

Expansión

40
DESDE 1986

Fin de Semana

Sábado 31 de enero y domingo 1 de febrero de 2026 | 3,50€ | Año XXXIX | nº 12.039 | Segunda Edición

La Gran Guía de la Vivienda

- Comprar • Alquilar • Hipotecas
- Zonas clave • Fiscalidad

La inversión en vivienda ofrece una rentabilidad anual para alquilar cercana al 7% en el conjunto de España. La Gran Guía de la Vivienda analiza en qué capitales es más rentable comprar, dónde han subido más los precios, con detalle por distritos en las grandes ciudades y en la costa, y cuáles son los mejores lugares para alquilar. Incluye todas las claves fiscales y legales a tener en cuenta. **P1 a 20**

■ Mapa de los precios de compra y alquiler en Madrid, Barcelona y otras grandes ciudades



Telefónica recibe más peticiones que bajas pactadas en el ERE **P5**



Gonzalo Gortázar, CEO de CaixaBank, ayer en la presentación de resultados.

CaixaBank gana un récord de 5.891 millones y vuela un 6,7% en Bolsa **P19-20**

ANÁLISIS Por Salvador Arancibia
CaixaBank aprovecha el crecimiento de España

Iberdrola, Endesa y Repsol disparan su red de recarga de coches **P2 y 3**

El caos ferroviario paraliza el transporte internacional de mercancías **P28**

myinvestor

Haz que tu dinero trabaje por ti



Consulta condiciones en:

myinvestor.es

BOLSA

Valores para ganar con el rally de las materias primas

30/01/26
4.930*

01/01/24
2.624

PRECIO DEL ORO

En dólares por onza

*Al cierre de los mercados europeos.

EL IBEX EN MÁXIMOS

Seis empresas suben más de un 10% en enero

NUEVO PRESIDENTE DE LA FED



Trump elige a Kevin Warsh para sustituir a Powell

■ Tres frases de Warsh para entender la Fed que se avecina

■ Por qué el cambio en la Fed castigó ayer al oro y al bitcoin y dio aire al dólar

EL FUTURO DE INDRA

De los Mozos negociará con Javier Escribano integrar EM&E



José Vicente de los Mozos.

ENTREVISTA | UN NUEVO ORDEN ECONÓMICO



“Los europeos no necesitan más ahorro, sino invertir o gastar más”

Janet Henry, economista jefe global de HSBC

MOTOR

Crecen los híbridos enchufables

Expansión & EMPLEO

Así cambia el trabajo cuando la IA 'hace' tareas

EL MIÉRCOLES

MENSUAL DE BOLSA

ESTILO DE VIDA

Longevidad: el nuevo núcleo del lujo

TENDENCIA Los hoteles más exclusivos crean programas personalizados para que sus huéspedes vivan más y mejor.

Nerea Serrano, Madrid

Arancel fue la palabra del año 2025 según Fundeu. No le quitamos mérito a Trump, pero si la industria turística tuviera su propio diccionario, longevidad estaría entre las más buscadas. Que todos queremos vivir más y mejor no es ninguna novedad, lo relevante es cómo el turismo ha virado del manido *wellness* a programas basados en la ciencia y la tecnología. La razón por la que la industria de la longevidad mueve casi 8.500 millones de dólares, según Longevity World Forum, es porque la sociedad cada vez está más concienciada sobre su salud a largo plazo. “Fisiológica y genéticamente, parece que estamos preparados para vivir más de 120 años, pero el estilo de vida actual está reduciendo tanto la calidad de vida, como la posibilidad de llegar a ser supercentenarios”, advierte el doctor Álvaro Campillo Soto, quien se acaba de incorporar al equipo médico de The Beauty Concept en el área de medicina integrativa y longevidad. El experto da siete claves para alargar la vida: “Una buena composición corporal, evitar el sedentarismo, seguir una alimentación rica en nutrientes esenciales, buenos ritmos circadianos y evitar el *jet lag* social, huir de tóxicos ambientales como tabaco, contaminación o alcohol; una buena gestión del estrés y cuidar la microbiota”. Además, Campillo Soto apunta: “Se está pasando de lo que clásicamente se ha considerado la estética (un cuidado superficial o externo) a lo que debería ser: cuidarnos y nutrirnos desde dentro para conseguir expandir estos beneficios en el aspecto externo”.

Los espacios de *fitness* también están viendo cómo sus clientes ya no solo se esfuerzan para tener un buen aspecto. “Cada vez más personas llegan buscando sentirse bien durante más tiempo. La longevidad se ha convertido en una motivación muy potente: entrenar para tener menos dolor, más vitalidad, mejor descanso y una mente más clara. La buena forma física ya no es un fin en sí mismo, sino una consecuencia natural de cuidarse”, apunta Inés Morán, cofundadora de Casa Barré, con varios centros en Madrid donde practicar esta disciplina de moda que usa la barra de ballet como eje. “Entrenar se ha convertido en una forma de desconexión consciente, y proyectos como el nuestro entienden que el bienestar real aparece cuando el movimiento se vive como una experiencia completa, no como una exigencia”, añade.

Llamada a la acción

El sector hotelero no quiere quedarse fuera de esta tendencia. Hace unos días, Novotel, la marca fundadora de Accor, lanzaba *Longevity*



ALARGAR LA VIDA (Y LA ESTANCIA) EN MALDIVAS

¿Usted es Khapa, Pitta o Vata? Es una de las respuestas que encontrará en **Four Seasons Resort Maldives at Landaa Giraavaru**. Cuál de estos tres biotipos del ayurveda sea determinará el programa que diseñan desde AyurMa, formado por más de 30 médicos ayurvédicos, doctores en yoga o naturópatas. En este spa 3.0, se hace un diagnóstico PraMa, que revela la edad biológica, el equilibrio metabólico y su salud funcional, y el viaje continúa a través de retiros como Panchakarma de 14 y 21 días y de terapias restaurativas. Los huéspedes cuentan con seguimiento online tras el 'check out'.

Everyday, una iniciativa para redefinir el papel de los establecimientos en la búsqueda de la longevidad, cuya economía se prevé que alcance los 4.600 millones de dólares a finales de esta década solo en el sector de los viajes y la hostelería, según la consultora Gitnux. “Hasta ahora, a menudo se ha enmarcado la longevidad como una búsqueda de lujo basada en prácticas de bienestar extremas. Nosotros creemos que la longevidad no consiste en una transformación radical, sino en pequeñas acciones incrementales que perduran y se acumulan con el tiempo. Se vive mejor y más tiempo manteniéndose física y mentalmente sano a través de decisiones sencillas y cotidianas”, afirma Jean-Yves Minet, presidente global de Novotel.

En el sector del lujo, cadenas como Four Seasons están haciendo una gran inversión en el largo plazo. Literal. “La longevidad refleja un cambio fundamental en la forma en que hoy se define el lujo. Los viajeros más exigentes ya no buscan únicamente indulgencia, sino cuidados que generen un impacto duradero. Los programas de longevidad ofrecen conocimiento, continuidad y control sobre el bienestar futuro”, sentencia el doctor Arun Tomson,



senior director del Spa AyurMa en Four Seasons Resort Maldives at Landaa Giraavaru, uno de los hoteles del grupo donde se potencia este perfil holístico. En AyurMa, se realizan diagnósticos PraMa que permiten identificar desequilibrios antes de que se manifiesten como fatiga o enfermedad, mientras que el programa Panchakarma ofrece un reinicio

que aborda las causas raíz en lugar de los síntomas. Pero la verdadera diferencia con “el bienestar tradicional que se centraba en la relajación y el alivio a corto plazo es que la longevidad está diseñada para generar cambios sostenidos”, dice el doctor. Por ello, la atención tras la estancia debe estar al mismo nivel. “Todo ello se apoya en terapias de yoga, nutri-



UNA DIETA COMO LA DE LAS ZONAS AZULES

El equipo de chefs del hotel **Royal Mansour Tamuda Bay**, en el norte de Marruecos, crea menús inspirados en las Zonas Azules, regiones del mundo donde las personas superan los 100 años con vitalidad. Es parte de un programa de salud en el que se usan biomarcadores, escáneres 3D, evaluaciones metabólicas y terapias regenerativas para intervenir en los mecanismos biológicos del envejecimiento. El programa de cuatro días ‘Boost & Balance’ también hace hincapié en la gestión emocional y del estrés.

ción y hábitos de vida que los huéspedes pueden continuar más allá del resort, incluidas sesiones individuales de yoga y rutinas guiadas que evolucionan mediante seguimientos posteriores a la estancia, garantizando que los beneficios se mantengan activos en la vida diaria”, puntualiza el médico.

¿Pero es la longevidad el nuevo estatus del siglo XXI? David Lestelle, director del Medi-Spa de Royal Mansour Tamuda Bay, al norte de Marruecos, cree que “absolutamente”: “El nuevo estatus no es aparentar juventud, sino conservar vitalidad, lucidez mental, autonomía y energía durante más años. Hoy el verdadero lujo es despertarse con claridad, mantener movilidad, gestionar el estrés y disfrutar del cuerpo sin muchas limitaciones”. Y añade: “La longevidad consciente se ha convertido en un símbolo de éxito, disciplina, inteligencia emocional, equilibrio y visión de futuro”.

Y, atención, porque puede hacerle ser (y parecer) mejor líder, según Tomson. “La longevidad representa un cambio del lujo visible al bienestar vivido. Refleja criterio, liderazgo personal y el deseo de mantener energía, presencia y claridad con el paso del tiempo”.



LA SUEROTERAPIA, ELIXIR DE LA JUVENTUD EN MADRID

Los huéspedes de Mandarin Oriental, Ritz, Madrid tienen acceso a programas específicos liderados por los médicos que se han ido incorporando al área de longevidad de The Beauty Concept (marca que gestiona el spa del hotel Ritz). Muchos de los clientes son asiduos a la sueroterapia y en el spa se encargan de prepararles la misma combinación que en su lugar de residencia. La estancia saludable se combina con tratamientos estéticos y médicos.



MOVIMIENTO CONSCIENTE TAMBIÉN EN VACACIONES

Abadía Retuerta y Casa Barré pusieron en marcha hace unos meses una experiencia holística que se repetirá este año en este exclusivo hotel de Valladolid. Esta abadía del siglo XII volverá a ser el marco de clases de barré Interval, una clase coreografiada en barra con intervalos de HIIT; actividades sensoriales en el Huerto de los Monjes; tratamientos específicos en el Santuario Wellness & Spa, y menús para favorecer el equilibrio hormonal y el bienestar digestivo.

Las personas que buscan este estatus son “empresarios, líderes, deportistas, artistas y perfiles cosmopolitas entre 40 y 70 años, aunque cada vez más viajeros jóvenes se interesan por la prevención temprana. Son personas que valoran la privacidad, la excelencia médica y la personalización extrema. No buscan solo descansar. Para ellos, viajar es una herramienta estratégica para vivir mejor”, dice Lestelle.

Morán, que lleva la experiencia Casa Barré a hoteles de lujo como Abadía Retuerta, también ha analizado el perfil de cliente que se apunta a una experiencia hotelera enfocada en la longevidad. “Es un *target* muy alineado con el autocuidado consciente: personas con una vida activa y exigente que valoran el lujo entendido como tiempo, calma y calidad. Son clientes que aprovechan una escapada para resetear cuerpo y mente, disfrutan del movimiento, de la gastronomía saludable, del spa y del contacto con la naturaleza. En

muchos casos ya practican deporte, pero buscan experiencias más profundas y transformadoras”.

Previsión

El futuro de esta tendencia está en la hoja de ruta de los hoteleros. “La longevidad será cada vez más predictiva que reactiva, apoyada en biomarcadores, análisis genéticos, inteligencia artificial y programas que acompañarán al huésped antes, durante y después de su estancia”, asegura Lestelle. Además, el directivo recuerda que los hoteles de lujo no pueden perder de vista lo que busca un huésped. “La longevidad no se debe percibir como un camino restrictivo, sino como una experiencia integrada en el placer y el confort de un hotel de gran lujo; la longevidad del futuro no será una renuncia, sino una forma más consciente de vivir. Los hoteles evolucionarán hacia espacios donde descanso, ciencia, nutrición, tecnología y placer convivan de manera natural”.

DESDE NUEVA YORK

Por Sergio Saiz

Wall Street bajo cero, pero la Bolsa no cierra

Las imágenes de Manhattan sepultada bajo gruesos mantos de nieve, con las calles desiertas teñidas de blanco nuclear, bien podrán servir de inspiración para futuras tarjetas de Navidad de los grandes bancos de Wall Street. La nevada histórica que vivió Nueva York el pasado fin de semana no solo transformó el paisaje urbano, sino que alteró también la rutina diaria en el corazón financiero del mundo. Fue, además, la primera gran nevada para el rascacielos que JPMorgan estrenó el pasado verano en el centro de la ciudad.

El edificio aprobó con nota: el domingo ejerció, literalmente, de faro metropolitano, iluminando desde lo más alto el camino de los pocos neoyorquinos que se atrevieron a salir a la calle en plena tormenta invernal. La corona que culmina el rascacielos es una obra de arte firmada por Leo Villareal iluminada por 1,5 millones de luces LED que se programan cada noche con distintos patrones.

El lunes amaneció despejado, pero con una imponente montaña de nieve a las puertas de Wall Street. La Bolsa de Nueva York abrió con normalidad y con la entrada perfectamente despejada para los *traders*. La escena más llamativa la protagonizaron sus hijos. Los colegios sí habían cerrado y, mientras los padres compraban y vendían en el ajetreado parque, los más pequeños se lanzaban en trineos y plásticos por el montículo helado formado a pocos metros de la sede del NYSE.

Aunque Wall Street es, por definición, un entorno donde la presencialidad de gestores y analistas parece insustituible, la tormenta obligó a muchas instituciones a activar planes de contingencia heredados de la pandemia. Tras los meses más duros del Covid, grandes bancos como Goldman Sachs o JPMorgan impulsaron políticas estrictas de vuelta a la oficina para repoblar sus mastodónticas sedes, pero sin renunciar a la flexibilidad necesaria para seguir operando ante episodios extremos.

El lunes, las mesas de *trading* funcionaron con normalidad, aunque con una presencia física reducida: buena parte del personal optó por trabajar desde casa. No todos llevaron a sus hijos a jugar en la nieve frente a la Bolsa. De hecho, la mayoría eligió el teletrabajo. Y, aunque Nueva York es una ciudad preparada para soportar temporales, con las principales vías abiertas incluso en los peores momentos, las autoridades recomendaron evitar desplazamientos innecesarios mientras el metro y los trenes recuperaban pro-



El pasado fin de semana Nueva York vivió una nevada histórica.

Los 'skeleton crews' son equipos reducidos de personal que aseguran las funciones críticas

El sector financiero cuenta con protocolos heredados del Covid para operar en episodios extremos

gresivamente la normalidad, tras sufrir retrasos y ajustes en el servicio.

La experiencia lo es todo y Wall Street cuenta con un amplio abanico de protocolos para fenómenos meteorológicos severos. La Bolsa de Nueva York, por ejemplo, mantiene sistemas de refuerzo y personal esencial que garantizan la continuidad de las operaciones incluso si solo puede acudir una parte mínima de la plantilla. Son los conocidos como *skeleton crews*, equipos reducidos que aseguran las funciones críticas en persona mientras el resto trabaja en remoto. Estos protocolos no se limitan al parque: también se aplican en las mesas de tesorería de los bancos y en toda la infraestructura clave

para el funcionamiento de los mercados, como las cámaras de compensación y liquidación. Un fallo en estos engranajes supondría un riesgo sistémico para toda la industria. Plataformas de pago, mercados de repo o servicios de mensajería financiera figuran entre los pilares que se mantienen operativos con dotaciones mínimas en este tipo de situaciones.

El martes fue una jornada de transición y, para el miércoles, la mayoría de las oficinas ya funcionaba a pleno rendimiento. Eso no impidió que las redes sociales se llenaran de imágenes y vídeos de trabajadores recorriendo en solitario plantas enteras de estos modernos rascacielos, equipados con la última tecnología y abundante inteligencia artificial, pero no siempre capaces de ajustar la temperatura cuando, en lugar de miles de empleados, solo detectan a un equipo de servicios mínimos. Las fotografías de algunos empleados sentados en sus escritorios con botas de nieve y pesados –además de carísimos– abrigo de invierno dan fe de ello: prendas pensadas para el frío extremo de la calle, a las que muchos tuvieron que recurrir para soportar horas de guardia en la oficina en un día tan atípico como gélido.

