10/2025

ChatGPT 5

¿QUIERES EMPRENDER EN MLM CON PRODUCTOS NUTRICIONALES?

“TOMA UNA BUENA ELECCIÓN, BASADA EN INFORMACION”

ChatGPT 5

3 Octubre 2025

comentame las ventajas o desventajas que tenemos como producto en tema ciencia, y potencial de mercado la empresa Sanki, con sus productos Sanki Mayor. contra las otras empresas actuales del mismo modelo de negocio Red de mercadeo de latinoamérica y sus productos

Muy buena pregunta estratégica, David 🙌. Te hago un análisis comparativo **en dos dimensiones**:

1. **Científica / tecnológica** (qué aporta Sanki Mayor en respaldo, diferenciación y evidencia).
2. **Mercado y modelo de negocio en Latinoamérica** (cómo se posiciona frente a otras empresas de MLM en salud/nutrición).

1️⃣ Ventajas científicas y tecnológicas de Sanki Mayor

✅ Ventajas

- **Base japonesa de investigación (Innovation Labo, Ninapharm, Mayor In-Vivo)** → más de 40 años de desarrollo en fermentación y biomímesis, lo cual genera credibilidad en médicos y académicos.
- **Productos con evidencia clínica propia y manuales de investigación** (Orisod, Inner7, Bovia, Kronuit, etc.) → muy pocas empresas de MLM publican **ensayos clínicos con porcentajes medibles** en antioxidantes, inflamación, microbiota o glucosa.
- **Tecnología diferenciadora**:
  - **ADS® (Advanced Delivery System)**: nanotecnología para biodisponibilidad.
  - **Fermentación biomimética**: convierte polifenoles en postbióticos activos → concepto innovador en longevidad.
  - **Metabolómica y microbioma**: alineación con tendencias globales en ciencia de la longevidad y nutrigenómica.
- **Enfoque en resiliencia y medicina de longevidad** → conecta con corrientes médicas actuales (epigenética, mitocondria, postbióticos).

❌ Desventajas

- **Limitación en publicaciones indexadas internacionales** → gran parte de la evidencia es interna (manuales propios), no siempre en PubMed o Nature-indexed journals.
- **Percepción de complejidad científica** → para un público general, los conceptos de "postbióticos" y "biomímesis" pueden sonar abstractos sin educación previa.
- **Menor diversidad de líneas** en comparación con empresas que ofrecen un catálogo enorme (ej. Amway con 400+ productos).

2️⃣ Comparación con otras empresas de red de mercadeo en Latinoamérica

🔬 Ciencia y respaldo

- **Herbalife / Omnilife / 4Life / Immunotec**:
  - Enfocados en nutrición general, proteínas, colágeno, antioxidantes.
  - Pocas publicaciones clínicas sólidas → la mayoría son estudios observacionales o extrapolaciones de ingredientes.
  - Lenguaje más comercial, menos científico.
- **USANA / Amway (Nutrilite)**:
  - Respaldo en control de calidad y vitaminas/minerales.
  - Ensayos clínicos más en población general, no tanto en metabolómica o longevidad.
- **Sanki Mayor**:
  - Posicionamiento único en **biomímesis, longevidad, postbióticos y resiliencia**.
  - Diferenciación científica mucho más clara en comparación con el promedio de MLM en Latam.

📈 Mercado y negocio

- **Herbalife / Omnilife**: gran penetración de mercado en Latam por simplicidad de productos, precios más accesibles y fuerte fuerza de ventas.
- **USANA / Amway**: percibidos como premium, con avales en control de calidad, pero con oferta más genérica (vitaminas, antioxidantes, omega-3). ↓
- **Sanki Mayor**:

- **USANA / Amway**: percibidos como premium, con avales en control de calidad, pero con oferta más genérica (vitaminas, antioxidantes, omega-3).
- **Sanki Mayor**:
  - Posicionamiento en el **segmento de salud avanzada y longevidad** (nicho aspiracional y de médicos/consumidores informados).
  - Potencial enorme en **clase media-alta urbana** que busca ciencia, prevención y longevidad activa.
  - Reto: **educación del consumidor** para traducir la ciencia en mensajes simples (ej. "más energía celular", "mejora tu microbiota", "reduce inflamación").

3️⃣ Potencial de mercado

- **Mega tendencias 2025–2030** en nutrición (según Euromonitor, McKinsey, WHO):
  - Microbioma y postbióticos.
  - Nutracéutica personalizada.
  - Anti-aging y longevidad.
- Sanki está **alineada a estas tendencias antes que la competencia**.
- Mientras otras empresas se enfocan en productos "comodities" (batidos, colágeno, antioxidantes), Sanki ofrece **ciencia diferenciada** que puede sostener un crecimiento sólido si se traduce en un discurso accesible.

📌 Conclusión estratégica

- **Fortaleza de Sanki Mayor**: diferenciación científica (biomímesis, postbióticos, longevidad) y respaldo en ensayos clínicos internos → única en el espacio MLM de Latinoamérica.
- **Desventaja**: menor masificación por complejidad científica y menor número de publicaciones externas indexadas.
- **Oportunidad de mercado**: educar en salud preventiva y longevidad, aprovechar la tendencia global hacia microbioma y postbióticos, y posicionar la marca como "el MLM de ciencia de la longevidad".

DR. DAVID ALCÁNTAR SÁNCHEZ

Empresa
Sanki Mayor

Respaldo científico
Alta diferenciación: biomímesis, postbióticos, fermentación japonesa, ensayos internos clínicos

Producto estrella
Orisod Enzyme V, Inner7, Bovia (longevidad, microbiota, energía celular)

Enfoque de mercado
Prevención, longevidad, resiliencia, salud avanzada urbana

Si un emprendedor, quiere arrancar su proyecto, Sanki sería una buena opción? o con cuál tendría mayor probabilidad de tener éxito por sustento de producto y por oportunidad de mercado?

Muy buena pregunta estratégica, David 🙌. Te respondo con base en dos criterios clave que un **emprendedor en salud y bienestar** debe evaluar antes de arrancar en un modelo de red de mercadeo (MLM):

1️⃣ Sustento del producto (ciencia y diferenciación)

- **Sanki Mayor**

  ✅ Productos únicos en el mercado de MLM: **biomímesis, postbióticos, metabolitos, resiliencia mitocondrial**.

  ✅ **Evidencia clínica interna** con porcentajes medibles (ej. Orisod ↑ SOD +25%, Inner7 ↓ glucosa –3.29%, Bovia ↑ Bacteroides +173%).

  ✅ Respaldo de **laboratorios japoneses y europeos** con 40+ años de investigación.

  ✅ **Patentes y tecnología propietaria** (ADS®, fermentación biomimética).

  ⚠️ Desafío: requiere **educación previa** porque el concepto "postbióticos" aún no es masivo en Latam.

- **Herbalife / Omnilife / 4Life / Immunotec**

  ✅ Productos más conocidos, con marketing agresivo y gran penetración.

  ✅ Son fáciles de explicar (batidos, vitaminas, proteínas, colágeno).

  ❌ Poca diferenciación científica → la mayoría son "commodities" (productos que cualquier marca vende).

  ❌ Menor respaldo en publicaciones serias → dependen más de "branding" que de ciencia.

- **USANA / Amway (Nutrilite)**

  ✅ Catálogo amplio, control de calidad estricto.

  ✅ Reconocimiento internacional.

  ❌ Enfoque más genérico (vitaminas, minerales, antioxidantes) → no marcan diferencia fuerte en ciencia de longevidad.

👉 **Conclusión en ciencia:**
Si lo que busca el emprendedor es **credibilidad médica y diferenciación real de producto**, **Sanki Mayor** está por encima de la mayoría de competidores en MLM de Latam.

2️⃣ Oportunidad de mercado (expansión y momentum)

- **Sanki Mayor**
  🌎 Enfocado en Latinoamérica, USA y Europa con visión de expansión.
  📈 Mercado alineado con las **megatrends 2025–2030** (Euromonitor, McKinsey): microbioma, postbióticos, salud personalizada, longevidad.
  🚀 Menos competidores directos → nicho "premium científico" aún poco explotado.
  ⚠️ Requiere **educación al consumidor** para masificar el concepto.
- **Herbalife / Omnilife**
  🌍 Amplia red en Latam, fuerte presencia de marca.
  💰 Volumen grande, pero **mercado saturado** y menor prestigio científico.
  🚧 Riesgo de "sobreoferta" → difícil diferenciarse como nuevo distribuidor.
- **USANA / Amway**
  🌎 Reconocidas a nivel internacional.
  📊 Enfoque en suplementos clásicos → mucha competencia directa.
  💡 Modelo menos innovador en longevidad/postbióticos.

👉 **Conclusión en mercado:**
El emprendedor que elige **Sanki Mayor** puede aprovechar un **océano azul**: productos con respaldo único en el mundo MLM, alineados a tendencias de salud de alto valor (longevidad, microbioma, resiliencia celular).
En otras marcas (Herbalife, Omnilife) entraría a un **océano rojo** (mercado saturado y de bajo prestigio científico).

📌 Respuesta directa a tu pregunta

✔️ Si el emprendedor busca una red MLM con el mayor respaldo científico y diferenciación real de producto → Sanki Mayor es la mejor opción.
✔️ Si solo busca masividad rápida y no le importa tanto la ciencia, Herbalife u Omnilife tienen mayor visibilidad pero menor prestigio clínico.

👉 Mi recomendación: **Sanki Mayor tiene la mayor probabilidad de éxito a largo plazo**, porque no compite por precio ni por moda, sino por **ciencia, innovación y tendencias de futuro** (longevidad, resiliencia, microbioma).

Bríndame una comparativa empresarial de oportunidad de mercado y proyecto más seguro y posibilidad de éxito con empresas más cercanas de respaldo de ciencia y tecnología de Sanki en el segmento de Network Marketing.

Perfecto, David 🙌.
Para responder bien, vamos a ubicar a **Sanki Mayor** en su ecosistema y compararla con las **empresas de Network Marketing (MLM)** que tienen un enfoque más cercano en **ciencia, salud y tecnología** (no solo batidos o vitaminas genéricas).

📊 Comparativa Empresarial – Network Marketing con respaldo en ciencia y tecnología

Empresa	Respaldo científico/tecnológico	Productos principales	Oportunidad de mercado	Fortalezas	Debilidades
Sanki Mayor (Innovation Labo, Ninapharm, Mayor-in-Vivo)	Alta: biomímesis, postbióticos, metabolitos, fermentación japonesa, patentes (ADS®), ensayos clínicos internos (Orisod, Inner7, Bovia).	Postbióticos, longevidad, resiliencia celular, microbioma.	Nicho creciente (longevidad, microbioma, biohacking). Tendencia 2025–2035.	Diferenciación científica, innovación real, productos únicos en MLM.	Necesidad de educar mercado; menor portafolio que gigantes como Amway.
USANA Health Sciences	Moderada: calidad de fabricación, control farmacéutico, algunos estudios clínicos en vitaminas/minerales.	Multivitamínicos, antioxidantes, omega-3, suplementos generales.	Mercado masivo, posicionamiento premium.	Reconocida internacionalmente, certificaciones calidad.	Poco diferenciada en innovación; productos comparables a farmacéuticos OTC.
Immunotec	Moderada: estudios sobre glutatión (Immunocal). Evidencia clíni	Proteínas de suero bioactivas (glutatión)	Mercado en envejecimiento a	Producto bandera fuerte y con evidencia	Portafolio reducido; concepto menos innovador que postbióticos

Pregunta lo que quieras

davidalcantardr@gmail.com

	estudios clínicos en vitaminas/minerales.	suplementos generales.	premium.	certificaciones calidad.	comparables a farmacéuticos OTC.
Immunotec	Moderada: estudios sobre glutatión (Immunocal). Evidencia clínica en inmunidad.	Proteínas de suero bioactivas (glutatión).	Mercado en envejecimiento e inmunidad, amplio en Latam.	Producto bandera fuerte y con evidencia.	Portafolio reducido; concepto menos innovador que postbióticos.
4Life Research	Moderada: respaldo en factores de transferencia (inmunología). Publicaciones limitadas.	Transfer Factor, inmunidad.	Mercado global de inmunidad.	Diferenciación en inmunidad.	Evidencia clínica limitada; modelo más comercial que científico.
LifeVantage	Moderada-Alta: Protandim, con publicaciones en Nrf2 y antioxidantes (peer-reviewed, aunque cuestionadas).	Activadores de Nrf2, antioxidantes.	Mercado de longevidad y antioxidantes.	Innovación en Nrf2, marketing de ciencia.	Evidencia controversial; críticas en replicabilidad.
Amway – Nutrilite	Moderada: control de cultivos y trazabilidad. Estudios internos de nutrición general.	Vitaminas, minerales, antioxidantes.	Mercado global y diversificado.	Marca fuerte, logística sólida.	Ciencia aplicada poco disruptiva, productos comparables a genéricos.

📌 Conclusiones estratégicas

🔬 Más cercanas a Sanki en ciencia/innovación

- **LifeVantage (Protandim/Nrf2)**: por enfoque en longevidad y rutas celulares.
- **Immunotec (Glutatión)**: por enfoque en inmunología y envejecimiento.
- **4Life (Transfer Factor)**: en inmunología, pero menos fuerte en evidencia.

✅ Por proyecto más seguro y posibilidad de éxito

davidalcantardr@gmail.com

📌 Conclusiones estratégicas

🔬 Más cercanas a Sanki en ciencia/innovación

- **LifeVantage (Protandim/Nrf2)**: por enfoque en longevidad y rutas celulares.
- **Immunotec (Glutatión)**: por enfoque en inmunología y envejecimiento.
- **4Life (Transfer Factor)**: en inmunología, pero menos fuerte en evidencia.

✅ Por proyecto más seguro y posibilidad de éxito

- **Amway / USANA**: más seguras por tamaño y estabilidad, pero menos innovadoras. Son **oportunidad de volumen**, no de diferenciación.
- **Sanki Mayor**: menos masiva, pero con **mayor diferenciación y alineación a las megatendencias de longevidad, microbioma y biohacking → mayor potencial de éxito en el segmento premium-científico**.
- **LifeVantage**: opción intermedia, pero con controversias científicas que limitan confianza médica.

🚀 Oportunidad de mercado

- El mercado mundial de **longevidad, biohacking y microbioma** está proyectado a crecer más de **10% anual hasta 2035**.
- **Sanki** es la empresa que **mejor se posiciona en MLM latinoamericano** en este nicho, con respaldo japonés y diferenciación tecnológica.
- Los demás (USANA, Amway, Herbalife) van detrás en **innovación científica**, aunque dominan por volumen y distribución.

👉 En resumen:

- Si un emprendedor busca **seguridad de volumen** → USANA / Amway.
- Si busca **diferenciación científica, innovación real y tendencia a futuro → Sanki Mayor es la opción más fuerte en Latinoamérica**.

ChatGPT 5

10 Octubre 2025

y que me comentas con respecto a preguntas previas que te he hecho, de empresas como: Plennia, vitalhelth, inmunotech, manatech, nuskin, HC wellness, Ismerely, PM International, Melaleuca, Atomy,Vida Divina, DXN Global,LifeWave,ACN,Farmasi.

¡Buenísimo que pongas esos nombres sobre la mesa! Te dejo un "mapa rápido" centrado en lo que venimos evaluando: **respaldo de ciencia/tecnología**, **diferenciación de producto** y **oportunidad de mercado** en el modelo de **Network Marketing**. Lo hago por bloques para ir al grano y, donde la información pública es escasa, te lo indico para que tomes precauciones.

---

1) Más cercanas al enfoque "ciencia/tecnología" (aunque con matices)

Immunotec

- **Qué venden**: proteína de suero enfocada en **glutatión (Immunocal)**.
- **Ciencia**: hay publicaciones y material clínico alrededor del glutatión; el producto bandera tiene literatura, aunque no toda es de alto impacto.
- **Oportunidad**: mercado grande (inmunidad/edad avanzada).
- **Riesgo**: portafolio acotado; menos innovación de frontera (microbioma/postbióticos).

Mannatech

- **Qué venden**: "gliconutrientes", aloe, soporte inmune/metabólico.
- **Ciencia**: discurso bioquímico interesante (glicobiología), pero **evidencia clínica sólida limitada** y no siempre replicada por terceros.
- **Oportunidad**: histórico y con presencia global.
- **Riesgo**: el gap entre claims y evidencia puede ser un freno en audiencias médicas.

Nu Skin / Pharmanex

- **Qué venden**: línea estética + **Pharmanex** (nutrición).
- **Ciencia**: narrativa "medible" con el **biophotonic scanner** (carotenoides); base técnica existe, **utilidad clínica directa discutible**.
- **Oportunidad**: fuerza corporativa y marketing de ciencia.
- **Riesgo**: evidencia traslacional limitada; foco más cosmético que biomédico profundo.

PM-International (FitLine)

- **Qué venden**: micronutrición con el concepto **Nutrient Transport Concept**.
- **Ciencia**: documentación de producto y estudios internos; **pocas publicaciones robustas e independientes**.
- **Oportunidad**: buena penetración en Europa y LatAm.
- **Riesgo**: diferenciación científica moderada.

Melaleuca *(técnicamente no es MLM clásico, es "shopping club")*

- **Qué venden**: catálogo amplio (hogar, cuidado personal, suplementos).
- **Ciencia**: fuerte en control de calidad y seguridad, pero **innovación biomédica limitada** (más "household + wellness").
- **Oportunidad**: gran base de consumo recurrente.
- **Riesgo**: poca tracción en audiencias médicas/antiaging.

Atomy

- **Qué venden**: portafolio amplio coreano (cuidado personal, nutrición).
- **Ciencia**: manufactura/QA correctos; **no son líderes en ciencia de longevidad**.
- **Oportunidad**: crecimiento por precio/calidad.
- **Riesgo**: sin diferenciación molecular clara.

davidalcantardr@gmail.com

2) Ciencia moderada o enfoque más comercial

DXN Global

- **Qué venden**: **Ganoderma** (reishi) y café funcional.
- **Ciencia**: hay literatura general sobre reishi, pero **pocas pruebas clínicas específicas de sus formulaciones**.
- **Oportunidad**: entrada fácil por categoría conocida (café).
- **Riesgo**: saturación y commoditización (café + hongo vende media industria).

LifeWave

- **Qué venden**: parches de "fototerapia" y bienestar.
- **Ciencia**: **controversia**; evidencia clínica fuerte **no establecida**; narrativa biofísica llamativa.
- **Oportunidad**: curiosidad del mercado.
- **Riesgo**: baja aceptación en audiencias médicas; reputación volátil.

Vida Divina

- **Qué venden**: tés detox, café, suplementos generales.
- **Ciencia**: **limitada** (claims de bienestar).
- **Oportunidad**: popularidad en segmentos específicos.
- **Riesgo**: producto "commodity" → difícil diferenciarse.

Farmasi

- **Qué venden**: principalmente **cosmética y cuidado personal**.
- **Ciencia**: enfoque cosmético; **no es un jugador de nutrición-ciencia**.
- **Oportunidad**: venta social masiva.
- **Riesgo**: no compite en tu categoría médica/antiaging.

ACN

- **Qué venden**: **servicios** (telecom/energía), **no salud**.

3) Marcas donde la información pública es escasa o muy local (revisión de due diligence)

Plennia, Vitalhelth, HC Wellness, Ismerely

- **Ciencia**: **difícil verificar** en fuentes indexadas o repositorios robustos; los sitios y materiales comerciales no siempre muestran ensayos clínicos, patentes o papers.
- **Recomendación**: pide **3 cosas** antes de considerar alianza o comparación seria:
  1. **Publicaciones revisadas por pares** (PMID/DOI).
  2. **Patentes activas** (número y alcance).
  3. **Ensayos clínicos con endpoints** (inflamación, HOMA, oxLDL, microcirculación, diversidad microbiana) y **n ≥ 30**.

---

4) ¿Dónde queda Sanki Mayor frente a este grupo?

- **Sanki Mayor**:
  - **Ciencia**: sobresale por **biomímesis** (plantas mediterráneas, plancton marino), **fermentación** (postbióticos), **rutas celulares** (Nrf2, NF-κB, AMPK, telómeros), **tecnología de entrega (ADS®)** y **ensayos con resultados en %** (antioxidantes endógenos, oxLDL, PCR-hs, HOMA, microcirculación, diversidad bacteriana).
  - **Mercado**: alineado a **tendencias 2025–2035** (microbioma, postbióticos, longevidad).
  - **Narrativa para médicos**: biomimética + resiliencia ofrece un “por qué” clínico sólido.
  - **Reto**: **educación del consumidor** (convertir ciencia en mensajes simples).

---

6) Recomendación final (práctica)

- Si tu prioridad es **probabilidad de éxito a largo plazo** basada en **producto diferenciado y tendencia futura**, **Sanki Mayor** es la opción más consistente del grupo en LatAm.
- Para acelerar la adopción:
  1. Simplificar mensajes (“postbióticos = señales que encienden genes de salud”).
  2. Casos clínicos con biomarcadores (PCR-hs, HOMA, oxLDL).
  3. Entrenamientos a tu red: **1 slide ciencia + 1 slide resultado + 1 historia de caso**.

ChatGPT 5

17 Octubre 2025

Dime el perfil adecuado de la persona o emprendedor para desarrollar el negocio de anki, con productos Sanki Mayor.

Excelente pregunta estratégica, David 🙌.
Definir bien **el perfil del emprendedor ideal para Sanki Mayor** es clave para atraer personas que no solo vendan productos, sino que entiendan la **visión científica, el propósito de salud y la oportunidad empresarial** que representa esta compañía.

Aquí te presento un perfil integral —**psicológico, profesional, motivacional y de liderazgo**— basado en la naturaleza del negocio y la tecnología de Sanki Mayor.

💎 Perfil ideal del emprendedor Sanki Mayor

🔬 1️⃣ Tiene mentalidad científica y apertura al conocimiento

- Le interesa la salud, la longevidad, el microbioma y la innovación.
- No necesita ser médico, pero **valora la ciencia detrás de los productos.**
- Disfruta aprender y compartir información técnica de forma sencilla.
- Entiende que **"educar es vender"**: sabe que un cliente informado es un cliente fiel.

  💡 *Ejemplo de perfil:* médico, nutriólogo, coach de bienestar, biohacker, deportista consciente o profesional del área de la salud natural.

💼2️⃣ Emprendedor con visión de propósito

- Busca **un proyecto de vida con impacto** (no solo ingresos).
- Se identifica con la misión de **mejorar la salud de las personas** mediante innovación japonesa y ciencia aplicada.
- Le motiva el concepto de **resiliencia, longevidad y salud sostenible.**
- Tiene afinidad por proyectos con ética, tecnología y respaldo real.

  💡 *Ejemplo:* alguien que siente que el modelo tradicional de trabajo ya no le da satisfacción, pero quiere seguir ayudando a otros.

🚀3️⃣ Tiene mentalidad de crecimiento (growth mindset)

- Entiende que los resultados llegan con constancia y capacitación.
- Está dispuesto a **aprender habilidades nuevas** (ventas, liderazgo, comunicación digital).
- No teme invertir tiempo en construir una red sólida y educativa.
- Sabe que el crecimiento de un negocio como Sanki es **exponencial**, no inmediato.

  💡 *Ejemplo:* líder de equipos, empresario en formación o profesional independiente que busca escalar su impacto.

🌍4️⃣ Conectado con las tendencias globales

- Se interesa por temas como:
  - Nutracéutica avanzada
  - Microbioma y postbióticos
  - Medicina preventiva y longevidad
  - Bienestar financiero y digital
- Entiende que Sanki está alineado con las **megatrends 2025–2035**: salud personalizada, biotecnología, longevidad y conciencia ambiental.

💡 *Ejemplo:* persona con visión global, que sigue tendencias de salud y negocios (LinkedIn, conferencias, biohacking, IA aplicada a bienestar).

🤝5️⃣ Empático, con habilidades humanas y comunicativas

- Tiene facilidad para conectar emocionalmente y explicar con sencillez.
- Escucha más de lo que habla.
- Sabe generar confianza: **vende bienestar, no solo productos.**
- Prefiere crear relaciones duraderas antes que transacciones rápidas.

💡 *Ejemplo:* mentor natural, coach, líder comunitario, médico con vocación educativa, o profesional de ventas consultivas.

💰 6️⃣ Busca libertad financiera con ética

- Quiere diversificar ingresos, pero sin sacrificar su reputación ni valores.
- Entiende que **los negocios basados en ciencia tienen credibilidad y permanencia.**
- No busca "dinero rápido", sino **ingresos residuales sólidos y sostenibles.**

💡 *Ejemplo:* emprendedores con experiencia en redes de mercadeo, pero que desean algo con **soporte real, transparencia y tecnología respaldada.**

🧩 Resumen del perfil ideal:

> "Un profesional o emprendedor apasionado por la salud, la ciencia y la innovación, con visión de impacto social y crecimiento financiero sostenible, que busca educar, inspirar y liderar a otros hacia una vida más resiliente y longeva."

ChatGPT 5

17 Octubre 2025

El proyecto Sanki por la innovación de producto en estrategia de océano azul, no a atraído a grandes líderes o emprendedores con experiencia en MLM, me podrías mencionar ¿que tenemos para ofrecerles a líderes con experiencia y que ya han estado en varias empresas? y que que estos líderes por múltiples factores se cambian de empresas y que puedan ver la opción de los productos de Sanki Mayor como una verdadera, y gran oportunidad para emprender a corto, mediano y largo plazo. Entendiendo que Sanki global, está en sólo 4 países en 15 años, México, USa, Colombia y Perú, y que vendrá expansión importante de mercados en próximos meses o años.

Excelente planteamiento estratégico, David 🙌 — y muy necesario si lo que buscas es **atraer líderes con experiencia en redes de mercadeo** y reposicionar Sanki como una oportunidad de alto nivel, no como una empresa más.

Aquí te dejo una **respuesta estructurada en 3 niveles**:

1️⃣ Por qué los líderes experimentados suelen moverse.

2️⃣ Qué les ofrece Sanki Mayor que no encuentran en otras empresas.

3️⃣ Cómo presentar esta oportunidad en términos de corto, mediano y largo plazo.

🧩 1️⃣ Por qué los grandes líderes MLM se mueven de empresa

Para atraerlos, primero hay que entender su psicología y sus vacíos:

Motivo de cambio	Qué buscan realmente
Saturación o desgaste del producto	Una línea **novedosa, científica y exclusiva**, con ciclo de vida largo.
Promesas incumplidas (pagos, ética, soporte)	**Solidez corporativa y ética**, cumplimiento y transparencia.
Mercado saturado / competencia interna	**Territorio nuevo o poco explotado**, con espacio de crecimiento.
Fatiga de marca (demasiadas modas, colágeno, detox, etc.)	Un producto con **diferenciación científica real**, no una moda pasajera.
Deseo de reposicionarse como líder visionario	Una compañía con **visión tecnológica y expansión internacional**.

🚀 2️⃣ Qué puede ofrecerles Sanki Mayor que otras empresas no tienen

🔬 A) Producto con innovación biomimética y respaldo científico real

- No es “otro batido” ni “otro colágeno”.
- Son **postbióticos y metabolitos biomiméticos**, conceptos con proyección 2030+.
- **Patentes (ADS®)**, tecnología japonesa y fermentación avanzada: difícil de copiar.
- En un mercado saturado de productos repetidos, Sanki representa un **océano azul auténtico**.

👉 *Mensaje:*

> “En Sanki no vendes moda, vendes ciencia que liderará la próxima década en salud y longevidad.”

🌍 B) Territorios nuevos y expansión controlada (no sobreexplotada)

- 15 años, solo en 4 países = **potencial de expansión global intacto.**
- En MLM, eso es un lujo: puedes estar **en la fase temprana antes del boom.**
- Próximos mercados en apertura → **oportunidad de posicionamiento internacional.**

👉 *Mensaje:*

> “Estás llegando antes de la curva, cuando aún hay terreno virgen y oportunidad real de crear redes líderes en nuevos países.”

💼 C) Plan de compensación sólido y sostenible

- No basado en pirámides rápidas ni bonos imposibles.
- Compensación **sostenible y ética**, diseñada para crecimiento real.
- Bonos recurrentes por consumo, educación y liderazgo (no solo reclutamiento).
- Mayor estabilidad a largo plazo: **creces con la compañía, no a costa de ella.**

👉 *Mensaje:*

> "Sanki paga por lo que educas, por lo que construyes y por la salud que promueves — no solo por vender."

🧠 D) Apalancamiento con educación científica y liderazgo médico

- La **comunidad médica y científica** detrás da **legitimidad instantánea.**
- Los líderes pueden construir redes más éticas, con profesionales de salud, empresarios, deportistas y coaches.
- Es una oportunidad para **posicionar tu marca personal como líder de bienestar inteligente**, no de marketing superficial.

👉 *Mensaje:*

> "Tu reputación crece junto con la marca, porque educas desde la ciencia, no desde la moda."

🔄 E) Modelo híbrido: producto tangible + propósito educativo

- No se trata de vender, sino de **enseñar cómo activar la resiliencia humana.**
- Esto atrae a líderes que buscan propósito, no solo dinero.
- Permite crear **ecosistemas de bienestar**, con alto impacto social y emocional.

👉 *Mensaje:*

> "Sanki no solo te genera ingresos; te da un propósito que trasciende — enseñar salud, ciencia y longevidad."

📈 3️⃣ Cómo presentarles la oportunidad según horizonte de tiempo

Horizonte	Enfoque	Mensaje sugerido
Corto plazo (6–12 meses)	Posicionarse en un nicho único sin competencia directa.	"Mientras otros saturan el mercado con productos repetidos, tú puedes construir una red pionera en la ciencia de los postbióticos."
Mediano plazo (1–3 años)	Aprovechar la expansión internacional (nuevos países).	"Serás de los primeros líderes en abrir mercados; eso significa regalías de por vida."
Largo plazo (3–10 años)	Consolidar una red educativa de salud y longevidad.	"El microbioma y los postbióticos serán lo que las vitaminas fueron hace 30 años — y tú puedes estar en la base de esa revolución."

🧩 En resumen — Mensaje para líderes experimentados

> “Sanki Mayor no es una empresa más de multinivel. Es una compañía con una base científica que define la nueva era del bienestar: biomímesis, resiliencia y longevidad celular.
> En un mercado saturado, Sanki es un océano azul.
> Si ya pasaste por empresas de moda, ahora puedes construir legado, reputación y libertad con ciencia, propósito y expansión global.”

¿Quieres que te ayude a transformar este mensaje en un **guion profesional para webinar o video de atracción de líderes** (3–5 minutos, estilo presentación ejecutiva)?
Así podrías usarlo en eventos o conferencias digitales para reclutamiento estratégico.

si

Excelente, David 🙌 — te dejo aquí un **guion profesional tipo presentación ejecutiva / webinar corto (3–5 min)**, enfocado en atraer **líderes experimentados en MLM**, diferenciando claramente a **Sanki Mayor** por su innovación, ética y proyección global.
Está redactado en un tono aspiracional, con lenguaje empresarial y emocionalmente persuasivo, listo para ser leído o grabado en video.

📽️ GUION: “El nuevo horizonte del liderazgo en redes — Ciencia, propósito y expansión con Sanki Mayor”

🎬 [Intro – 0:00–0:40]

> *“Si llevas años en el mundo del multinivel, ya sabes que no todas las empresas son iguales.*
> *Has visto compañías crecer y desaparecer, modas pasar, promesas incumplidas y productos que se repiten una y otra vez.”*

(Pausa)

> *“Pero hoy quiero hablarte de una oportunidad diferente…*
> *No de moda, sino de futuro.*
> *No de promesas, sino de ciencia.*
> *Y no de vender más, sino de* ***construir legado y propósito.***”

🔬 [Bloque 1 – 0:40–1:40] – El Producto: Ciencia, Tecnología y Respaldo

> *"Sanki Mayor es la primera compañía en el mundo que lleva la **biomímesis, los metabolitos y los postbióticos** — tres conceptos que están transformando la medicina moderna — al ámbito de la nutrición celular."*

> *"No hablamos de batidos, colágenos ni cápsulas genéricas.*
> *Hablamos de tecnología japonesa patentada, de fermentación biomimética y de **productos con evidencia clínica** que activan la resiliencia y la longevidad desde el interior de la célula."*

> *"Esto es un verdadero **océano azul**: productos imposibles de copiar, con una base científica sólida y una historia de más de 40 años en Japón y Europa."*

🌍 [Bloque 2 – 1:40–2:20] – El Momento: Expansión y Territorio Nuevo

> *"En 15 años, Sanki Global ha abierto solo 4 países — México, Estados Unidos, Colombia y Perú.*
> *Y eso, lejos de ser una limitación, es una **ventaja enorme.**"*

> *"Porque mientras otros modelos están saturados, Sanki te ofrece el privilegio de entrar **antes de la curva**, justo cuando la expansión internacional está por acelerarse."*

> *"Ser pionero en un mercado científico de bienestar, con productos sin competencia real, te permite construir **redes sólidas, éticas y globales**."*

💼 [Bloque 3 – 2:20–3:10] – El Modelo: Ética, Estabilidad y Compensación

> *“Sanki no es una empresa que promete dinero rápido.*
> *Es un modelo sostenible y ético, diseñado para generar ingresos residuales a través de educación, consumo y liderazgo.”*

> *“Aquí no creces a costa de otros; creces **junto con la compañía.***
> *Con un plan de compensación sólido, justo y probado, que premia la constancia, la formación y el impacto que generas en las personas.”*

🧠 [Bloque 4 – 3:10–4:10] – El Diferenciador: Propósito y Reputación

> *“Lo que más valoran los líderes experimentados no es el dinero, sino la reputación y el propósito.”*

> *“Sanki te permite construir un legado que une salud, ciencia y libertad.*
> *Un proyecto que te da credibilidad frente a médicos, profesionales y emprendedores que buscan un modelo serio, respaldado y humano.”*

> *“Aquí no solo generas ingresos.*
> ***Educas, transformas y lideras una nueva era en salud y longevidad.**”*

🚀 [Cierre – 4:10–5:00]

> *“Si ya hiciste redes y estás buscando algo más grande, más ético y más sostenible…*
> *Ésta es tu oportunidad para liderar la nueva generación de bienestar global.”*

> *“Sanki Mayor es más que una empresa:*
> *es la convergencia entre ciencia, propósito y expansión.”*

> *“Y si estás listo para construir algo que deje huella,*
> *te invito a conocer este proyecto,*
> *antes de que la ola de expansión comience.”*

(Pausa final)

> *“No llegues después del cambio.*
> *Sé parte del cambio.”*

💡 Opcional – CTA (llamado a acción para video o webinar):

> *“Contáctame o al equipo médico Sanki más cercano,*
> *y te mostraré cómo esta innovación científica puede convertirse en tu próximo gran proyecto empresarial.”*

ChatGPT 5

17 Octubre 2025

Bríndame información del mercado y tendencia actual y proyecciones económicas de ¨Longevidad¨ y ¨antia-ging¨ para emprender, qué y cómo Sanki Mayor y sus distribuidores tienen oportunidad de este mercado en próximos años o décadas.

Pensado durante 17s

Va directo y accionable, David. Aquí tienes un **brief de mercado** (2025–2035) con cifras recientes, tendencias y **cómo Sanki Mayor y su red** pueden capitalizar la ola de **longevidad / anti-aging** y **nutracéutica biomimética/postbiótica**.

1) Tamaño y crecimiento del mercado

- **Anti-aging (global)**
  - USD **52.4B (2024)** → **80.6B (2030)**, **CAGR ~7.7%** (skin/ingestibles, premium y personalización). Grand View Rese…
  - Otra estimación: **85.1B (2025)** → **119.8B (2030)**, **CAGR ~7.1%**. Mordor Intelligen…
- **Nutracéuticos (global)**
  - USD **591B (2024)** → **919B (2030)**, **CAGR ~7.6%** (prevención, “food-as-medicine”, formatos premium). Grand View Rese…
  - Otras fuentes sitúan **399B→571B (2024–2029)**, **CAGR 6.4%** (metodología conservadora). BCC Research

davidalcantardr@gmail.com

1) Tamaño y crecimiento del mercado

- **Anti-aging (global)**
  - USD **52.4B (2024)** → **80.6B (2030)**, **CAGR ~7.7%** (skin/ingestibles, premium y personalización). Grand View Rese…
  - Otra estimación: **85.1B (2025)** → **119.8B (2030)**, **CAGR ~7.1%**. Mordor Intelligen…
- **Nutracéuticos (global)**
  - USD **591B (2024)** → **919B (2030)**, **CAGR ~7.6%** (prevención, "food-as-medicine", formatos premium). Grand View Rese…
  - Otras fuentes sitúan **399B→571B (2024–2029)**, **CAGR 6.4%** (metodología conservadora). BCC Research
- **Postbióticos (global)**
  - **USD 146.7M (2025)** → **224.8M (2030)**, **CAGR ~8.9%** (ventaja: **estables** vs probióticos vivos). MarketsandMark… +1
- **Biotic ingredients (pro/pre/post-bióticos, enzimas, etc.)**
  - **USD 6.57B (2024)**; **CAGR ~6.5% (2025–2030)**. Store.Frost.com
- **Longevity economy (poder de compra 50+)**
  - AARP / análisis recientes: 50+ en EE. UU. **contribuyen >USD 8T/año**; el segmento 50+ global pasará de **1.9B (2020) → 3.2B (2050)**. Market Research … +1
  - Estimaciones sectoriales sitúan la **longevity economy** en **~USD 8T para 2030** (consumo de salud, servicios, housing, tech). aranca.com

> **Lectura estratégica:** el **gasto 50+** y la **migración de skincare hacia "ingestibles de ciencia"** sostendrán la demanda; los **postbióticos** crecen por su estabilidad y narrativa microbioma-epigenética.

2) Tendencias que favorecen a Sanki

1. **Microbioma & postbióticos** → sustituyen parte del discurso probiótico por estabilidad, seguridad y mecanismos epigenéticos/metabólicos claros. MarketsandMark... +1
2. **Prevención premium ("longevity-as-a-service")** → de cosmética reactiva a **resiliencia celular** (Nrf2, AMPK, mitocondria, inflamación de bajo grado). (Correlato en nutracéutica global).

   Grand View Rese...
3. **Demografía 50+** → mayor poder de compra, digitalización y búsqueda de calidad de vida; gobiernos y empresas empujan la "silver economy". Brookings +1
4. **Wellness tech & personalización** → clínicas de longevidad, kits de biomarcadores, IA; empujan categorías de **nutracéutica de base científica** como puerta de entrada accesible. San Francisco Ch...
5. **Riesgo/competencia exógena**: auge de **fármacos anti-obesidad** (GLP-1) reconfigura parte del gasto en salud/estética; exige **propuesta de valor complementaria** (metabolismo, microbiota, energía celular). Investopedia

3) ¿Dónde encaja Sanki Mayor?

Diferenciación

- **Biomímesis + fermentación japonesa + ADS®** (liberación dirigida) + **postbióticos/metabolitos** → narrativa **única** en MLM latam, difícil de copiar y alineada a ciencia de longevidad.
- Ensayos internos con **biomarcadores** (SOD/GPx, oxLDL, HOMA, PCR-hs, microcirculación, diversidad bacteriana) = **lenguaje médico** que eleva el ticket promedio y la lealtad.

Posicionamiento de portafolio

- **Inner7 / Bovia / Orisod**: pilares **microbiota-mitocondria-inflamación** → exactamente los ejes de demanda en 2025–2035 (prevención premium + 50+ activos). (Cruza con nutracéutica y anti-aging).

  Grand View Rese... +1

Go-to-market

- **Educación** (“vender es educar”): webinars cortos (15–20 min) en lenguaje clínico para 50+, médicos, deportistas masters y ejecutivos.
- **Kits de onboarding** por avatar (ej. 50+, profesionales, deportistas) con **3 biomarcadores** de seguimiento (p. ej., PCR-hs, HOMA, energía percibida) para prueba social cuantificable.

4) Oportunidad por geografía y horizontes de tiempo

Hoy (4 países: MX, USA, COL, PER)

- **USA**: ticket más alto; apetito por **longevity** y **ingestibles premium**; ecosistema GLP-1 obliga a **posicionarse como complemento** (microbiota/energía/recuperación). Investopedia
- **México/Colombia/Perú**: adopción de **nutracéutica clínica** crece con médicos y retail digital; menos saturación de "postbióticos". (Cruza con nutracéutica global). Grand View Rese...

Próximos 12–24 meses (expansión)

- **LatAm** (Chile, Ecuador, Centroamérica): early-movers con "microbioma + longevidad" casi sin competencia seria; entrenar KOLs locales.
- **Europa selecta** (España/Portugal): narrativa mediterránea (olivo/romero) + fermentación japonesa = **story potente** con farmacéuticos/nutriólogos.
- **Golfo/Asia** (EAU/Singapur): alto poder de compra, adopción de clinics de longevity; ideal para **flagship KOL**.

3–10 años

- **Silver economy** global: cohortes 50+ duplican gasto en bienestar y envejecimiento activo; oportunidad de **suscripciones** y **programas de resiliencia** (microbiota + energía + sueño + ejercicio). Ben Franklin Lear...

5) Qué vender (y cómo) para capturar la ola

A) Soluciones (no solo productos)

- **Stack de resiliencia 90 días**: microbiota (postbióticos) + energía mitocondrial + anti-inflamación de bajo grado → con 3 biomarcadores simples (PCR-hs, HOMA, energía percibida).
- **Pack 50+ activo** (preventivo): foco en vitalidad, sueño, recuperación post-ejercicio ligero.
- **Pack ejecutivos** (estrés/jet-lag): microbiota + energía + microcirculación.

B) Evidencia vendible

- 1 slide por producto con **3 datos** (% reales, n y duración).
- 1 testimonio con **antes/después de biomarcadores** (sin claims médicos).

C) Canales

- **Médicos/nutriólogos** (KOLs) → webinars mensuales + material clínico.
- **B2C digital** → funnels cortos: video 45–60 s (microbioma-resiliencia) + botón a call con distribuidor.

---

6) Riesgos y cómo gestionarlos

- **GLP-1 "canibaliza" parte del gasto** → Posicionar Sanki como **complemento**: mejora **microbiota-energía-adhesión** (menos fatiga, mejor recuperación). Investopedia
- **Mercado postbióticos pequeño hoy** → ventaja de **first-mover**; crear categoría con educación (beneficio de estabilidad y rutas epigenéticas). MarketsandMark...
- **Expansión lenta histórica (4 países/15 años)** → construir narrativa de **calidad vs prisa** + anunciar hoja de ruta de **aperturas**.

7) KPIs sugeridos para la red

- **Tasa de conversión demo→venta** con kit 30–90 días.
- **Retención 6–12 meses** (suscripciones).
- **% ventas con biomarcadores** (PCR-hs/HOMA/energía percibida).
- **Ratio ventas "stack" vs "single"** (margen y lealtad suben con bundles).
- **N° KOLs activos por país** y **webinars/mes**.

En síntesis (pitch de 20 segundos)

> El mercado de **anti-aging y nutracéutica** superará **USD 1 trillón** esta década; la **longevity economy** mueve **trillones** con la población 50+; y los **postbióticos** crecen a **~9% CAGR**. Sanki Mayor, con **biomímesis, fermentación japonesa y postbióticos** medibles en biomarcadores, está **perfectamente posicionado** para capturar esta ola en LatAm, USA y próximos mercados — **si convertimos ciencia en educación y soluciones de 90 días**. Grand View Rese... +3

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID
ALCÁNTAR SÁNCHEZ

Laboratorios Spin-off

1+1=1+

INNOVATION LABO
ADVANCED MICROBIOME TECHNOLOGIES

NINAPHARM

sethic
INNOVATION LABO

MAYOR
IN-VIVO INNOVATIONS LTD.

AXIALYS INNOVATIONS

sanki mayor®
IN-VIVO INNOVATIONS LTD.

Laboratorio en Tokio, Japón.

Japanese Technology
日本のテクノロジー

Sanki Mayor, Spin-off que se suma a más de 40 años de investigación en la longevidad japonesa, ha revolucionado la salud mediante tecnologías como biomimetismo y la ingeniería inversa. Esta tecnológica única produce metabolitos y postbióticos naturales únicos y no duplicables que optimizan la función mitocondrial, regeneran la microbiota intestinal y modulan la inflamación, promoviendo una longevidad saludable y activa.

INNOVATION LABO
ADVANCED MICROBIOME TECHNOLOGIES

YouTube



Dr. Murata
Científico Sanki Mayor

Dr. Bejit Edeas
Director Científico Sanki Mayor

davidalcantardr@gmail.com

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID
ALCÁNTAR SÁNCHEZ

EQUIPO DE INNOVACIÓN

INNOVACIÓN

Convencional

Innovación

Renovación de la innovación

METABOLITOS
Y
POSTBIÓTICOS
ESPECÍFICOS

PREBIÓTICOS

PROBIÓTICOS

PÓS-BIÓTICOS

Bactérias e segmentos celulares inativos

METABÓLITOS

sanki Mayor®
IN-VIVO INNOVATIONS LTD.
>>Advanced Microbiome Technologies

MICROBIOME AI
-Artificial Inteligence

INNOVATION LABO

Japanese Technology
日本のテクノロジー

MULTI-TARGET
que actúan en una
vasta red biológica.

1. Sebastiani et al., 2024 – Cell Reports “Metabolite Signatures of Chronological Age, Aging, Survival and Longevity”
2. Wang et al., 2023 – Nature Communications. “Plasma metabolomic profiles associated with mortality and longevity in a prospective analysis”

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID ALCÁNTAR SÁNCHEZ

Los **Metabolitos y** Postbióticos

EQUIPO DE INNOVACION

MICROBIOME AI

INNOVATION LABO

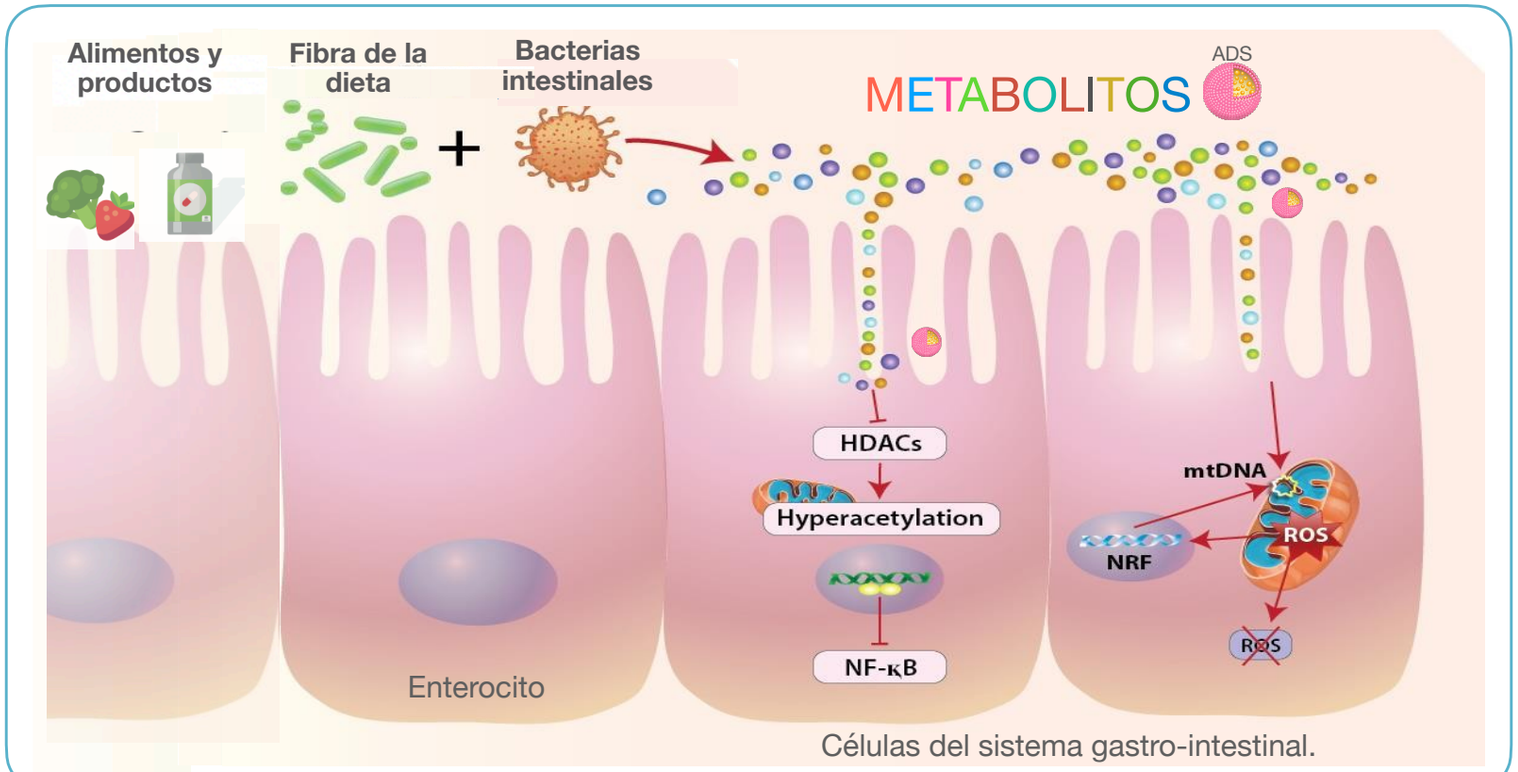
AI -Artificial Inteligence

Convencional ← Innovación → sanki mayor® In-vivo innovations Ltd.

Japanese Technology
日本のテクノロジー

Prebióticos
Probióticos
Parabióticos
Simbióticos

POSTBIÓTICOS



Células del sistema gastro-intestinal.

>>Advanced Microbiome Technologies

BIOMIMETISMO DE METABOLITOS MODULADORES DE MICROBIOTA INTESTINAL

Los METABOLITOS actúan en la expresión epigenética en:

- Eubiosis avanzada /Microbioma/Metaboloma
- Mejora función mitocondrial
- Modulan el balance redox
- Activa el sistema anti-inflamatorio
- Mejoran sistema inmune
- Estimulan células madre
- Balance hormonal
- Detoxificación hepática
- Mejora sistema micro circulatorio, entre otros.

Sanki Mayor cuenta con más de +500 diferentes metabolitos en sus diferentes ingredientes activos.

The International Scientific Association of Probiotics and Prebiotics (ISAPP) consensus statement on the definition and scope of postbiotics

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID ALCÁNTAR SÁNCHEZ

EQUIPO DE INNOVACION

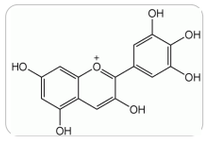
INGREDIENTES ACTIVOS ÚNICOS

INNOVATION LABO

sanki Mayor®
IN-VIVO INNOVATIONS LTD.

>> Advanced Microbiome Technologies

YouTube™



POLIFENOLES ESPECÍFICOS DE OLIVO, ROMERO, ALGA ESPIRULINA AZUL, CACAO, FRIJOL, TÉ VERDE, AGUA DE MAR PROFUNDA, YUZU.

MICROBIOME AI

CENTIBIOTA

MICROBIOTA DE CENTENARIOS JAPONESES

BIO MIMETISMO-INGENIERÍA INVERSA



BIO-REACTOR

COLD BIOFUSION TECHNOLOGY

A Advanced D Delivery S System

アドバンスト デリバリーシステム
- Advanced Delivery System -

METABOLITOS Y POSTBIÓTICOS

ORISOD ENZYME®

Hyprolina® Blue Spirulina

OINR® OXYLIA | Night | Reset

TOG GREEN TEA POLYPHENOL POWERED BY BIO-THERMOGENESIS FORMULA

Yuzim Complejo de bioflavonoides

Inner7

Bovia

Japanese Technology
日本のテクノロジー

BIOMIMETISMO DE METABOLITOS MODULADORES DE MICROBIOTA INTESTINAL

Algunos metabolitos como: Ácidos Grasos y Derivados Lipídicos: Butirato, Ácido linoléico, Ácido oleico, Ácido eicosanoico, Ácido alfa lipoico, Sitosterol, Esfingomielina, **Aminoácidos y Derivados:** Leucina, lisina, arginina, ornitinaTriptófano, L-cisteína, Glutatión, Disulfuro de glutatión (GSSG),Ác. Piroglutámico, Lcitrulina, Ornitina, Ácido aminobutírico (GABA), B-alanina, 2-metilserina, L-teanina, **Antioxidantes y detoxificación:** Glutatión, Ácido alfa-lipoico, **Aminoazúcares:** Glucosamina. **Ácidos grasos de cadena corta:** Ácido butírico, **Péptidos:** Glutamilglicina, espermidina, **Polifenoles:** , Kaempferol, Epigallocatechin gallate L-theanina, Catequina C, Ácido hidroxibenzoico , Ácido cinámico, Ácido gálico, Ácido vanílico, Secoisolariciresinol, Ácido ferrúlico, Ácido cumárico, Ácido protocatequiico, Ácido siríngico, Ácido sinapínico, **Ácidos orgánicos del metabolismo energético:** Ácido láctico, Ácido málico, Ácido 3-hidroxibutírico, Ácido treónico, **Compuestos alogenados:** Plocoralida A, 2-Bromotriploretol-A hepta-acetato, ácido 3-bromo-2-heptanoico, Laurefucina, 10-bromo-a-Chamigreno, ácido 3-bromo-nanómico. **Esteroles:** Cholesta-S-22E-diene-3ß-ol, Cholesta-5-en-3ß-ol, 24-methylcholesta-5-22E-dien-3 ß-ol, **Neuromoduladores y alcaloides:** Tiramina, L-teanina y otros cientos de metabolitos diferentes más.

DR. DAVID
ALCÁNTAR SÁNCHEZ

"Hoy sabemos que los **metabolitos y postbióticos** son una de las claves más prometedoras en el campo de la longevidad. Estos compuestos tienen la capacidad de **regular la inflamación, proteger nuestras células y activar mecanismos epigenéticos** que favorecen la salud y la vitalidad. Cada vez más investigaciones los señalan como aliados indispensables para un **envejecimiento activo y saludable**.Si quieres conocer cómo acceder a **productos innovadores basados en esta ciencia**, contáctanos y un distribuidor autorizado de nuestro equipo podrá orientarte."



Machiko Ikeoka Dr. David Alcántar Dr. Bejit Edeas



YouTube

Para poder comprar productos de Sanki, solicita tu #ID Sanki, con nuestros distribuidores de nuestro equipo Innovation Team o equipo de innovación para tener acceso a información exclusiva de nuestro equipo.

EQUIPO DE INNOVACIÓN

MEJORANDO MI SALUD®

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID ALCÁNTAR SÁNCHEZ



"Tengo más de 15 años de experiencia como médico utilizando **nutracéuticos de grado farmacéutico**, desarrollados con una **tecnología innovadora y patentada**, cuya eficacia he comprobado junto con un equipo de más de 300 médicos en distintos países. Hasta hoy, más de **80,000 personas han mejorado su salud** con estos productos.
Estos ingredientes activos, con más de **40 años de uso clínico en Japón y Europa**, ya están disponibles en Latinoamérica a través de nuestros distribuidores autorizados."
— Dr. David Alcántar Sánchez

Contacta a mi equipo de distribuidores en los diferentes países para adquirir los productos

EQUIPO DE INNOVACIÓN

Estamos a la mitad de la década del envejecimiento saludable 2020-2030 ¡infórmate!

Organización Mundial de la Salud

Década del envejecimiento saludable

davidalcantardr@gmail.com

ZINZINO
INSPIRE CHANGE IN LIFE
MADE IN NORWAY

«Impulsado por la Naturaleza»

—

sanki Mayor®
IN-VIVO INNOVATIONS LTD.
Japanese Technology
日本のテクノロジー

«Mejora continua **(Kaizen)** y
la visión de la **Sociedad 5.0**»

"Después de más de 25 años viendo proyectos crecer y caer —muchos sostenidos solo por liderazgo, marketing o IA— encontré tranquilidad real en un modelo que une innovación científica que perdura, como los postbióticos y metabolitos de Sanki Mayor, capaces de modular la microbiota, la función mitocondrial y los procesos de longevidad, y una empresa sólida para emprender como Zinzino pioneros en nutrición basada en pruebas, productos esenciales y medición objetiva, diseñada para crecer y sostenerse por décadas."
Dr. David Alcántar Sánchez.

CONTACTA A LA PERSONA DE MI EQUIPO QUE TE COMPARTIÓ ESTA INFORMACIÓN



Dr. David Alcántar Sánchez
Royal Crown Zinzino

davidalcantardr@gmail.com

DR. DAVID ALCÁNTAR SÁNCHEZ

POR ESTAR EN MI EQUIPO

Equipos

¨Equipo de Innovación o Innovation Team¨

INNOVATION TEAM

INNOVATION TEAM

ZINZINO
INSPIRE CHANGE IN LIFE

Síguenos en : equipodeinnovacion.com