICIONAL

HASTA **75** POR CIENTO

FABRICANTE

- ELIMINE EL INTERMEDIARIO
- RECIBA UN GENEROSO PORCENTAJE DE LAS GANANCIAS

CLIENTE

DISTRIBUIDOR NACIONAL

DISTRIBUIDOR REGIONAL

DISTRIBUIDOR LOCAL

VENTAS AL POR MENOR

PUBLICIDAD

ELIMINE AL INTERMEDIARIO

EL MERCADEO DE RED OFRECE:

- Participación en una industria que ha alcanzado su madurez
- Bajo costo inicial
- Capacitación y apoyo continuo
- Un negocio internacional que puede operar desde su casa
- Tiempo aprovechado al máximo, ingreso residual
- Interesantes oportunidades

EL MERCADEO DE RED HA ALCANZADO SU MADUREZ

¿SABÍA UD. QUE MÁS DE 50 MILLONES DE PERSONAS ACTUALMENTE PARTICIPAN DEL MERCADEO DE RED? LA INDUSTRIA ESTÁ ALCANZANDO LOS CIEN MIL MILLONES EN INGRESOS POR VENTAS MAYORISTAS, CASI \$29,5 MIL MILLONES EN LOS ESTADOS UNIDOS SOLAMENTE.¹

1. www.wfdsa.org



“Creo que el mercadeo de red ha madurado. No se puede negar que se ha convertido en la forma viable de crear empresas y ofrecer independencia a millones de personas.”

—Dr. Stephen R. Covey,
entrevista con Network Marketing Lifestyles

LAS TENDENCIAS PRINCIPALES DEL MERCADO ACTUAL: SALUD Y BIENESTAR

POR MÁS DE 60 AÑOS, LOS “BABY BOOMERS” HAN DICTADO LAS TENDENCIAS DEL MERCADO



1945

COMIDA PARA
BEBÉS Y
PAÑALES

1955

CONSTRUCCIÓN
DE ESCUELAS
PRIMARIAS

1965

CADENAS
DE COMIDA
RÁPIDA

1985

INDUSTRIA
INMOBILIARIA

1995

TIENDAS QUE
OFRECEN
GRANDES
DESCUENTOS

2010

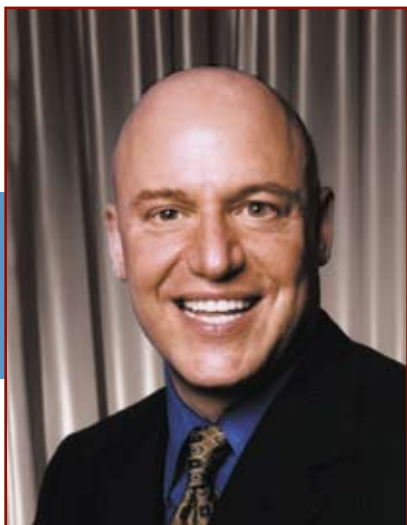
SALUD Y BIENESTAR

LOS “BABY BOOMERS” PERTENECEN AL GRUPO DE PERSONAS NACIDAS ENTRE LOS AÑOS 1946 Y 1964, Y CONSTITUYEN UN TERCIO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL.

LA SALUD Y EL BIENESTAR EN LA ACTUALIDAD ES ALGO QUE PERMANECERÁ

- Desean verse siempre jóvenes
- Desean perder peso y sentirse sanos
- Les interesa mantener una salud óptima
- Desean reducir la apariencia de la vejez
- Continuarán siendo una fuerte tendencia impulsora para las futuras generaciones

SEA PARTE DE LA SIGUIENTE INDUSTRIA EN CREAR TRILLONES DE DÓLARES: SALUD Y BIENESTAR



“Cuando pienso en el año 2010, veo claramente negocios alcanzando mil de billones de dólares solamente con el crecimiento de productos y servicios existentes en el sector del bienestar y eso no incluye nuevos productos y servicios que se encuentran actualmente en el laboratorio y que saldrán pronto al mercado.”

–Paul Zane Pilzer, escritor “best seller”, empresario, economista asesor durante dos administraciones presidenciales, ex comentarista para National Public Radio y CNN, educador en NYU y pronosticador de tendencias

¿POR QUÉ HAY TANTA GENTE PREOCUPADA POR LAS ENFERMEDADES DEGENERATIVAS?

LA SALUD ES LA TENDENCIA PREDOMINANTE DEL MERCADO EN LA ACTUALIDAD

A comienzos del Siglo XX, las enfermedades infecciosas eran la causa principal de muerte prematura en el mundo, tales como:

- la difteria
- la gripe
- la tuberculosis
- la neumonía



Hoy en día, la causa principal de muerte prematura son las enfermedades degenerativas:

- Enfermedades cardíacas (17 millones)
- Cáncer (8,6 millones)
- Apoplejía (5,5 millones)
- Enfermedades respiratorias (3,7 millones)
- Diabetes (990.000)

SEGÚN LOS EXPERTOS MÁS DESTACADOS:

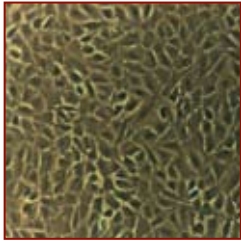
CASI 1 BILLÓN SUFRE DE ALTA PRESIÓN SANGUÍNEA
300 MILLONES DE PERSONAS SON OBESAS
177 MILLONES DE PERSONAS PADECEN DE DIABETES
165 MILLONES DE PERSONAS PADECEN DE ARTRITIS
150 MILLONES DE PERSONAS PADECEN DE ASMA

Fuentes: World Health Organization, Lifeclinic.com, asthma.com, the International Diabetes Foundation

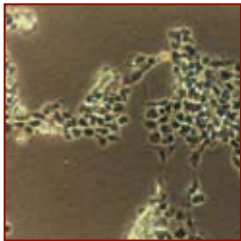
SE ANTICIPA QUE TREINTA Y TRES POR CIENTO DE LOS NIÑOS NACIDOS EN LOS ESTADOS UNIDOS ACTUALMENTE DESARROLLARÁN DIABETES TIPO 2. PARA LOS NIÑOS DE RAZA NEGRA E HISPANOS, EL NÚMERO AUMENTA AL 50 POR CIENTO.

LA BATALLA DENTRO DE NUESTRO ORGANISMO

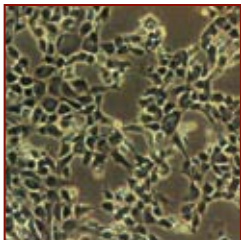
LAS CÉLULAS DE NUESTRO ORGANISMO LUCHAN POR PERMANECER SANAS A LA VEZ DE SER ATACADAS POR LOS RADICALES LIBRES.



Cultivo de células humanas saludables



Células dañadas después de agregar productos digeridos de una comida grasienta



Las mismas células cuando se incorporan los mecanismos antioxidantes



LOS RADICALES LIBRES SON EL PRODUCTO DEL:

- **ESTRÉS**
- **LA RADIACIÓN SOLAR**
- **LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA**
- **LOS AGENTES TÓXICOS EN EL AGUA**
- **LA DISMINUCIÓN DE NUTRIENTES EN LOS ALIMENTOS**

¿VAMOS A DEJAR QUE LAS ENFERMEDADES DEGENERATIVAS GANEN ESTA BATALLA O DOTAREMOS A NUESTRAS CÉLULAS DE LOS NUTRIENTES QUE NECESITAN?

¿RECIBIMOS TODOS LOS NUTRIENTES QUE NECESITAMOS?

La USDA realizó una encuesta de 16.000 estadounidenses y ni siquiera una persona obtiene 100 por ciento de los nutrientes esenciales, tales como el magnesio, la vitamina E y el zinc.¹ De igual manera, los niños y los adolescentes tampoco obtienen suficientes nutrientes esenciales tales como el folato, la vitamina C y el calcio.²

1. Nutrition Today

2. USDA Nutrition Assistance Program Report Series CN-01-CD1

Tenga en cuenta lo que debe ingerir para recibir una cantidad óptima de 400 UI de vitamina E, uno de los agentes antioxidantes más poderosos para erradicar los radicales libres:

ALIMENTOS	PARA OBTENER 400 UI
Espinacas	33 lbs. (15 Kg.)
Semillas de girasol	1,2 lbs. (544,3 g)
Germen de trigo	5,2 lbs. (2.5 Kg.)
Almendras	2,2 lbs. (1 Kg.)
Aceite de alazor	1 cuarto (0,9 litros)



¿USAMOS LOS SUPLEMENTOS COMO UNA SOLUCIÓN?

SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

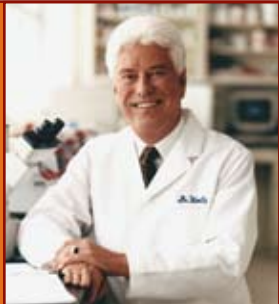
“Casi un 70% de las personas en los Estados Unidos ingieren suplementos—en su mayoría vitaminas—para mejorar su salud.”

—*Tufts e-news, abril 2003*

¿ESTÁ SATISFECHO CON LO QUE RECIBE A CAMBIO DE LO QUE COMPRA?

En un estudio en el Hospital Yale New Haven de 257 productos vitamínicos analizados, se determinó que solamente 49 de ellos contenían los porcentajes adecuados de nutrientes.

1. *Journal of the American Dietetic Association*, 1987, volume n87, p.341



“Los suplementos alimenticios disponibles en el mercado no son capaces de proporcionar al organismo los elementos nutritivos y protectores que las células necesitan.”

—*Dr. Myron Wentz*

USANA HEALTH SCIENCES— LA VISIÓN DE UN HOMBRE

- **MYRON WENTZ, Ph.D.**

Microbiología, Immunología

Premio de Ernst & Young al Empresario del Año 2003, para el estado de Utah

- **GULL LABORATORIES**

Fundado en 1972

Líder mundial en la tecnología del cultivo de células humanas y diagnóstico médico

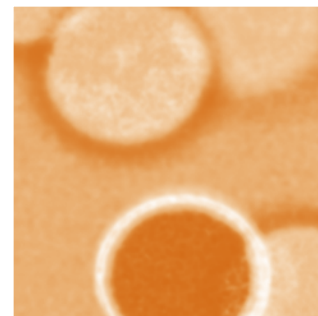
- **EXPERTO EN LA REPRODUCCIÓN DE CÉLULAS**

Entiende los requerimientos nutricionales para la célula humana

- **CAMBIO EN LA INVESTIGACIÓN**

De diagnóstico de enfermedades a mantenimiento de la salud

- **FUNDÓ USANA HEALTH SCIENCES, 1992**



VISIÓN DE USANA—Elaborar los productos de la más alta calidad sin comprometer su integridad. Productos en los que las personas pueden confiar—lo que indica la etiqueta es lo que está dentro del frasco. Ofrecer productos que proporcionen una máxima biodisponibilidad para mejorar la salud mundial y dar a todos la oportunidad de una mejor calidad de vida.

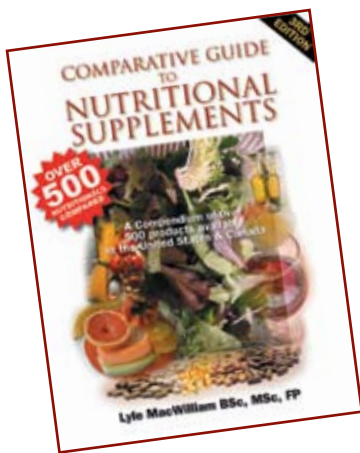
LA DIFERENCIA USANA—PRODUCTOS NUTRICIONALES EN LOS QUE PUEDE CONFIAR

- Adherirse voluntariamente a las buenas prácticas de manufactura (GMP) a nivel farmacéutico
- Ofrece una potencia garantizada 100%
- Ofrece una garantía de \$ 1 millón que es seguro para el consumo de los atletas
- Ingredientes de la mejor calidad
- Fórmulas balanceadas, basadas en la ciencia
- Equipo acreditado de expertos científicos
- Excepcional planta de elaboración



LOS ESSENTIALS DE USANA FIGURARON COMO EL PRODUCTO N° 1 EN LOS ESTADOS UNIDOS

- EL SUPLEMENTO MÁS COMPLETO Y MEJOR BALANCEADO DEL MERCADO
- **Olivol**®—EXTRACTO DE OLIVA, PATENTADO POR LOS CIENTÍFICOS DE USANA Y UTILIZADO EXCLUSIVAMENTE EN LOS PRODUCTOS DE USANA
- NO ENCONTRARÁ OTRO IGUAL QUE CONTENGA LA CANTIDAD DE MECANISMOS ANTIOXIDANTES QUE OFRECE
- NUTRICIÓN PARA TODAS LAS GENERACIONES



Se muestra el producto para EE.UU.

Las afirmaciones que aparecen en esta publicación no han sido evaluadas por la Dirección de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (FDA). Estos productos no tienen el cometido de diagnosticar, tratar, curar ni prevenir enfermedades.

USANA® NUTRITIONALS



“Después de seis años de investigación y haber evaluado miles de suplementos, he concluido que los productos de USANA establecen el patrón de oro en calidad nutricional.”

—*Lyle MacWilliam, Bsc, MSc, FP Ex miembro del Parlamento Canadiense y miembro de la Asamblea legislativa para British Columbia*



Se muestra el producto para EE.UU.

ALTERNATIVAS SALUDABLES— USANA® MACRO-OPTIMIZERS

- BAJO CONTENIDO GLICÉMICO
- EXCELENTE CON EL DESAYUNO O EL ALMUERZO
- ES UNA MEJOR OPCIÓN DE BOCADILLOS
- BUENA FUENTE DE MACRONUTRIENTES DE ALTA CALIDAD
- BARRAS Y BEBIDAS DE UN SABOR EXQUISITO
- REDUCE SUS DESEOS DE CONSUMIR CARBOHIDRATOS Y LE AYUDA A MANTENER UN PESO SALUDABLE



Con el programa de RESET™ alto en fibra adoptará hábitos más saludables en las comidas. Es la manera ideal de restaurar su organismo y tener control de su dieta.

Las afirmaciones que aparecen en esta publicación no han sido evaluadas por la Dirección de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (FDA). Estos productos no tienen el cometido de diagnosticar, tratar, curar ni prevenir enfermedades.



SENSÉ® — LA BELLA CIENCIA

los BÁSICOS

El programa de 3 pasos para gozar de una piel saludable

1
limpie



2
tonifique



3
revitalice



sensé
beautiful science™

LA LINEA DE
CUIDADO PARA
LA PIEL DE MÁS
ALTA CALIDAD
QUE COMBINA
LA NUTRICIÓN,
DERMATOLOGÍA Y
CIENCIA.

los POTENCIADORES

Soluciones enfocadas en las necesidades individuales de la piel



sensé splash!™

Productos de cuidado personal para toda la familia

TECNOLOGÍA
EXCLUSIVA Y DE
AUTOCONSERVACIÓN
EN CADA
PRODUCTO SENSÉ.



APROBADA POR LOS MÉDICOS



“Me fascina la integridad de la gente que hace el trabajo de investigación en USANA para nosotros...he visto increíbles resultados en mis amigos, pacientes y en mi propia familia.”

—Christine Wood, MD, Pediatra,
Directora de la Junta de Asesoramiento Médico de USANA



Ladd McNamara,
M.D.



Bart Moore, M.D.,
MPH, FAAFP



Peter W. Rugg,
M.D., FACEP



Ray Strand, M.D.,
Práctica familiar



Monica Lewis, M.D.,
ChB, Práctica familiar



M. Ricardo Calderón,
M.D., MPH,
Global Public Health

Los productos de USANA aparecen en la *Physicians' Desk Reference* (PDR) y en el *Compendium of Pharmaceuticals and Specialties* (CPS).

“Como médico, creo totalmente en los productos que aparecen en la PDR.”

—Wen Chi Wu,
M.D.



EN BUENA COMPAÑÍA CON USANA HEALTH SCIENCES



“USANA hizo una gran diferencia que ayudó a que ganara la medalla de oro y batiera el récord mundial en los Juegos Olímpicos de Invierno 2002.”

—Derek Parra

dos veces ganador de la medalla olímpica, patín-carrera, Estados Unidos

“La familia USANA se ha vuelto mi equipo. Juntos haremos una diferencia en lo que causa mayor impacto en la gente, su salud.”

—Jennifer Azzi

medalla olímpica de oro, ganadora del Naismith Award y destacado desempeño en la WNBA



“¿Dónde más podría encontrar una oportunidad como la que USANA ofrece?”

—Don Beebe

campeón del Super Bowl, fundador y presidente de “House of Speed”

JoAnn Dahlkoetter, Ph.D.

Escritor “best-seller”, atleta de nivel mundial, psicólogo de los deportes y asesor de rendimiento, miembro del plantel médico en Stanford University Medical Center

Glen Redd

Jugó en la NFL para los New Orleans Saints

Richelle Lund

Entrenador de los atletas de la NBA y WNBA, experto nutricional

Grant Connell

Director ejecutivo de Tennis BC, capitán no jugador del equipo de la Copa Davis de Canadá

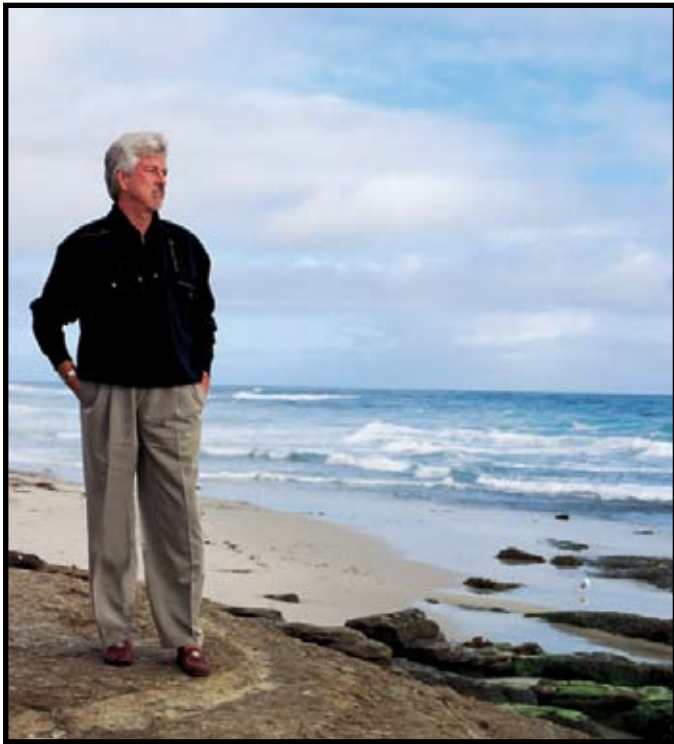
Lynda Cannell

Directora ejecutiva del Sport Medicine Council de British Columbia

Arif Khatib

Fundador y presidente del “African American Ethnic Sports Hall of Fame”

LA VISIÓN DE UN HOMBRE

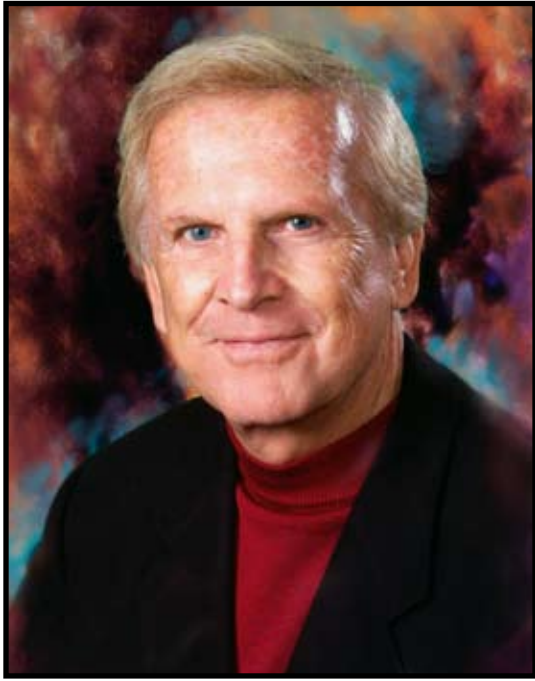


“Sueño con un mundo despojado del dolor y sufrimiento. Sueño con un mundo sin enfermedades. La familia USANA será la familia más saludable de la tierra.

Compartan mi visión. Amen la vida y vívanla en toda su plenitud, en felicidad y salud.”

—*Dr. Myron Wentz, Fundador y Director,
USANA Health Sciences*

USANA: LA PREFERIDA DEL CONSUMIDOR



“USANA cuenta con mi apoyo porque combina la visión más interesante y el poder del trabajo en equipo con los mejores productos. Cuenta con un liderazgo de la más alta integridad y enfoque en los avances entre las principales corporaciones multinacionales con las que he trabajado. Lo invito a usted a considerar más seriamente esta interesante oportunidad.”

—*Denis Waitley, Ph.D.,
Entrenador de los atletas del “Super Bowl” y los Juegos Olímpicos, los
astronautas de la nave Apolo y los ejecutivos “Fortune 500”*

**LA ELECCIÓN N°1 DE LA GENTE
(1997-2006)**



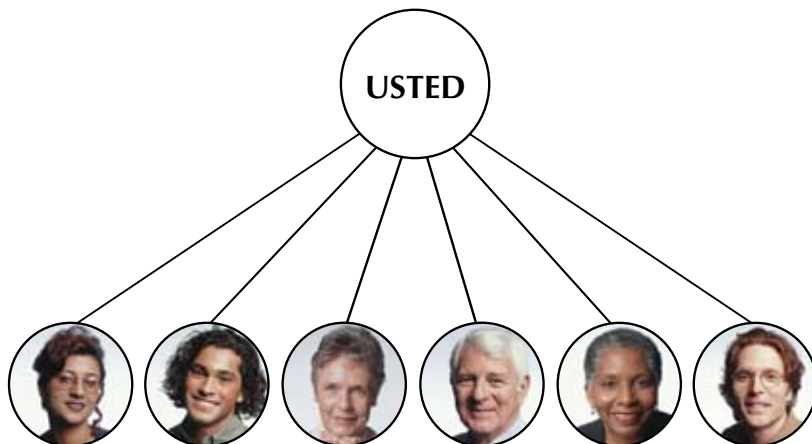
**EL PLAN DE COMPENSACIÓN BINARIA TAMBIÉN HA FIGURADO EN PRIMER LUGAR
COMO EL PREFERIDO DE LA GENTE (PEOPLE'S CHOICE).**

POR QUÉ LA GENTE PREFERE EL SISTEMA BINARIO

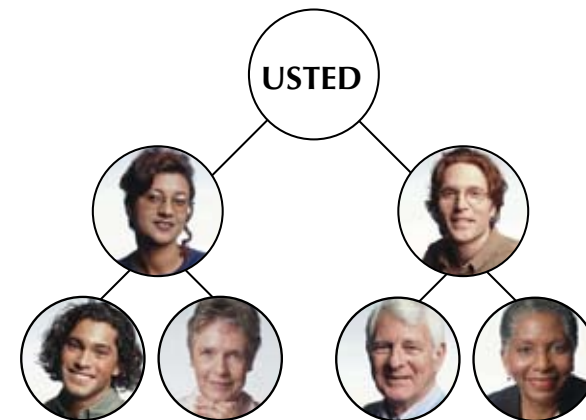
MERCADEO DE RED TRADICIONAL

CON 6 PERSONAS...

MERCADEO DE RED MODERNO



VS.



- LAS PERSONAS SE COLOCAN EN LA LÍNEA DE FRENTE
- LAS COMISIONES SE PAGAN MENSUALMENTE
- EL VOLUMEN NO ES TRANSFERIBLE
- ES DIFÍCIL DE EXPLICAR Y ENTENDER
- SE PAGA Y LIMITA A NIVELES

- BASADO EN EL “PODER DE DOS”
- LAS COMISIONES SE PAGAN SEMANALMENTE
- EL VOLUMEN SIN PAGAR SE PUEDE TRANSFERIR CADA SEMANA*
- SIMPLE DE EXPLICAR Y ENTENDER
- SE PAGA SOBRE EL VOLUMEN DE VENTAS
- EL MISMO PLAN DE COMPENSACIÓN EN TODO EL MUNDO
- REINGRESOS ILIMITADOS

* El volumen de ventas no pagado hasta 5.000 puntos se transfiere semanalmente, siempre y cuando usted se mantenga activo.

PLAN DE COMPENSACIÓN DE USANA

PRESENTE USANA A SUS CLIENTES E INSCRIBA A OTROS ASOCIADOS PARA QUE HAGAN LO MISMO.

Figura 1

EL PATROCINADOR LO/LA COLOCA A USTED A LA DERECHA O IZQUIERDA

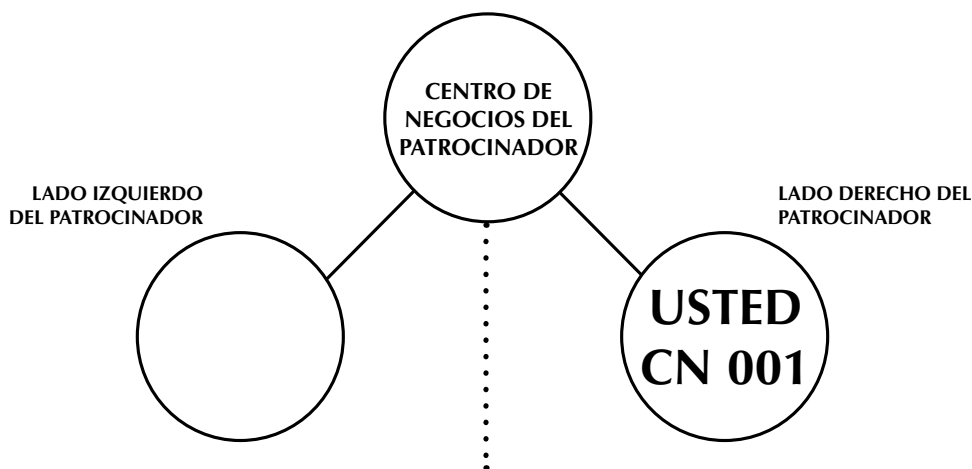
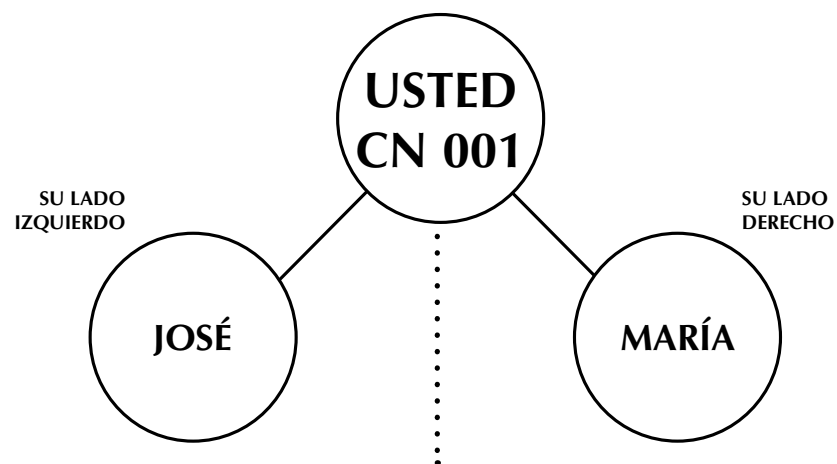


Figura 2

ACTIVE UN CENTRO DE NEGOCIOS



El ingreso promedio para los Asociados en Norte América en el 2005 fue de \$873.41. Las ganancias indicadas en esta documentación no representan necesariamente el ingreso, si existiera alguno, que un Asociado de USANA podría llegar a obtener al participar en el Plan de Compensación de USANA. Las cifras que se muestran en esta presentación no se deberían considerar como una garantía o proyección de sus ganancias reales. Toda representación o garantía de ganancias que podrían obtenerse son inadecuadas. El éxito con USANA sólo proviene del éxito en las ventas, para lo cual necesita trabajar con diligencia y liderazgo. Su éxito dependerá de la efectividad con que demuestre estas cualidades.

PLAN DE COMPENSACIÓN DE USANA

Figura 3

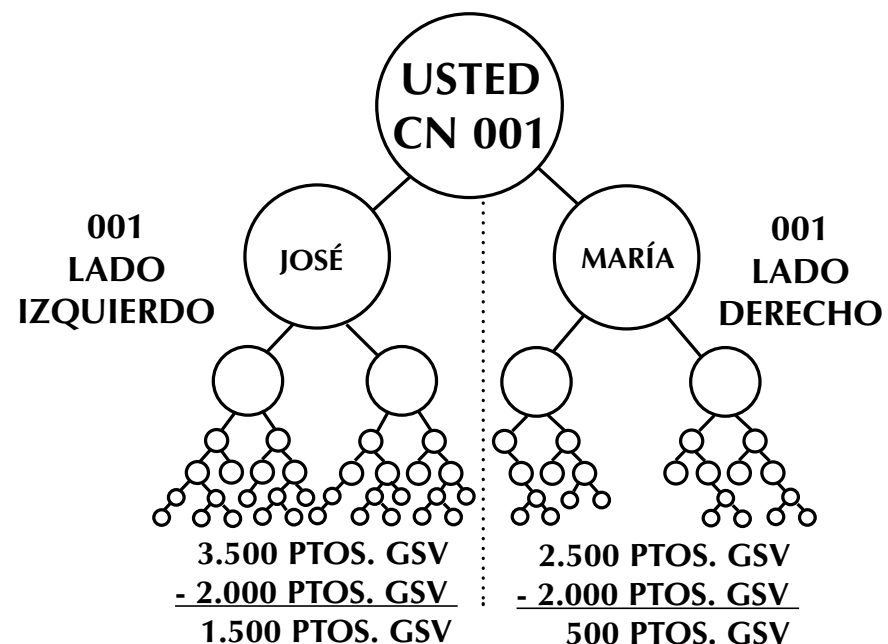
USTED RECIBE COMISIONES*

**TABLA DE PAGO DE COMISIONES
LOS PAGOS SE BASAN EN DÓLARES
ESTADOUNIDENESES**

PUNTOS POR VOLUMEN DE LAS COMPRAS DE GRUPO (VCG)		PUNTOS DE COMISIONES
IZQUIERDA	DERECHA	
250	250	40
500	500	100
1.000	1.000	200
2.000	2.000	400
3.000	3.000	600
4.000	4.000	800
5.000	5.000	1.000

Figura 4

SOBRANTE AL PERÍODO SIGUIENTE†



SOBRANTE AL PERÍODO SIGUIENTE=1.500 IZQUIERDA 500 DERECHA
TOTAL DE PUNTOS DE COMISIÓN = 400 PTOS.

*Las comisiones se ganan en base a las ventas de su organización.

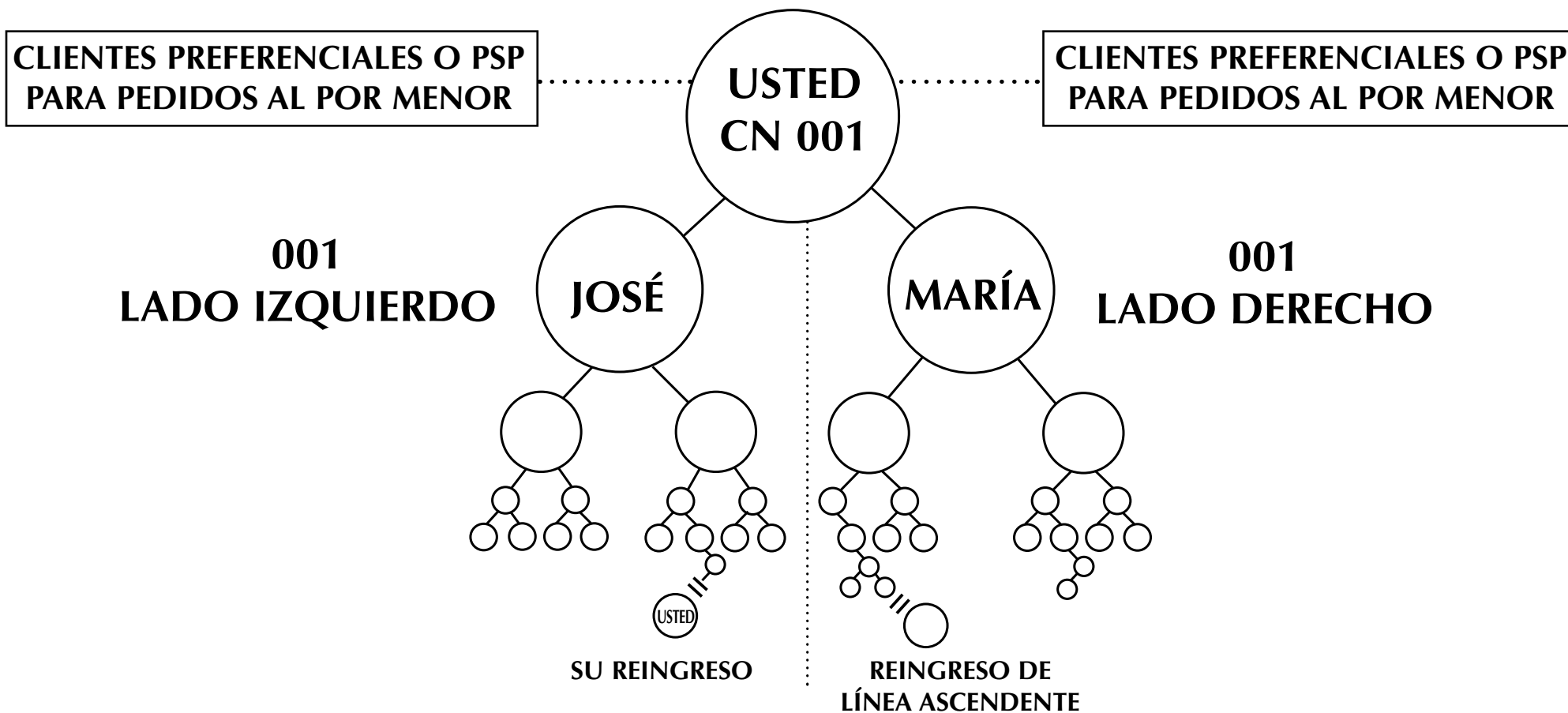
†Se puede transferir el volumen de ventas de grupo de hasta 5.000 puntos.

PLAN DE COMPENSACIÓN DE USANA

SU PROPIO ÉXITO AYUDA AL ÉXITO DE LOS DEMÁS.

Figura 5

CLIENTES PREFERENCIALES Y REINGRESO



GANANCIAS SEMANALES CON UNA COMBINACIÓN DE BONIFICACIONES DE LIDERAZGO DEL 3%

INGRESOS HIPOTÉTICOS DE 185 DÓLARES POR PARTICIPACIÓN

CATEGORÍA	#C.N. PARTICIPACIÓN		MÍNIMO SEMANAL		
			BONOS	COMISIÓN	TOTAL
DIRECTOR ORO	1 (1)	1	\$185*	\$1.000	\$1.185
DIRECTOR RUBÍ	2 (1+2)	3	\$555	\$2.000	\$2.555
DIRECTOR ESMERALDA	3 (1+2+3)	6	\$1.115	\$3.000	\$4.110
DIRECTOR DIAMANTE	4 (1+2+3+4)	10	\$1.850	\$4.000	\$5.850
DIRECTOR 1 ESTRELLA	5 (1+2+3+4+5)	15	\$2.775	\$5.000	\$7.775
DIRECTOR 2 ESTRELLAS	6 (1+2+3+4+5+6)	21	\$3.885	\$6.000	\$9.885
DIRECTOR 3 ESTRELLAS	7 (1+2+3+4+5+6+7)	28	\$5.180	\$7.000	\$12.180
DIRECTOR 4 ESTRELLAS	8 (1+2+3+4+5+6+7+8)	36	\$6.660	\$8.000	\$14.660
DIRECTOR 5 ESTRELLAS	9 (1+2+3+4+5+6+7+8+9)	45	\$8.325	\$9.000	\$17.325
DIRECTOR 6 ESTRELLAS	10 (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	55	\$10.175	\$10.000	\$20.175
DIRECTOR 7 ESTRELLAS	11 (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	66	\$12.210	\$11.000	\$23.210
DIRECTOR 8 ESTRELLAS	12 (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	78	\$14.430	\$12.000	\$26.430

Las ganancias indicadas en esta documentación no son necesariamente representativas del ingreso, si lo hubiera, que un Distribuidor pudiera obtener mediante su participación en el Plan de Compensación de USANA. Estas cifras no deben considerarse como garantías ni proyecciones de sus ganancias o ingresos actuales. Toda representación o garantía de ganancias podría malinterpretarse. El éxito con USANA proviene solamente de los esfuerzos de las ventas exitosas, que requieren gran dedicación, diligencia y liderazgo. Su éxito dependerá de cuan efectivamente usted ejercite esas cualidades. El Distribuidor promedio ganó \$873.41 en 2005. Los valores de las acciones fluctuaron entre \$150 dólares y \$225 en 2006, con un valor promedio de \$185.

LOS ASOCIADOS DE USANA GENERAN UN INGRESO RESIDUAL

CÓMO MANTENER SU NEGOCIO ACTIVO:

- 1 Centro de Negocios = 100 Puntos de Volumen Personal cada cuatro semanas*
- Centros de Negocios Múltiples = 200 Puntos de Volumen Personal cada cuatro semanas*

HAGA SUS PEDIDOS POR AUTOENVÍO:

- 10% de descuento de los precios mayoristas
- El programa de Autoenvío crea un negocio repetido y conveniente
- Los pedidos de productos se envían automáticamente a usted y a sus clientes cada cuatro semanas

*Los Puntos de Volumen Personal son el producto de las ventas a sus clientes e incluyen productos adquiridos para su consumo personal.

CUATRO PASOS SIMPLES

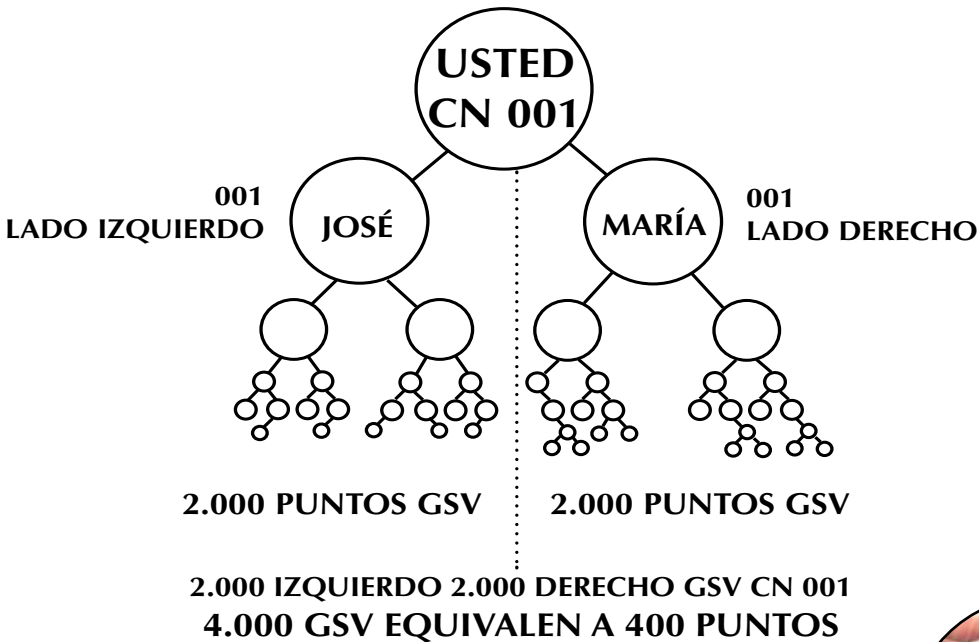
1. INSCRÍBASE ADQUIRIENDO UN SISTEMA DE DESARROLLO EMPRESARIAL / E-BDS

2. ACTIVE UNO O TRES CENTROS DE NEGOCIOS

Figura 6

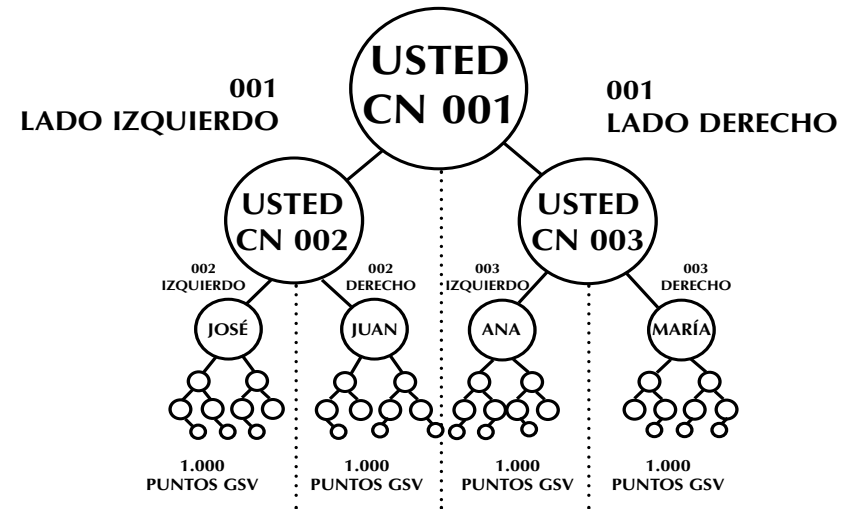
1 CENTRO DE NEGOCIOS

POTENCIAL DE INGRESOS DE 52.000 DÓLARES/AÑO. EE.UU.*
INGRESO DIRECTO GENERADO POR VOLUMEN DEL GRUPO



3 CENTROS DE NEGOCIOS

POTENCIAL DE INGRESOS DE 156.000 DÓLARES/AÑO. EE.UU.*
INGRESO BALANCEADO SEGÚN EL VOLUMEN DEL GRUPO



2.000 IZQUIERDO 2.000 DERECHO GSV CN 001= 400 PUNTOS
1.000 IZQUIERDO 1.000 DERECHO GSV CN 002= 200 PUNTOS
1.000 IZQUIERDO 1.000 DERECHO GSV CN 003= 200 PUNTOS
4.000 DE GSV EQUIVALEN A 800 PUNTOS

*No incluye bonificaciones ni reingresos.



3. ¿A QUIÉN CONOCE?

4. DÉJESE ENSEÑAR

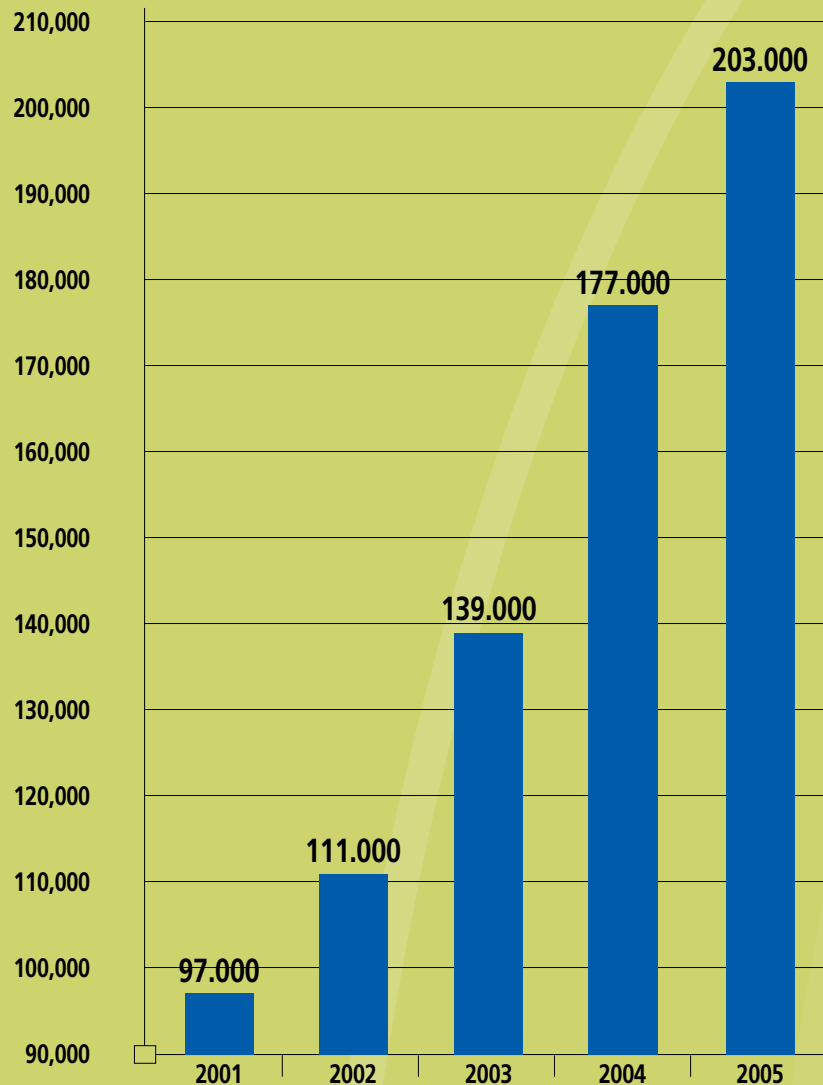
CAPACITACIÓN Y APOYO—EN NEGOCIOS POR SU CUENTA, PERO NO SOLO



- Sitio web de USANA—www.usana.com
- Administración de la línea descendente
- Registro de impuestos en línea
- Publicaciones profesionales
- Herramientas efectivas de desarrollo de negocios
- Un ambiente interesante con incentivos, concursos y oportunidades para viajar
- Llamadas de conferencia semanales
- Sistema de Desarrollo de Negocios o e-BDS
- Capacitación profesional
- Eventos de capacitación espectaculares
- Celebraciones USANA
- Convenciones internacionales
- Sitio Web personal
- Consejo de Distribuidores Independientes: una voz unificada que trabaja en asociación con el equipo administrativo de USANA para proteger los intereses comerciales de todos los Asociados

NO PODRÍA HABER UN MEJOR MOMENTO

CLIENTES ACTIVOS TOTALES



USANA: LÍDER DE LA INDUSTRIA

- El suplemento nutricional N°1 en América del Norte
—*Guía Comparativa de Suplementos Nutricionales*, 2004
- Figura en 5° lugar en la “Lista de las mejores 200 empresas pequeñas” (N° 1 en nuestra industria)
—*Forbes*, Noviembre 2005
- La mejor compañía de mercadeo de red
—*MLM Insider*, 1997–2006
- El mejor complemento alimenticio
—*Premio al Mejor del Estado*, 2003, 2004, 2006
- Apareció en la “Pantalla de Acciones Inteligentes/Expertos de la eficiencia”, *The Wall Street Journal*'s
—*The Wall Street Journal*, 20 de abril de 2006
- La principal compañía de mercadeo de red en la “Lista Anual de las 100 Compañías de más Rápido Crecimiento”
—*Business Week*, 2004–2005
- Más de 75 Distribuidores han pasado a ser miembros del prestigioso Club del Millón de Dólar
—*El Club del Millón de Dólares*, 2006
- USANA apareció en la revista *Success From Home*
—*Noviembre*, 2006

LIBERTAD FINANCIERA CON USANA



Nombre: Shanna y Matt Ryan
Historial de trabajo: Contratista de arquitectura paisajista
Residencia: Texas, EE.UU.



Nombre: Eurich International Company
Historial de trabajo: empresario
Residencia: California, EE.UU.



Nombre: Seta Der Artinian y Hubert Krause
Historial de trabajo: Entrenadores de mercadeo de red profesional
Residencia: Québec, Canada



Nombre: Peter y Jean Cheung
Historial de trabajo: ex desarrollador de software, propietario de una firma dedicada a la ley
Residencia: British Columbia, Canada



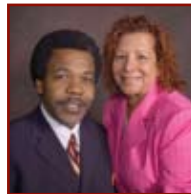
Nombre: Susan Waitley
Historial de trabajo: ex diseñadora, propietaria de un servicio de comidas y ama de casa
Residencia: California, EE.UU.



Nombre: Daniel y Dr. Paige Hunter
Historial de trabajo: empresarios internacionales
Residencia: Texas, EE.UU.



Nombre: Mario y Tina Martucci
Historial de trabajo: ex ingeniero de robotics, directora de modas
Residencia: Ontario, Canada



Nombre: Anthony y Cristobalina Wingham
Historial de trabajo: Compositor de música y productor, pastor y asesor
Residencia: California, EE.UU.



Nombre: Stephen Daniel
Historial de trabajo: empresario/ propietario de una concesionaria de autos
Residencia: Texas, EE.UU.



Nombre: Deanna y Dave Waters
Historial de trabajo: director/ productor de cadena televisiva nacional, director de mercadeo
Residencia: Manitoba, Canada



Nombre: Jeff Doria
Historial de trabajo: estudiante de tiempo completo, soldado a tiempo parcial
Residencia: California, EE.UU.



Nombre: Dean y Evelyn Koontz
Historial de trabajo: administración, comunicaciones
Residencia: Washington, EE.UU.

LOS SUEÑOS SE ESTÁN HACIENDO REALIDAD



1.

LISTO PARA EMPEZAR.

2.

INTERESADO, PERO NECESITO MÁS INFORMACIÓN.

3.

**GRACIAS, PERO NO.
(¡PRUEBE LOS PRODUCTOS!)**

¿DÓNDE SE VE A SÍ MISMO?

