

EL PULSO DEL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

CORE BUSINESS

Texto Raquel Ibañez

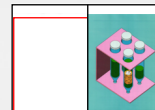
Ilustración Ana Cuna



EL NEGOCIO DE LA LONGEVIDAD

La esperanza de vida aumenta y con ella surgen hábitos de consumo para todos aquellos que no quieren solo sumar años, sino hacerlo con autonomía, calidad y bienestar.

POWERED BY VICHY
LABORATOIRES



Pr: Mensual
Tirada: 20.000
Dif: 12.905

REPORTAJE

L

Hace un siglo, vivir 100 años era impensable. Hoy, España cuenta con 17.000 centenarios y la esperanza de vida sigue aumentando, demostrando cómo la longevidad está transformando nuestra sociedad.

duciendo desde finales del siglo XIX, pero resulta más palpable en la última década gracias a los avances económicos, médicos y tecnológicos, y se traduce en un aumento progresivo de la edad media. Según la Comisión Europea, en los últimos 15 años, y en todo el continente europeo, solo han crecido las franjas de edad que superan los 50 años.



En España, este fenómeno se acentúa por la baja natalidad —1,1 hijos por mujer, la cifra más baja desde que comenzaron los registros en 1941— y por la llegada a la vejez de las generaciones del baby boom. En el año 2050 habrá en España 16,6 millones de personas con 65 años o más, mientras que en 2024 esa cifra se situaba en los 9,9 millones. Es decir, casi una de cada tres personas estará por encima de esa franja de edad, según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE). Hace un siglo, era impensable que las personas llegasen a vivir 100 años, y en la actualidad hay 17.000 personas centenarias en España.

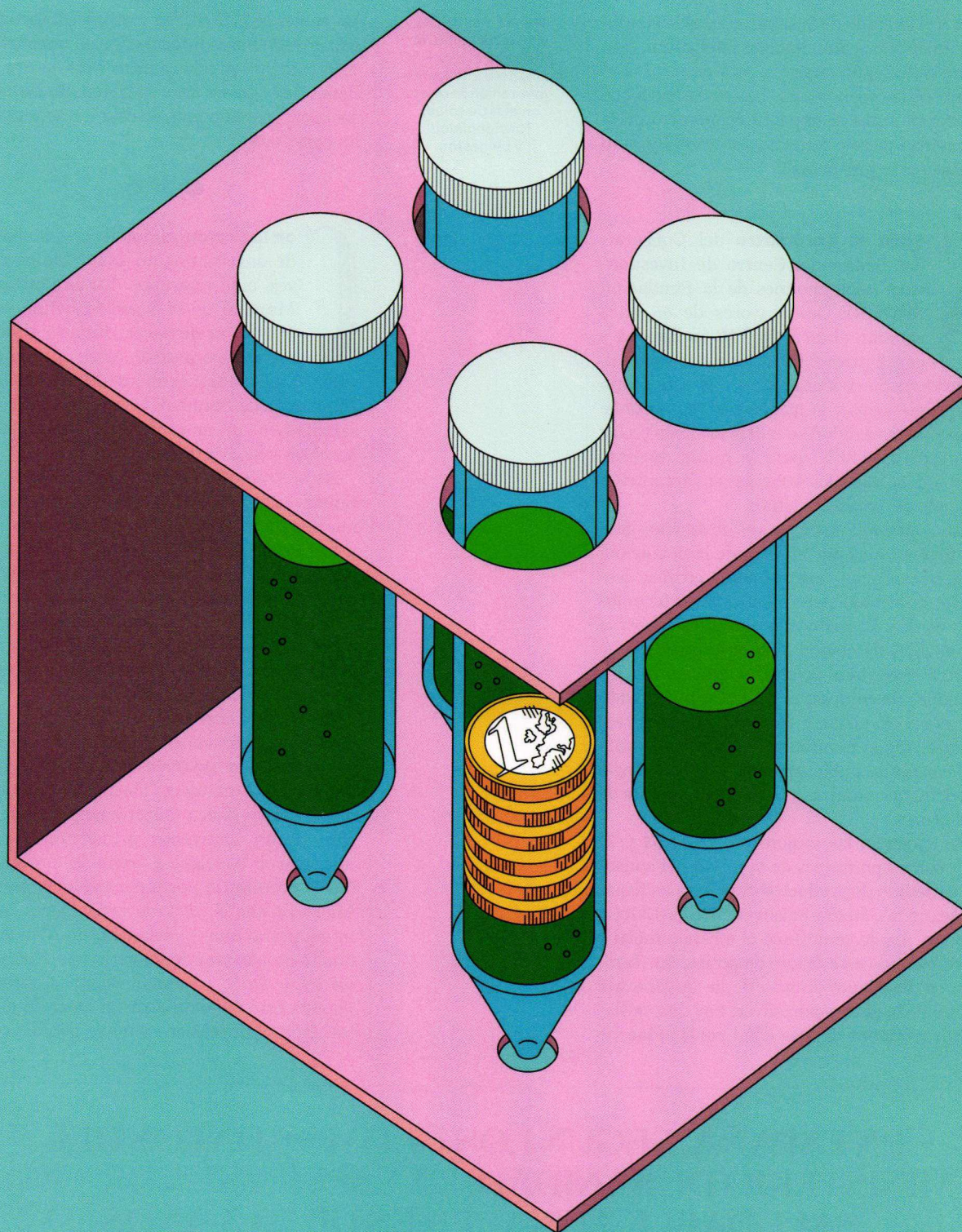
La economía de la longevidad no es una categoría de futuro: es ya un presente que obliga a replantear la economía y las estrategias empresariales, impulsado por un colectivo creciente que no solo tiene poder adquisitivo, sino también el deseo de vivir más y hacerlo mejor: con calidad, bienestar, autonomía y experiencias adaptadas a sus necesidades.

Para Pablo Gil, economista y analista de mercados, “la longevidad no solo incrementa costes, sino que también crea nuevas oportunidades de inversión en ámbitos como la salud, la tecnología, la vivienda, la educación o las finanzas orientadas a una población sénior cada vez más activa”. Gil añade que también requiere una mayor corresponsabilidad individual en el ahorro, la planificación finan- ➔

“La primera persona que vivirá 150 años ya ha nacido”. Esta afirmación de David Sinclair, profesor de Harvard y experto en longevidad, apunta a que los avances en genética, medicina regenerativa y terapias antienviejecimiento podrían en los próximos años alargar de forma exponencial la vida y mejorar su calidad. España podría ser el lugar de nacimiento de ese niño, ya que cuenta con una de las esperanzas de vida más altas del mundo: 84 años. Solo Japón, Corea del Sur, Andorra y Suiza superan este límite de edad, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

El proceso de envejecimiento de la población se acelera hasta niveles jamás conocidos en la historia de la humanidad, en un contexto de tasas por debajo del nivel de reemplazo generacional, lo que está dando lugar a una estructura demográfica inédita. Este cambio se viene pro-

LOS MAYORES DE 55 AÑOS TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO: GENERAN EL 25% DEL PIB EN ESPAÑA Y CONCENTRAN EL 60% DEL CONSUMO. EL 40% DE EMPRESAS DEL IBEX DEPENDEN DEL CONSUMO





REPORTAJE

ciera y el cuidado de la salud, no desde el miedo, sino desde la anticipación inteligente. Una visión que, según subraya, será clave para el futuro de las economías: “Las sociedades que entiendan antes el impacto económico de la longevidad no solo serán más sostenibles, sino también más prósperas”.

Según el Barómetro del Consumidor Sénior del Centro de Investigación Ageingnomics de la Fundación MAPFRE, los mayores de 55 años generan el 25% del PIB en España y concentran el 60% del consumo total. En materia de vivienda, el 84% de este grupo son propietarios y la mayoría (69%) no tiene cargas. Esta realidad se refleja también en las empresas del IBEX: para la mitad de estas compañías, más del 40% de su facturación depende del consumo sénior.

Los consumidores mayores de 55 años gastan un 14% más que el resto de la población, especialmente en sectores como cocina, descanso, reformas, electrodomésticos, tecnología y óptica. El gasto más elevado se observa en muebles de cocina, donde la inversión es un 70% superior al promedio. En cuanto a intenciones de compra, el “top 3” está formado por deporte, viajes y electrodomésticos/tecnología, según el informe zOOM *Los seniors y el consumo*, publicado por el Observatorio Cetelem, que analiza los hábitos de compra de este grupo.

Por ejemplo, las mujeres de entre 55 y 75 años son responsables de la mitad del consumo femenino de productos de belleza en España, según la Cátedra Belsilver Nebrija-L'Oréal Groupe, donde se destacó el alcance social y económico de esta franja de población. También se desmiente el mito de la desconexión digital de la generación silver: hay diez millones de personas de esta edad conectadas, de

No se trata de “no envejecer”, sino de gestionar el proceso de manera inteligente, manteniendo altos niveles de salud, funcionalidad y bienestar.

las cuales el 77% utiliza mensajería instantánea, el 49% busca información en internet y el 72% compara precios *online*. Más de tres millones de *boomers* usan diariamente las redes sociales, pasando más de diez horas semanales conectados.



Con la prolongación de la vida, hablar de envejecimiento saludable es cada vez más relevante. La Organización Mundial de la Salud lo define como “ser capaz de hacer, durante el máximo tiempo posible, cosas que aportan valor”. En España, según los últimos datos del Ministerio de Sanidad, la esperanza de vida saludable al nacer es de 79,3 años: 77,5 en hombres y 81,2 en mujeres.

No se trata de “no envejecer”, sino de gestionar este proceso de manera inteligente, manteniendo altos niveles de funcionalidad y bienestar. Alargar el período de vida con buena salud y autonomía —conocido en inglés como *healthspan*—, junto con la prevención y el retraso de enfermedades asociadas a la edad, está redefiniendo mercados, hábitos de vida y la manera en que la sociedad se prepara para vivir plenamente esta etapa.

El estudio Bienvejecer, elaborado por Alpha Research y Burson para Asisa, revela que nueve de cada diez españoles han modificado sus hábitos para envejecer de forma saludable: más ejercicio físico (54%) y mejor alimentación (52%), motivados principalmente por una mayor conciencia sobre la prevención (63%) y no tanto por enfermedades previas. Mientras que el 27% de las mujeres intenta equilibrar salud y estética, un 61% de los hombres se centra de manera más clara en el bienestar físico y mental. Según el informe, España está dejando atrás el ideal de juventud eterna: envejecer ya no se percibe como

EN ESPAÑA, SEGÚN LOS ÚLTIMOS DATOS DEL
MINISTERIO DE SANIDAD, LA ESPERANZA DE VIDA
SALUDABLE AL NACER ES DE 79,3 AÑOS:
77,5 EN HOMBRES Y 81,2 EN MUJERES.



EL GRAN NEGOCIO DE LA LONGEVIDAD

una pérdida, sino como una oportunidad para cuidarse y disfrutar plenamente de todas las etapas de la vida.

Por otro lado, la creciente preocupación por la salud también se refleja en un aumento del consumo de complementos alimenticios, conocidos como nutracéuticos. Según los últimos datos de la Asociación Española de Complementos Alimenticios (Afejadi), la facturación de estos productos en España supera los 2.000 millones de euros y el 82% de la población ha consumido algún complemento en el último año. Se espera que el ritmo de crecimiento se mantenga, o incluso aumente, en torno al 5% anual, impulsado por factores estructurales como el envejecimiento de la población, una mayor orientación hacia la prevención y la consolidación del autocuidado como hábito. Entre los más demandados se encuentran suplementos de omega-3, magnesio y proteínas.



Para abordar estos avances médicos y científicos, los doctores José Serres y Antonio Ayala, presidente y vicepresidente de la Sociedad Española de Medicina Antienviejecimiento y Longevidad (SEMAL), explican que la medicina del futuro se apoya en las llamadas “cuatro pes”: preventiva, predictiva, personalizada y participativa. La medicina preventiva permite identificar factores de riesgo y anticiparse a la enfermedad; la predictiva estima la probabilidad de desarrollar determinadas patologías; la personalizada adapta los tratamientos a cada persona, y la participativa implica al paciente en el cuidado activo de su salud. El objetivo final es vivir más años y en mejores condiciones.

En cuanto al papel de la genética, señalan que, aunque suele citarse que los hábitos influyen en un 70% de la longevidad frente a un 30% genético, se trata de una estimación orientativa y muy variable. Estudios con gemelos muestran que la longevidad no depende solo de la genética y que su peso puede cambiar mucho entre individuos. Hay personas cuya genética determina hasta un 90% de su longevidad —viven mucho incluso con malos hábitos— y otras con una genética menos favorable que, por mucho que se cuiden, tienen menos años de vida.

BIOLOGÍA VS. EDAD CRONOLÓGICA

Algunos de los mejores hospitales de España, como Olympia Quirónsalud, cuentan ya con la Unidad de Longevidad, que nace de una nueva forma de entender la medicina. Durante décadas, el sistema sanitario se ha centrado en tratar la enfermedad cuando aparece, pero hoy se sabe que muchas de las patologías —cardiovasculares, metabólicas, hormonales, neurológicas o mentales— se desarrollan mucho antes. Por eso se analizan indicadores como la inflamación, el estrés oxidativo, el microbioma intestinal o la calidad del sueño, entre otros indicadores. A partir de estos datos se diseñan planes personalizados de bienestar que, además de aumentar la energía y la vitalidad, ayudan a prevenir el riesgo de enfermedad. Según la Dra. Débora Nuevo, responsable de esta Unidad, estos programas se basan en la prevención y en la edad biológica, no en la cronológica. Por eso se recomienda iniciarlos entre los 35 y 40 años.

En materia de innovación, los expertos destacan que el sector avanza en la identificación de marcadores de envejecimiento para personalizar los tratamientos y detectar procesos como la senescencia celular, en la que las células envejecidas alteran la funcionalidad de los tejidos. A ello se suman los avances en tratamientos hormonales y en el estudio de los componentes de la sangre, que contienen sustancias capaces de prolongar la vida y otras que la acortan; el reto es identificar estas moléculas, como las citoquinas. También destaca la investigación en células madre, que además de transformarse en distintos tejidos liberan señales rejuvenecedoras a través de exosomas, pequeñas vesículas que contienen ácidos nucleicos y proteínas.

Todo ello debe ir acompañado de un mayor conocimiento de las causas de enfermedades hoy incurables, como el Parkinson, el Alzheimer o el cáncer. Como recuerdan los expertos, “mientras estas enfermedades no se sepan controlar o curar, alargar la vida no tiene mucho sentido, pues estaríamos alargando la agonía”. No se trata solo de añadir años a la vida, sino de añadir vida a los momentos que están por venir.