

Tendencias producto 2023

Mobiliario

Iluminación

Textil

Baño

TRENDS **CLUB**
by ambit

ambit
LIVING SPACES CLUSTER

FUTURE



Contenidos



Product trends

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Furniture Trends
Forever design
Nostalgic inspiration
Fluid design | 5 |
| 2. | Lightning trends
Sculptural & rudimentary
Digital realms
Retro nostalgia
Heritage redefined
Minimal & Easy
Healing Lightning | 42 |
| 3. | Textile Trends
New Moderns
Healthy Textiles
Bare Essentials
Joyful Fabrics
Renewed Heritage | 106 |
| 4. | Bath Trends
COVID-proof public spaces
Extra-ordinary activities
Function & hygiene
Humanness | 153 |

Investigación

Pepa Casado D'Amato Fundadora de future-A

Lucía Marín Investigadora de future-A

Coordinación

Joaquim Solana Clúster manager Ambit

Oriol Amat Comunicación y TIC Ambit

Grupo Trends Club

↳ [linkedin.com/groups/12336323](https://www.linkedin.com/groups/12336323)

IG ↳ @AMBITcluster

TW ↳ @AMBITcluster

LK ↳ @AMBITcluster

FB ↳ @AMBITcluster

IG ↳ @futurea_trends

TW ↳ @futureA_

LK ↳ @future-a

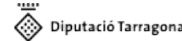
FB ↳ @futurea.ahora

TRENDS CLUB
by ambit

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos por la ley y bajo los apercibimientos legales previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, alquiler o cualquier forma de cesión de la obra sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. Todas las imágenes son propiedad de sus respectivos dueños.

© Ambit 2022. Ambit se reserva todos los derechos y, en particular, los de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, incluso parcial. Las informaciones y datos de este informe han sido debidamente verificados. No obstante, Ambit no acepta ninguna responsabilidad por su uso.

Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea, dentro del marco del Programa operativo FEDER de Cataluña 2014-2020. Objetivo de inversión en el crecimiento y la ocupación. Iniciativa de intervención coordinada PECT EbreBioterritori, operación " Op.6. Identificación, caracterización y comunicación de atributos de sostenibilidad de producto para las empresas hábitat". Objetivo temático: "OT3. Mejorar la competitividad de las PYME, del sector agrícola (en el caso del FEADER) y del sector de la pesca y la acuicultura (en el caso del FEMP)".



Introducción

Entrenar la mirada

Explorar, avistar, revisar, analizar, detectar... Cada día navegamos en los cientos de nuevos productos y diseños que aparecen para comprender cómo se está transformando el sector. Como desde espacios más consolidados, así como desde los márgenes del diseño, empresas y profesionales proyectan el futuro del diseño. Esta publicación es la recopilación del trabajo del coolhunting que desde el trendsCLUB de Ambit llevamos a cabo en diferentes verticales: mobiliario, textil, iluminación y baño. Más allá de los ejemplos independientes, esta recopilación pretende dar una visión global de las tendencias que afectan a diferentes sectores, aportar una mirada cualificada que nos ayude a detectar insights, a conocer cómo innovan otros, un documento de inspiración y reflexión.

Nos parecía interesante recopilar diferentes verticales, porque muchas veces las ideas no parten de lo que sucede en nuestro propio sector, sino de otros más o menos cercanos, que exploran caminos similares o nuevos a los nuestros. Que aportan ideas frescas, que señalan direcciones del cambio interesantes. Esperamos que lo disfrutes.

↳ Pepa Casado, fundadora de future-A

↳ Joaquim Solana, cluster manager AMBIT



Pexels, cortesía de cottonbro

Trends

Forever design



Nostalgic
inspiration



Fluid design



trendsTALK

Furniture trends



#trendsCLUB

TRENDS CLUB
by ambit



- 1 ➤ Nuestra relación con el hogar es más estrecha
- 2 ➤ La relación interior/exterior se intensifica en el hogar
- 3 ➤ Se introducen nuevos paradigmas para el espacio público, donde se aceleran tendencias que ya estaban sobre la mesa (espacios de trabajo, educativos, hospitality...)
- 4 ➤ El fast furniture introduce nuevos criterios para hacer más relevante su producto en un contexto de pérdida.



Dubailand de Aleix Plademunt

1 → La sostenibilidad permea de una forma más intensa en las tendencias

2 → Ya no existe una sola estética relacionada con el producto sostenible.

3 → Las nuevas materialidades generadas por la búsqueda de soluciones sostenibles favorecen la aparición de nuevas formas de entender los colores y acabados.

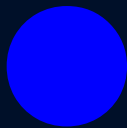
Teniendo en cuenta que los consumidores dan cada vez más prioridad a la sostenibilidad, es cada vez más frecuente que las empresas se comprometan a hacerlo. Ikea ha prometido utilizar madera reciclada y certificada por el Forest Stewardship Council para finales de 2020. Pottery Barn plantará 3 millones de árboles para 2023. Y Herman Miller ha anunciado que usará un 50% de contenido reciclado en todos los materiales para 2030. Integrar productos sostenibles en su cartera de producto deja de ser para las empresas una novedad y **se convierte más en una necesidad**, alineándose con la preocupación de sus clientes por el cambio climático.

El principal desafío de las empresas consiste en analizar cómo las tendencias sociales impactan en sus modelos de negocio y ser capaces de diseñar soluciones que ayuden a mitigar la huella que el ser humano deja en el planeta. **La sostenibilidad se consolida ahora como un eje transversal**, donde los tradicionales riesgos financieros que acarrea “volverse verde” se ven solapados con los cambios tecnológicos, las exigencias sociales y el cambio climático, ya en el punto de mira.



1

Forever
design



● Forever design

La creciente expectativa y posterior demanda por parte de los consumidores de productos y sistemas más inteligentes, sencillos y sostenibles, mueve a las marcas y fabricantes a interesarse por su **responsabilidad compartida con el consumidor**. El desarrollo de estilos atemporales con versatilidad incorporada y la oferta de servicios de arreglo y reparación-que han tenido un gran impulso gracias al DIY en TikTok-son formas de animar a los consumidores a comprar menos y a reutilizar en la medida de lo posible. Diseños democráticos e inclusivos que funcionan mejor, duran más y pueden utilizarse de múltiples maneras, van más allá y animan a los consumidores a que los conciban no sólo cómo se utilizará dicho producto en el presente, sino también cómo existirá en el futuro.

Los materiales innovadores (como los tejidos autolimpiables) y formas y diseños sencillos que resaltan los detalles funcionales son clave. **El mueble como fondo de armario** que no pasa de moda y sabe adaptarse bien a cualquier espacio. La artesanía también es relevante, pero se ve a través de un filtro tecnológico que valora en el diseño digital a la par que la minuciosa habilidad de los artículos hechos a mano. Forever design es **una visión clara y responsable de lo que puede ser y hacer el buen diseño**.



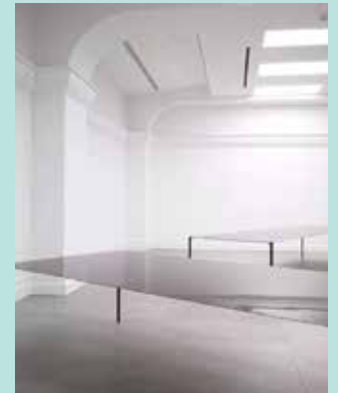
Auping

[Design direction]

CLEAN MINIMALISM

La filosofía de comprar menos pero mejor cala entre los consumidores, que se preocupan por adquirir productos que reflejan este espíritu, centrándose en materiales duraderos, líneas limpias y utilidad y funcionalidad reales.

CASE ➔ La colección **Rugosa** de Kalon Studios utiliza sólo cuatro materiales, pero puede personalizarse para adaptarse a los estilos y necesidades de los consumidores.



SEEN IN
MILAN

Kalon Studios · Arflex · Established & Sons

[Design direction]

● Forever design

ASEPTIC YET EMOTIONAL

Diseños de aspecto tecnológico con formas curvas, y en tonos neutros y que utilizan materiales nobles combinándolos con plástico o metal.

CASE ➔ Creada por el diseñador Kun Qi, los muebles de la marca **Kun Design** combinan la utilidad con la calidez emocional, produciendo piezas versátiles que proporcionan una sensación de relajación.

CASE ➔ El escritorio Upon de **UFOU** está diseñado con la idea de que la persona que lo usa vaya cambiando de posición y se mantenga física y mentalmente saludable. Sus contornos estilizados, hacen que encaje fácilmente sin comprometer demasiado el espacio.



Kun Desing · Normann Copenhagen · UFOU

[Design direction]

● Forever design

SIMPLE MATERIALS

El corcho, el cartón y los tableros de madera contrachapada, tradicionalmente reconocidos como materiales baratos se elevan a contextos de gama alta para conseguir impacto visual.

CASE → El estudio del artista **Peter Randall-Page** se reviste de arriba a abajo en forma de caja de corcho, asegurando el aislamiento.

CASE → La marca danesa **Aspekt Office** acaba de lanzar unos herrajes de aluminio lineales para Reform CPH, mostrando cómo los materiales pueden ser sencillos y refinados al mismo tiempo.



Peter Randall-Page · House Doctor · Aspekt Office x Reform CPH

solo
1 de
cada 5

consumidores confía en los
claims que las marcas hacen
de sí mismas sobre cuán
sostenibles son

→ Fuente: The Knowledge is Power – Consumer Trust in
Sustainability Report

[Design direction]

● Forever design

ELEVATED PLYWOOD

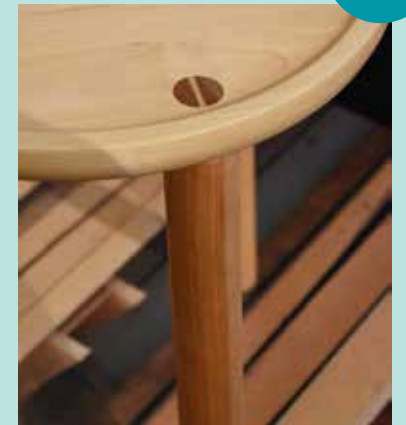
El contrachapado, tradicionalmente asociado a los muebles baratos e impersonales, reaparece con nuevos diseños que celebran el aspecto neutro y minimalista del mismo.

La madera contrachapada, un material de construcción tradicional, se ha utilizado en los últimos años como material de interior, cubriéndolo todo, desde armarios de cocina hasta muebles, iluminación e incluso boutiques de lujo.

CASE ➔ El proyecto **Fogo Island Workshops** es un proyecto colaborativo que junta a diseñadores de todo el mundo con los artesanos de la isla de Fogo (Canadá). Tradición y modernidad y los métodos manuales y mecánicos se unen para crear piezas sencillas y donde la utilidad es la función principal.



SEEN IN
MILAN



Mythology New York · Maria Bruun · Fogo Islands Workshop

[Design direction]

● Forever design



Sustainability

SPECKLED UPHOLSTERY

Los tonos medios y neutros se vuelven más interesantes a partir de tapizados redondeados con hilaturas combinadas con otros colores, elevando los textiles con detalles en el propio tejido. Las mezclas de tejidos para crear estos tapizados hace más fácil que puedan utilizarse hilos reciclados, ya que el acabado “imperfecto” forma parte de la propia estética de la tela.

CASE → La colección Oceanic de **Camira** se produce con su hilo SEAQUAL, fabricado con plástico oceánico reciclado. Kork se fabrica con corcho de origen responsable.

CASE → **Hee Welling** ha fabricado su silla Rely con un 100% de plástico reciclado y un 45% de lana reciclada utilizando restos de hilo de hilanderos del Reino Unido.



SEEN IN
MILAN



Camira fabrics · Hee Welling · Herman Miller

[Design direction]

● Forever design



Sustainability

REPAIRABLE & DISASSEMBLED

Soluciones que permiten el ensamblado y desensamblado de los muebles promueven una vida útil más larga, con mobiliario que se puede almacenar en poco espacio o fundas y protectores lavables.

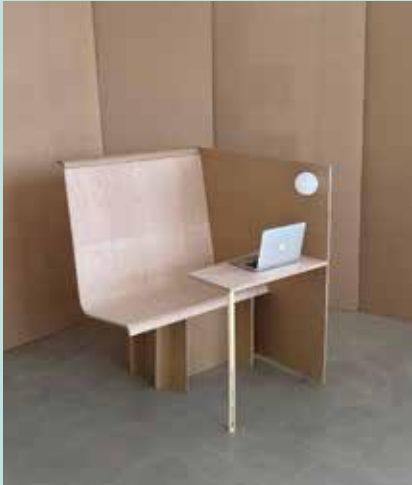
CASE → El sistema de sofás Costume de **Stefan Diez** está fabricado con polietileno reciclable y se puede desmontar y limpiar fácilmente.

CASE → **Gervasoni** presentó en Milán la nueva versión de los muebles tapizados Ghost, ya iconos del Second Life gracias a la funda extraíble que permite cambiar el sofá sustituyendo su cubierta, ahora fabricadas con materiales certificados reciclados y reciclables de fuentes renovables.



SEEN IN
MILAN

Stefan Diez · Spacestor · Gervasoni



- ↳ Contornos redondeados
- ↳ Enramados
- ↳ Madera
- ↳ Desmontables
- ↳ Multifuncionalidad
- ↳ Good design

2

Nostalgic
inspiration



● Nostalgic inspiration

Darse una vuelta por Instagram estos días supone encontrarse con un gran número de fotos de diseño de interiores. Es comprensible, pues durante la pandemia las aspiraciones de los consumidores han pasado de la moda a los muebles. El resultado es un mercado emergente de vendedores emprendedores que ofrecen decoración vintage curada a través de sus cuentas de Instagram, con algunas piezas que se han convertido en iconos de las redes sociales y ya cuentan con cientos de copias de las mismas.

En un mundo de producción en masa, lo vintage ofrece una forma de **conseguir algo único y, al mismo tiempo, consumir de forma responsable**, una prioridad para los consumidores de la Generación Z, principal *target* de la red social. Si a esto se le suma que la mayoría ha tenido que quedarse entre las paredes de su casa mirando sus muebles, las compras online de artículos para el hogar han aumentado de forma espectacular. En el Reino Unido, las ventas online de productos para el hogar crecieron un 74,4% en 2020, y los artículos para el hogar y la decoración aumentaron un 108%, según la empresa de estudios de mercado IMRG. **La nostalgia se ha convertido en un claim poderoso para atraer a los consumidores**, que ven ahora artículos propios de los rastros en interiores que a ellos mismos les gustaría habitar.



Bobvila

[Design direction]

CURATED RETRO

● Nostalgic inspiration

Los interiores vintage, el uso atrevido del color y el estilo modernista impulsan esta dirección de diseño. De hecho, las **búsquedas globales en Google de "muebles retro online" han aumentado un 110% anual.**

CASE ➔ La mezcla de materiales confiere una sensación de lujo renovado a piezas actuales, dando a las piezas que participan de esta estética una sensación de pieza retro. La lámpara de mesa de **made.com** utiliza detalles metálicos en el pie de esta que acaba en las formas geométricas de la pantalla.



Field Tiles · Design By Them · MADE.com

[Design direction]

MIDCENTURY REMINISCE

● Nostalgic inspiration

Las referencias Midcentury resultan de gran influencia sobre todo para contract y hostelería, donde una interpretación más ecléctica con referencias mixtas de colores y acabados contrastados consigue entornos de estética nostálgica pero traída a la modernidad.

CASE ➔ Una pequeña porción de la Norteamérica vintage se cuela en el norte de Londres. La transformación de esta casa a manos del **Studio Hagen Hall** se convierte en un hogar de inspiración californiana de los años 70 se completa con un estudio de grabación para una joven pareja de músicos.



Karelinn Hotel · Maltsev Design · Studio Hagen

[Design direction]

WARM WALNUT

● Nostalgic inspiration

Desde pequeños accesorios hasta grandes muebles, el nogal vuelve como consecuencia de la vuelta del estilo midcentury, con sus tonos cálidos y su atractivo retro. Combinado ahora con otros materiales como el cristal y los metales, logra dar una calidez añadida a los espacios interiores.

SEEN IN
MILAN



Turri · Zanat · Frédéric Pellenq

[Design direction]

VINTAGE BURLWOOD

● Nostalgic inspiration

Se trata de una madera de aspecto decorativa muy popular en la década de los 70 y cuyo aspecto se recupera en diseños de estética retro y acabados brillantes que dejan a la vista los patrones que forman los remolinos de la superficie.

CASE ➔ Metro de **Mermelada estudio** para CB2.

CASE ➔ Hixon Burlwood Side Table de **Dear Keaton**.



CB2 · Dear Keaton · Brabbu · Stilo Design Studio.

[Design direction]

HERITAGE RESET

● Nostalgic inspiration



Sustainability

El interés de los consumidores por revivir el pasado impulsa un nuevo gusto por las antigüedades y objetos vintage, con especial atención a los muebles de gran tamaño y de formas tradicionales y los tocadores y armarios tipo boticario.

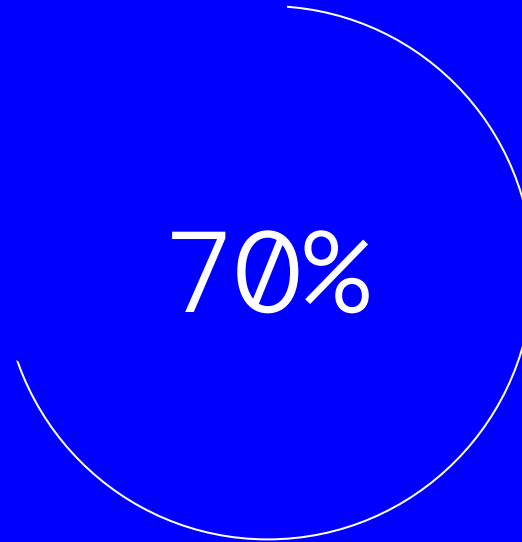
Reinterpretar piezas clásicas a partir de técnicas y acabados tradicionales da la sensación de "viejo mundo" para el consumidor actual. Combinar estilos y fusionar disciplinas ayuda a crear diseños innovadores que se adaptan a la actualidad.



The Times · Reinaldo Leandro & Patrick McGrath · Schumacher



se ha incrementado la
búsquedas de "muebles
ecológicos" y "muebles
sostenibles" en internet



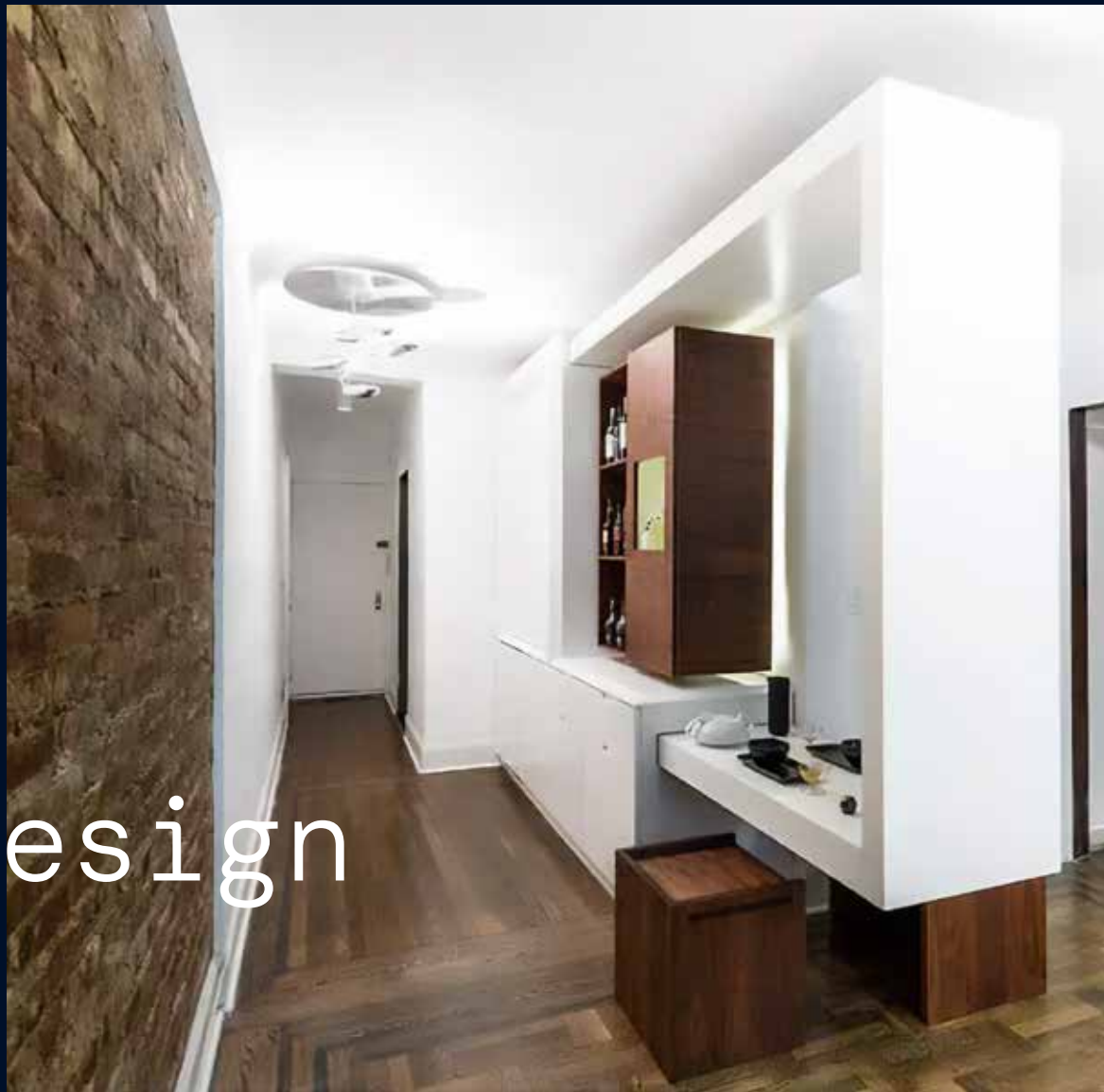
aumento de las ventas de
muebles de segunda mano en
2025 con respecto a 2018

↪ Fuente eBay

↪ Fuente ResearchAndMarkets.com

3

Fluid design



● Fluid design

Los interiores flexibles han adquirido una relevancia importante tras los cambios que desde hace año y medio han alterado la forma en que utilizamos tanto nuestros hogares como los espacios comerciales. Productos adaptables que hacen más flexibles los interiores, dependiendo de los modos o momentos del día forman parte de una nueva categoría de producto con lenguaje y códigos propios. El hogar flexible de hoy en día debe acomodar un sinnúmero de tareas en espacios más reducidos, pero sin que ello afecte a la estética o al diseño interior.

La flexibilidad se integra en todas partes del espacio, desde muebles hasta arquitectura, rompiendo los límites de lo que un mismo objeto puede hacer y adaptándose de forma infinita al usuario. Los mobiliario realizan un cambio **de objeto a sistema** lo que cambiará el paradigma del sector a muchos niveles.



Freaks Architecture

[Design direction]

● Fluid design

FLEXIBLE DESIGN

La versatilidad nunca ha sido tan importante en los espacios residenciales y comerciales, ya que los consumidores buscan definir áreas y maximizar su espacio. Muebles que con unos pocos gestos permitan que un espacio salte de un nivel de privacidad a otro, eliminando la frontera entre oficina, hospitality y residencial.

CASE → El diseño de oficina-club de **Note Design Studio** para la consultora tecnológica Samsen utiliza diseños flexibles y una disposición inteligente para acomodar a un gran número de personas en un espacio reducido, además de hacerlo apto para el día y la noche.

CASE → La colección de muebles Run de **Sam Hecht y Kim Colinas** destacan por ser piezas que resultan útiles en múltiples escenarios, desde interior hasta exterior, residencial u hospitality.



Woby Design · Note Design Studio · Sam Hecht & Kim Colin

[Design direction]

● Fluid design

CREATIVE STORAGE

Los hogares cada vez más pequeños llevan a una latente falta de espacio, y junto con la mentalidad de acaparar menos, surgen tb soluciones de almacenamiento que a parte de ser estéticas per se, abren el espacio y eliminan el desorden.

CASE ➔ El diseñador **Claudio Larcher** ha lanzado recientemente una nueva colección de muebles bajo su estudio de diseño homónimo. Bautizada como Belt Furniture, la colección de armarios de metal perforado se caracteriza por el par de cinturones que recorren los laterales, con cuatro ruedas que permiten el movimiento de cada mueble en el espacio.



Noiascape · Claudio Larcher · Poltrona Frau

[Design direction]

● Fluid design

DEFINING SPACE

Los muebles que zonifican el espacio están en auge, como resultado de la sustitución de la distribución de planta abierta por la de planta partida.

CASE → El sofá Cinna se convierte en un sofá cama en cuestión de segundos.

CASE → Mirando al pasado para desarrollar diseños contemporáneos, el divisor de **Formanuda Design** recuerda a las columnas jónicas de la antigua Grecia. Se sostiene por sí mismo gracias a su forma sinuosa y a su base de mármol, y está fabricado con un tejido endurecido por un tipo de resina flexible.



Gudee · Cinna · Formanuda Design

[Design direction]

LOUNGING AROUND

El aumento de tiempo metidos en casa ha acelerado un cambio en los consumidores que se refleja en la búsqueda de muebles que ofrezcan una estética y atractivo de descanso. La tendencia del cosy living es transversal y se mantiene tanto en mobiliario de interior como de exterior. Marcas y fabricantes exploran nuevas oportunidades de productos que permitan a los consumidores estar cómodos mientras están en casa, con estilos fluidos y acogedores que responden a la creciente demanda de self-care.

CASE ➔ Sillones que forman un híbrido entre chaise longue y puf crecen en popularidad, ya que son ligeros y pueden transportarse de un lado a otro con facilidad. Ej: Natuzzi o Gan



Jotex · Saba Italia · Natuzzi · Kensaku Oshiro x GAN

[Design direction]

WORK & LOUNGE

A medida que los consumidores pasan más tiempo trabajando desde casa, muebles y accesorio como asientos-puff y escritorios portátiles serán los principales impulsores de los nuevos espacios para trabajar, ya que el ocio, el trabajo y el hogar siguen entremezclándose e impulsando el diseño de productos y espacios.

● Fluid design



C-color · Frigerio · Moon Pod

«[I wanted to] design pieces that you're able to interact with on some level, and maybe even experience from a more tactile perspective».

Rich Mnisi

Artista y diseñador sudafricano

[Design direction]

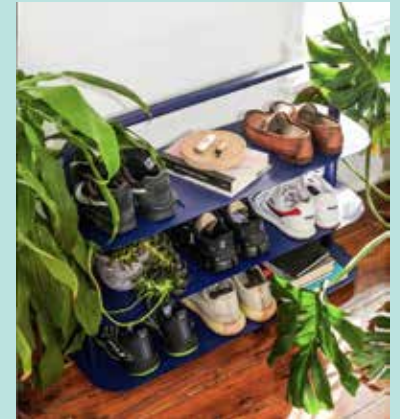
● Fluid design

NON-TARGETED USE

Objetos personalizables diseñados a partir de formas modulares aparecen ya en todas las categorías de productos, como demanda de formas de vida flexibles, desde soluciones para espacios pequeños hasta construcciones escultóricas.

Los diseñadores juegan con la construcción de sus piezas, buscando optimizar tanto la utilidad como su disfrute.

CASE ➔ La pieza de **Prerna Sharma** pasa de ser un pilar totémico a tres piezas que pueden utilizarse como taburetes o mesas.



UFOU · Open Spaces · Prerna Sharmaa

[Design direction]

● Fluid design

COLOR BLOCK

El color se vuelve la principal forma de actualizar las gamas y colecciones permanentes, añadiendo la opción de personalización. Los colores sencillos y las combinaciones simples pero llamativas dan vida a los diseños principales en una amplia gama de escalas y materiales.

CASE → El diseñador **Muller Van Severen** y la marca danesa **HAY** se alían para dar lugar a una colección de muebles con tonalidades brillantes que van desde las mesas y aparadores hasta iluminación y accesorios de estética limpia y minimalista.



Finery Studio · Dedar · Muller Van Severen x HAY · Hem

[Design direction]

● Fluid design

TUBULAR DESIGN

Otra forma de suavizar los diseños industriales es con el uso de estructuras tubulares, con diseños curvilíneos y llevados a la máxima sencillez, tanto para interior como para exterior.

CASE ➔ La marca **Insteel** parece haber entendido el reto a la perfección: tonos medios brillantes hacen más ligeras las estructuras tubulares llevadas al esencialismo más puro y las convierten en vivos detalles que transforman cualquier entorno, tanto interior como exterior



Hot Wire Extensions · Andrew Edge · Colavene · Insteel

9.7

millones de toneladas de muebles fueron desechadas en 2018. El equivalente al 80% de los muebles que se fabricaron ese año.

50%

aumento de muebles desechados en los últimos 20 años.

[Design direction]

● Fluid design



Sustainability

EVERLASTING FURNITURE

A medida que la sociedad adopta la mentalidad de comprar menos, y buscan objetos que cuyo uso dure más tiempo, aumentan las oportunidades para las plataformas y marcas que permiten un uso extendido de sus productos con iniciativas de cuidado de los mismos, promoviendo su reutilización. Este enfoque responde a la creciente demanda de diseños a largo plazo y, por tanto, más sostenibles.

CASE ➔ La marca japonesa **Färska** propone una cuna que se convierte en parque de juegos, escritorio para varias edades o sofá infantil.



Färska · @dominomag · Toou

[Design direction]

● Fluid design



Sustainability

RISE OF RENTAL

En una sociedad cada vez más fluída, los ciudadanos ya no se establecen para el resto de sus vidas en un único lugar, lo que supone una cada vez máyor cantidad de mudanzas, que resultan costosas tanto para el consumidor como para el medio ambiente. A medida que los estragos del “fast furniture” hacen mella en los vertederos, lleva en alza desde hace unos años la que parece la solución al problema: el alquiler de muebles que libere a las personas del compromiso de poseer muebles, adaptándose así a los estilos de vida actuales y a la asequibilidad.

CASE → **Fernish** ofrece un modelo de suscripción que permite a los consumidores alquilar muebles y objetos de decoración de alta gama de manera flexible.



Harth · ZZ Driggs · Kamarq · Fernish



- ↪ Fluidez
- ↪ Plástico reciclado y reciclable
- ↪ Ergonómico
- ↪ Separación del espacio
- ↪ Integración perfecta
- ↪ Modular

Trends

Sculptural
and
rudimentary



Digital
realms



Retro
nostalgia



Heritage
redefined



Minimal &
easy



Healing
lighting



trendsTALK

Lightning trends



#trendsCLUB

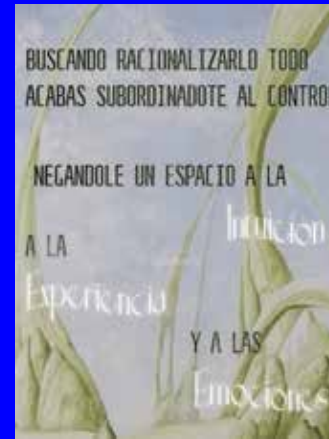
Drivers



The tech paradox

El placer de desconectarse en un mundo conectado, la búsqueda de sensorialidad dentro de la tecnología. La paradoja tecnológica habla de un mundo donde digital y real se fusionan.

→ [img](#) Virgil Abloh for Evian



Salud holística

La salud mental se desestigmatiza entre los jóvenes, y cada vez ampliamos más el concepto de lo que es estar sano. El mercado global del bienestar mental tiene un valor de 98,3 mil millones €.

→ [img](#) @culomala

Espiritualidad renovada

La búsqueda de un nuevo sentido de la espiritualidad es clave para entender nuevos códigos estéticos que miran en lo totémico una fuente de inspiración

→ [img](#) Doug Wheeler installation at David Zwirner, New York



La nostalgia y lo vintage

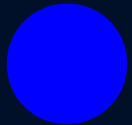
Las visiones nostálgicas del pasado son un fenómeno cíclico en todas las crisis. Se trata de una romantización del pasado que nos devuelve a territorios donde nos encontramos seguros.

→ [img](#) Hunter Valley Shiraz Spirit de Archie Rose, Australia



1

Sculptural & Rudimentary



● Sculptural & rudimentary

Si de algo se ha hablado durante la pandemia en lo relativo al hogar es de la importancia que han cobrado los espacios que habitamos como lugares de sanación. Mientras la higiene se ha convertido en una cuestión clave desde el punto de racional, también ha emergido una visión más emocional de lo que significa el hogar. Una visión guiada por una tendencia donde la **espiritualidad** ha cobrado gran relevancia.

El diseño explora su fascinación por lo arcano, con una mirada que explora las **formas primitivas, en crudo y casi totémicas**. Una tendencia que cobra gran relevancia precisamente en el sector de la iluminación, por su capacidad de conectar lo material (soporte) y lo inmaterial (luz). Se trata de una tendencia que conecta con una naturaleza en crudo, buscando nuevas estéticas a partir de elementos tradicionales, como la piedra, pero trabajados con nuevas técnicas fabriles. Inspiraciones orgánicas y esculturales, que toman referencias del brutalismo y que conectan con nuevas estéticas alejadas de los estándares de belleza. Una tendencia que conecta con las nuevas corrientes de decoración de interiores, donde el espacio se concibe como un lugar de conexión emocional y de reflexión introspectiva.



La nueva concept store de Sorgenfri en Oslo ofrece piezas de arte y diseño seleccionadas en un espacio que fusiona la estética futurista con la primitiva.

[Design direction]

COLLISION SPACES

● Sculptural & rudimentary

Siluetas redondeadas y bulbosas y bombillas de tamaños sobredimensionado dotan de suavidad a materiales típicamente percibidos como duros. Se trata de piezas que añaden una dimensión lúdica, gracias a la búsqueda de formas a modo de esculturas que invitan a tocar, casi como una terapia táctil. Piezas lúdicas y de aspecto amable y escultural que invitan a los consumidores a coger y tocar en un momento en el que los psicólogos señalan una pandemia derivada, la de la soledad, donde muchas personas llevan meses sin tener contacto físico con otros. Es precisamente cuando la dimensión táctil del objeto añade nuevas capas de funcionalidad.

CASE ➔ Lámparas de mesa Hug Lamps de **Mark Mitchell** que se iluminan al “abrazarse”.



Haute Living · Kelsie Rudolph · Chiara Colombini Mark Mitchell

[Design direction]

RAW TACTILITY

● Sculptural & rudimentary

La cerámica y el barro pasan a un primer plano como materiales que reproducen, en seco, una tactilidad y rugosidad en sus acabados imperfectos. Se buscan piezas donde las cualidades artesanales de estos materiales destaquen y ya no preocupa un pulido perfecto de las superficies. El peso que confiere la cerámica a las piezas se suaviza con otros materiales de origen natural como las fibra naturales que aportan una mayor ligereza.

CASE → Lámpara de porcelana hecha a mano de **Jes Paone**, que evoca al desierto.



Mullan Lighting · Faina Design · Jes Paone · Harvey Bouterse

[Design direction]

GEOLOGICAL INSPIRATION

● Sculptural & rudimentary

Las lámparas imitan ese estado natural y en crudo de la naturaleza, tomando como inspiración las piedras y rocas que se encuentran en el exterior y trabajando la cerámica como material principal con el que emular estas texturas de forma realista. La imperfección productiva emula las perforaciones interiores de las piedras creadas tras la expulsión de oxígeno o gases atrapados en el interiores. El objetivo es crear una materialidad con apariencia de antigüedad.



Tayga Design · David Pompa · LGS Studios

[Design direction]

UNTREATED STONE

● Sculptural & rudimentary

La conexión con el exterior y la naturaleza sigue influyendo en el diseño de producto, con referencias al aire libre y los efectos que sus cambios ejercen sobre el paisaje.

Los minerales y las rocas inspiran haciendo que los diseñadores dejen conscientemente bordes expuestos y sin terminar en sus diseños, ofreciendo tactilidad a partir de distintos niveles de rugosidad e imperfecciones.



Carstein in der Elst · Decorpad · Maxime Bellaunay

[Design direction]

TOTEMIC DESIGN

● Sculptural & rudimentary

El creciente interés de los consumidores por el simbolismo se traduce en piezas que además de funcionales tengan un aspecto decorativo, como tótems que hacen referencia a lo sobrenatural y lo arcano.

La madera y las piedras sin tratar mezcladas con otros materiales también de esencia natural, consiguen ese aspecto primitivo que devuelve al usuario a épocas más sobrias y elementales.



Folk · West Elm · Atelier Pierre Charpin

[Design direction]

RITUALS AND SIMBOLS

● Sculptural & rudimentary

Crece el protagonismo de luces y lámparas con formas redondeadas que se inspiran en los planetas y las estrellas, en consonancia con un renovado interés de los consumidores por la espiritualidad new age que busca dar un sentido de orden a la vida, precisamente en un momento donde la situación económica y social resulta caótica y estresante.



Ulle Von Folador · 101 Copenhagen · VP Interiorismo

[Design direction]

● Sculptural & rudimentary

SUSTAINABLE CREDENTIALS

La sostenibilidad ya no es una moda, sino un modo de vida, y los consumidores concienciados exigen a las marcas productos éticos y respetuosos con el medio ambiente. A raíz del deseo de tener un hogar más ecológico, los artículos reciclados o reutilizados o hechos a partir de materiales innovadores se posicionan como la alternativa, y participan de una estética que, o bien celebra sus orígenes, o bien ofrecen un aspecto sutil con colores naturales y texturas desiguales.

CASE ➔ Lámpara hecha a partir de desechos de la industria alimenticia por Ayse Yilmaz para **Ottan Studio**.

CASE ➔ Folium, del diseñador **Morgan Ruben**, es una lámparas creada con setas y cáñamo.



Dedal · Morgan Ruben · Ottan Studio

● Digital realms

A medida que la realidad se vuelve más programable, se define una estética visual que refleja la **artificialidad del mundo virtual** junto con nuestras interacciones cotidianas. Los códigos propios del mundo digital se traducen en un diseño de producto que toman las referencias del uso de la luz, la paleta de colores y los materiales de nueva generación. Sin embargo, esta estética evoluciona hacia un territorio más cercano, a través de una gama cromática que explora terrenos con mayor presencia de blanco.

Una tendencia que bebe directamente de la generación de nuevas realidades digitales a través de **herramientas de diseño 3D**. Una nueva digitalidad real, que exploran vertientes llenas de surrealismo, con una búsqueda de materiales de corte claramente tecnologizados.

Es en esta tendencia cuando mayor **importancia toma la luz como materia**, generando un juego de desalineación entre objeto y proyección lumínica.



Tsar Carpets

2

Digital
realms



«Las posibilidades que tienen los creativos de utilizar esta poderosa herramienta para planificar y proyectar una idea, y luego lograr resultados realistas, cambia todo el juego»

Ezequiel Pini

Director de arte del estudio digital Six N Five

[Design direction]

● Digital realms

DIGITAL COLOUR

La estética Digi-Real es cada vez más popular gracias a los efectos ombré, los tonos exagerados y las transparencias, fomentando un mundo candy-industrial altamente instagramable.

CASE ↪ Lámpara de **Sabine Marcelis** que combina formas futuristas con colores vibrantes.

CASE ↪ Columna luminosa de **Crosby Studios** con apariencia pixelada.

CASE ↪ Murano Chandelier, araña de **1st DIBS** con cristales de colores.



Hay · Sabine Marcelis · Crosby Studios · 1st DIBS

[Design direction]

● Digital realms

LIQUID FINISHES

Las formas curvas, onduladas y fluidas dan un aspecto blando a materiales como la madera y el vidrio que desde siempre han simbolizado solidez.

Las formas esculturales dan al material un nuevo aspecto, más parecido al de los materiales diseñados digitalmente o impresos en 3D.

CASE ➔ El aplique Ceto de **Ross Gardam**, captura la variación y ondulación de la superficie del océano.

CASE ➔ La lámpara Be Water de **Fernando Correa** refracta la luz que atraviesa el cilindro de vidrio de borosilicato deformado rotatorio y proyecta así hacia arriba llamaradas de luz fluctuantes en continuo movimiento.



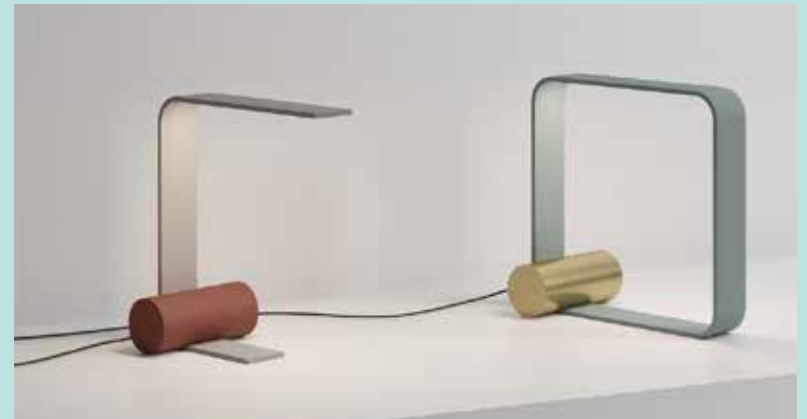
Ross Gardam · Ingrid Segring · WAW Collection

[Design direction]

● Digital realms

DIGITAL SCAPE

Explorando los límites entre la estética real y digital, el mundo *phygital* se traslada a la iluminación partiendo de colores editados digitalmente y con superficies hiper brillantes y patrones pixelados para un aspecto digitalizado. Una vuelta a esa primera estética derivada del mundo informático.



Hedwich Hooghiemstra · MUNA · Studiopepe

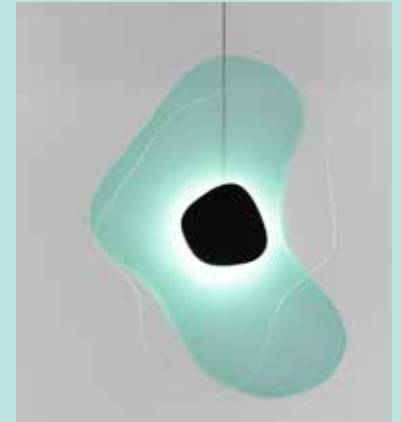
[Design direction]

● Digital realms

ETHEREAL TRANSPARENCIES

A partir de las transparencias y efectos translúcidos tanto en vidrio como en plástico, se generan productos que parecen visualmente ligeros y como sacados de otro mundo, en una mezcla de estética del mundo real y virtual. Los gradientes de colores pastel y los tonos saturados generan un atractivo a la vista de relajación y calma.

CASE ➔ Inspirada en un halo lunar, la lámpara modular Luna de **Gabriel Scott** crece vertical y horizontalmente a medida que se ensamblan más piezas a ella, apilando color sobre color de diversas formas de vidrio soplado.



Sabine Marcelis · Richard Clarkson · Luna de Gabriel Scott

[Design direction]

● Digital realms

SOFT INDUSTRIAL

Colores pastel y superficies extra pulidas ablandan los acabados metálicos de estos diseños que destacan por sus formas sencillas y lúdicas, jugando con bordes suavizados y formas redondeadas.

CASE ➔ La serie de lámparas BLOCK de **Sylvain Willenz** se fabrica con a partir de la fundición de vidrio inspirado en la técnica de la cera perdida, pero en lugar de cera, cada pieza se fabrica y ensambla a mano utilizando como base un tablero de poliestireno expandido (EPS). El EPS, que en principio se conoce por ser un material industrial barato y ligero, se ha convertido en una pieza visualmente pesada y cuidadosamente elaborada.



Muuto · Calen Knauf · BLOCK de Sylvain Willenz

[Design direction]

● Digital realms

DIGI-REAL

El juego de materiales, con texturas y patrones que parecen sacados de renders en 3D, difumina la línea entre lo virtual y lo real añade tactilidad a los diseños.. Las superposiciones de materiales que crean desenfoques y degradados generan ese efecto playful que parece sacado directamente de Photoshop.



Millelumen · Soft Geometry · Zero

[Design direction]

● Digital realms

TRANSPARENT ILLUSIONS

Con la superposición de materiales transparentes y cambios en el tratamiento del color de las lámparas, se construyen espacios de estética hi-tech y se genera ilusión de profundidad. La superposición de materiales transparentes de diferentes colores genera un atractivo visual escultural y matérico en cualquier rincón de un espacio.



Yoshiki Matsuyama · Alex Brokamp · Schmitz

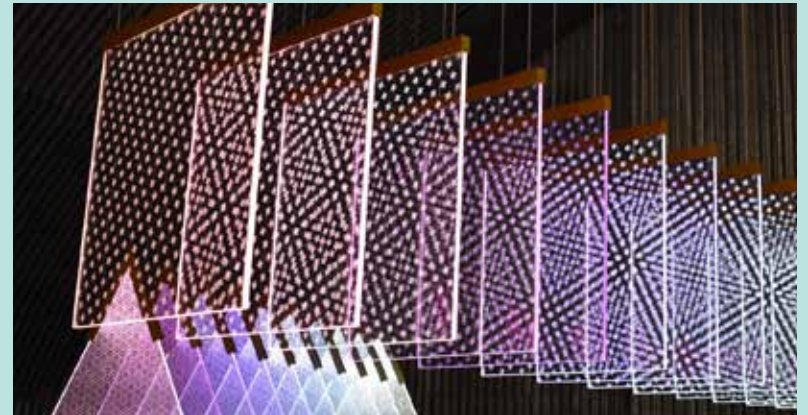
[Design direction]

● Digital realms

LIGHT INTERPLAY

Las lámparas diseñadas a partir de materiales con dibujos y texturas y de estructuras a capas, transforman los interiores en espacios envolventes.

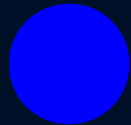
En este caso, el tratamiento de la luz y el color ayudan a dar sensación de profundidad, creando un interés visual e intrigante hacia el punto en que se refleja la luz.



Ane Lykke · Lorekform · Dai Nippon Printing

3

Retro
Nostalgia



«Generalmente, la gente encuentra consuelo en la nostalgia durante tiempos de pérdida, ansiedad, aislamiento o incertidumbre»

Krystine Batcho

profesora de psicología en Le Moyne College en Syracuse, Nueva York

● Retro Nostalgia

Solo en EEUU las ventas de helados aumentaron un 13,4% (fuente: Dairy Foods) durante 2020. La respuesta está en la búsqueda por parte de los consumidores de **comodidad y cercanía**. Universalmente, la comida que proporciona a los consumidores una dosis de nostalgia ha experimentado un aumento en popularidad a medida que la gente busca recrear la sensación de "los buenos viejos tiempos". Las recesiones pasadas también lo indican. La gente tiende a quedarse en casa y buscar indulgencias cercanas y conocidas.

En lo relativo al diseño, la nostalgia se traduce en la recuperación de estilos decorativos relacionados con tiempos percibidos como más sencillos y divertidos. En especial, los **años 70** son una de las décadas que se están recuperando, reflejado en una paleta de color **envejecida y saturada** que recuerda el estilo intenso de la década.



Inkiostro Bianco

[Design direction]

● Retro Nostalgia

BACK TO 70's

En consonancia con el creciente gusto de los consumidores por lo vintage, la nostalgia y el nuevo retro se establecen como conceptos en iluminación, con el objetivo de crear futuras reliquias.

La inspiración en el pasado reciente con combinaciones de colores actualizadas y patrones gráficos modernos traen la estética retro al panorama actual, generando así una sensación renovada de los productos para el consumidor contemporáneo.

CASE ➔ Palm por La Récréation + P.Angelo
Orecchioni Arch para **Marioni**, de latón cepillado, cerámica y cristal satinado.

CASE ➔ Colección **Jean Tarasin - Pani Jurek**, combinando formas caligráficas y colores y materiales llamativos.



Jean Rarasin · Pani Jurek · Maroni

[Design direction]

● Retro Nostalgia

RETRO KITSCH

Las lámparas de mesa de estilo cotidiano se actualizan con formas inesperadas que participan de un estilo maximalista, con atrevidos juegos de colores, formas geométricas en relieve y una estética donde prima el mix&match.

CASE → Howdy Floor Lamp de **Trueing y Takahashi**, con brazos de cristal trabajados a mano.



Trueing y Takahashi · Oscar Piccolo · Lulu LaFortune

[Design direction]

VITAMINED COLOUR

Las siluetas vintage se actualizan con el tratamiento del color que se les aplica, siguiendo con ese gusto de los consumidores por lo retro y vintage, que no hará más que crecer de 2021 en adelante. Las influencias retro, off-modern y vintage siguen siendo clave, con un énfasis en la conservación, la preservación y el gusto personal.

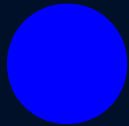
● Retro Nostalgia



Bygg Hemma · MrsOdojukan

4

Heritage
redefined



«Desvinculado de los ritmos habituales de nuestra vida cotidiana, el tiempo se siente elástico, extendiéndose infinitamente hacia adelante y luego, sin previo aviso, retrocediendo.»

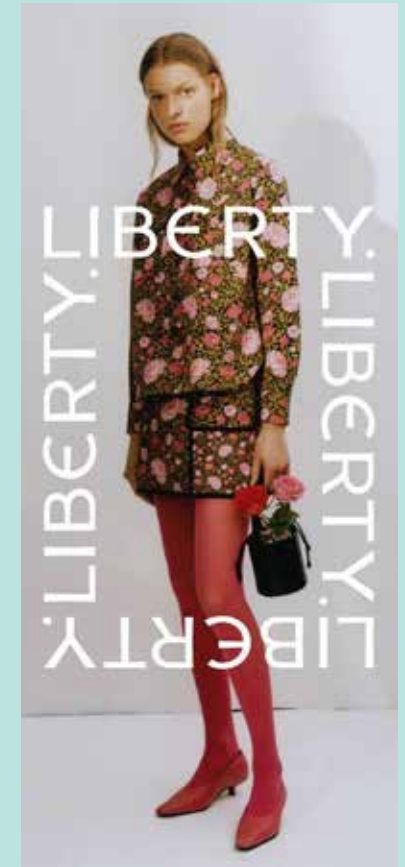
Claudia Hammond

Time Warped: Unlocking the Mysteries of Time Perception

● Heritage redefined

Una tendencia claramente impulsada por el sector del lujo, donde enseñan como Hermès o Liberty están **redefiniendo el concepto de herencia** e historia. Ante la crisis del sector del lujo, las marcas se replantean cuál es el sentido del patrimonio y cómo conseguir que deje de estar anclado al pasado, para **conectar de una forma más auténtica con los nuevos consumidores**. Por ello la herencia se convierte en algo más joven, en evolución y progresista.

La redefinición de la herencia histórica coincide con un periodo de nostalgia propiciado por la crisis económica. En el diseño se traduce en la recuperación de productos históricos, en la búsqueda de valores seguros, que añaden además un punto decorativa en cierta medida relacionado con el escapismo a través del diseño de interiores.



Campaña e identidad de los almacenes Liberty de Pentagram.

[Design direction]

● Heritage redefined

FORGED METALS

Los acabados derivados de la forja y la fundición, ya sean de la mano del artesano o de los métodos de producción industrial, se actualizan incorporándoles toques metálicos pulidos o envejecidos, lo que da a los metales un aspecto artesanal que varía con cada pieza, haciendo única a cada una de ellas.



Marz Designs · Lewis Power · Kolhoze

[Design direction]

● Heritage redefined

OVER-THE-TOP-GLAM

El glamour de los locos años 20 evoluciona ahora con productos extravagantes y diseños exagerados.

Los acabados metálicos y los tonos de rosa empolvado son clave, que mezclados con tonos de grises dan un efecto sofisticado.

CASE ➔ Pantalla de plumas de **Coldharbour Lights** que incorpora cadenas de joyas en su construcción para darle un aspecto delicado.

CASE ➔ La lámpara colgante Horo del **Grupo Masiero** se compone de un marco metálico y cristal translucido que asemeja piedras preciosas incrustadas.

CASE ➔ Adoptando un enfoque de decadencia glam, **Illuminati Lighting** crea un brillo refractario en el cristal tallado que recuerda a los patrones de los vasos de whiskey



Coldharbour Lights · Masiero Group · Illuminati Lightning

[Design direction]

● Heritage redefined

VINTAGE RENEWED

Durante el tiempo confinados, la búsqueda de tutoriales de DIY para pequeñas reformas en casa se multiplicaron de forma exponencial (Según Pinterest, las búsquedas de decoración doméstica de segunda mano aumentaron un 308%), fomentando una segunda vida de los objetos y creando futuras reliquias que celebran el pasado.

Con un renovado gusto por trabajar técnicas de artesanía tradicionales, los consumidores están ahora dispuestos a experimentar con los materiales para dar a los diseños un toque personal. La reutilización de residuos textiles para probar técnicas a mano como la cestería, el ganchillo o el retapizado de una silla es una forma de comunicar los esfuerzos de las marcas por ser conscientes a través del *make do and mend*.



Whirling Dervish · Decodel

[Design direction]

REFRESHED CLASSICISM

Las influencias neoclásicas continúan inspirando diseños modernos, con una nueva visión de las referencias atemporales. Elementos arquitectónicos, geometrías sencillas y siluetas clásicas se actualizan a través de texturas acanaladas y detalles en forma de arco con materiales como la piedra o el metal.

● Heritage redefined



Saba · Mambo Unlimited Ideas · Michael Anastassiades · Melogranoblu

[Design direction]

● Heritage redefined

CRAFTED INTERLANCE

El ratán y la cuerda continúan como tendencia en 2021 gracias a sus cualidades naturales y al atractivo de sus formas al tejerlos, que inspiran la artesanía y el slow-living. Los diseños totalmente al natural con acabados sin tratar o sin pintar transmiten aún más las credenciales orgánicas de estos productos.



French Connection · Rock the Kasbah · Thinkk Studio

[Design direction]

● Heritage redefined

REVIVING FORGOTTEN TECHNIQUES

La artesanía sigue siendo un tema clave, con marcas y diseñadores que apoyan las técnicas ancestrales que dan a los artículos cotidianos un mayor significado y un atractivo duradero en el tiempo.

“Se diseñará para un uso global, respetando la cultura del origen de los materiales, técnicas y tecnologías”, Patricia Urquiola.



Zenza · Cressida Bell · Laura González

[Design direction]

● Heritage redefined

HYPER-CRAFTED

Un nuevo enfoque de la artesanía aparece ahora para actualizar los procesos y técnicas aplicados en los diseños, encabezado por marcas de iluminación que adoptan un respeto renovado de las técnicas tradicionales.

Los consumidores buscan un compromiso por parte de las marcas con la comunidad, por lo que se vuelve clave colaborar con artesanos y artistas locales dando crédito a sus tradiciones y cultura local.



James Shaw · Mash.T Design Studio · CASA VERÓNICA

5

Minimal &
easy



«No podemos ser eficaces a la hora de afrontar los problemas o crear el cambio necesario en nuestro mundo cuando estamos dispersos en demasiadas direcciones.»

MC Alexander

Better Living Through Selective Apathy

● Minimal & easy

La crisis sanitaria ha llevado a muchas personas a un estado límite en lo referente a la cantidad de noticias (malas) que pueden soportar. En agosto de 2020, el 55% de los usuarios adultos de las redes sociales de EE.UU. dijeron sentirse **"agotados" por la cantidad de publicaciones y debates políticos** que veían (Fuente: Pew Research Center). Como resultado, la desensibilización ha surgido como un mecanismo de defensa contra la sobrecarga emocional, una especie de **apatía selectiva**, que se ha bautizado como "FOFO" (fear of finding out).

Los retos y el aislamiento han obligado a **reevaluar el propósito** en todos los ámbitos de la vida. Esto se ha traducido en la búsqueda de una oferta sencilla y minimalista que abogue por la practicidad como valor supremo. Comienzan a aparecer marcas DTC que reducen su cartera de productos al mínimo, así como propuestas de colores planos y monoblock de formas aparentemente sencillas, pero con componentes decorativos sutiles. **Uso austero del color y formas sencillas que transmiten una sensación de estabilidad y funcionalidad.** El foco se centra en diseños que reflejan este espíritu a través de materiales duraderos, formas sencillas y una utilidad íntegra y cotidiana.



Gio Ponti · Kalon Studios · Federicia

[Design direction]

● Minimal & easy

COSY COMFORT

A medida que los consumidores pasan más tiempo en casa, el hogar se convierte en un lugar de reequilibrio y tranquilidad. Los interiores se transforman así en santuarios que derrochan calma visual y mental a partir de formas curvadas, mullidas y envolventes creando sistemas de iluminación que llaman a la suavidad y la fluidez.



Lazy Betty · Gantri · In Common With

[Design direction]

● Minimal & easy

ELEVATED WOOD

La madera contrachapada, un material tradicionalmente para la construcción, tiene su momento ahora como material básico para interiores, cubriendo todo tipo de elementos. Los diseñadores juegan con las técnicas de fabricación y los materiales para crear un aspecto orgánico y escultórico muy ligado a la naturaleza.

CASE ➔ La lámpara ILLAN de **Zsuzsanna Horvath** juega con la flexibilidad que adquiere la madera al cortarse en finas tiras, haciéndola muy susceptible al movimiento causado por el aire.

CASE ➔ La lámpara colgante Oast de **Fosbery Studio** combina acabados en madera con semitransparencias, cuya longitud se adapta a islas y mesas de comedor.



Zsuzsanna Horvath · Sylvie · Workstead · Fosbery Studio

[Design direction]

● Minimal & easy

CALMING NATURALS

Los neutros atemporales aportan un sentimiento de seguridad a los espacios, desde los muebles hasta la iluminación, buscando ese equilibrio entre mueble funcional y otro puramente estético. Para una mayor sensación de calma, los tonos grises, el blanco roto y el beige son colores que en interior dan a los espacios una ilusión de un santuario minimalista y que se modernizan a través de pequeños toques de colores saturados.



Serax · Ferm Living · Muuto

[Design direction]

● Minimal & easy

SOFT CURVES

Las formas redondeadas y curvas aportan esa suavidad reconfortante que suaviza los espacios minimalistas, jugando con composiciones esféricas que fluyen entre sí. Los detalles curvilíneos y los volúmenes abombados se componen con tonos cálidos y naturales para realzar la sensación de comodidad.

CASE → La lámpara Peapod de **Alex Brokamp** toma su nombre de la vaina de guisante, haciendo notable la influencia de las formas orgánicas que se encuentran en la naturaleza en el proceso de diseño, con un acabado suave del metal que contrasta con las bolas de luz que contiene.



West Elm · Edward Barber & Jay Osgerby para Flos · Alex Brokamp

[Design direction]

● Minimal & easy

LUZ ESTRUCTURAL

En la búsqueda de este nuevo sentido del propósito, el sector de la iluminación continua evolucionando en un camino que comenzó a recorrer hace algunos años. Objeto y resultado se desvinculan, dando lugar a una nueva generación de luminarias que trabajan la luz como un elemento estructura y arquitectónico.

Cuando el aparato está apagado se desmaterializa perdiendo la presencia y convirtiéndose en un producto invisible. Es decir, rechaza la función decorativa de la lámpara y se centra en su función esencial.

CASE ➔ La lámpara Discovery, de Ernesto Gismondi para **Artemide** es un objeto discreto, que desaparece y se vuelve inmaterial al apagar la luz. Su volumen sólo se percibe cuando se enciende, que consigue traducir la innovación en percepción emocional.



Artemide · Lorna de Santos

[Design direction]

● Minimal & easy

EASY CUSTOM

La idea de esta dirección de diseño es la de objetos muy sencillos, accesibles y fáciles de ensamblar que además ofrecen muy pocas configuraciones y a las que se le puede añadir color.

CASE ➔ Tras su primera presentación en la feria de Milán de 2018, la casa **Objects For** ofrece diseños cotidianos que son asequibles, fáciles de montar y a menudo son reversibles, ofreciendo diferentes colores de un mismo diseño . Fundada por la diseñadora con sede en París Camille Riboulleau, graduada en la Academia de Diseño de Eindhoven, la gama busca ofrecer piezas que sean simples, espontáneas y con un cierto componente lúdico.

.



Objects For

«El diseño de la luz se tornará
paramétrico -observa- y definirá
una nueva interacción entre el ser
humano y el espacio».

Carlotta de Bevilacqua

Directora ejecutiva de Artemide

[Design direction]

● Minimal & easy

HUMAN INTERACTION

El hogar inteligente hace de las diferentes estancias lugares únicos y personales, que se adaptan a las necesidades cotidianas haciendo de la luz un producto que ofrezca experiencias sensoriales a través de diseños de alta tecnología, capaces de crear entornos inmersivos y alterar el estado de ánimo a un click de distancia. Fusionar la función y el juego fomenta el compromiso táctil y da a los consumidores una sensación de control en sus rituales diarios.

CASE → Helios Touch de **James Vanderpart** es un aplique de iluminación de pared versátil, sensible al tacto y modular, que permite crear estructuras personalizadas. Los paneles led ofrecen la posibilidad de regular la intensidad y la posición de la iluminación según la necesidad. Los módulos se conectan entre sí mediante contactos magnéticos, lo que permite reorganizarlos según se desee.



Helios Touch · Andlight · Philips · Luci · Matthij Skoks

[Design direction]

● Minimal & easy

COMPACT PIECES

Los nuevos estilos de vida multifuncionales requieren objetos y muebles igualmente multifuncionales, por lo que los productos de iluminación compactos y fáciles de mover ganan popularidad ya que pueden trasladarse de una habitación a otra y a diferentes lugares para adaptarse a diversas necesidades.



Kaschkasch · Designboom · Gantri · Design Connected

[Design direction]

● Minimal & easy

MOBILE CONNECTIVITY

La combinación de tecnología e iluminación permite crear soluciones personalizadas capaces de generar diferentes efectos atmosféricos, pero también ayuda en tareas y rituales diarios como es la carga de los teléfonos móviles.

CASE → La lámpara Rise de **Nolii** no es solo una lámpara inalámbrica, sino que permite al usuario cargar un dispositivo en su almohadilla de carga situada en la parte superior de la lámpara, o hasta dos dispositivos mediante cables conectados a la base. La lámpara se controla a partir de su app, lo que permite al usuario hacer cosas como atenuar la luz o configurar un "amanecer digital" en el que la lámpara se enciende lentamente actuando como una alarma más sutil que el pitido habitual.



Philips · Yeelight · Nolii

[Design direction]

● Minimal & easy

GO CONFIGURE

La nueva ola de muebles y lámparas configurables traslada la personalización de espacios a un nuevo nivel, ya que los objetos que puedan ser flexibles y adaptables ofrecen nuevas soluciones que permiten a los consumidores personalizar los interiores, ya sea en formaciones rígidas o ad hoc

CASE ➔ La lámpara Frutta de **Kaori Osawa** y **Masashi Yamanaka** invita al usuario a interactuar con la iluminación del hogar, recordando la infancia y la actividad de recoger fruta.



Flos · Chris Basias · Frutta Lamp de M. Yamanaka & K. Osawa

[Design direction]

● Minimal & easy

RIBBED GLASS

Las texturas acanaladas resurgen con un nuevo interés decorativo y experimentando sobre nuevos materiales que le agreguen un atractivo visual y táctil y añadiendo una sensación de suavidad a los productos duros.

CASE ➔ La transparencia de la lámpara Ulla de **Oikoi Design** enfatiza la textura de las líneas horizontales que se adelgazan hacia arriba, reflejando un algoritmo que recrea la propagación de las olas en el mar.



Oikoi Design · io Pendant 1000 de Astro

● Healing light

Algunas clínicas como Mayo en Estados Unidos ya están usando ‘**cajas de luz terapéuticas**’ para tratar problemas como la depresión o trastornos del sueño. La salud se ha convertido en una parte esencial para entender la relación entre iluminación y usuario. Phillips ha lanzado recientemente al mercado la nueva versión de su lámpara SmartSleep Wake-Up Light y la marca de colchones Casper ha apostado por Glow, una lámpara especialmente diseñada para dormir que comercializará de forma conjunta con sus colchones.

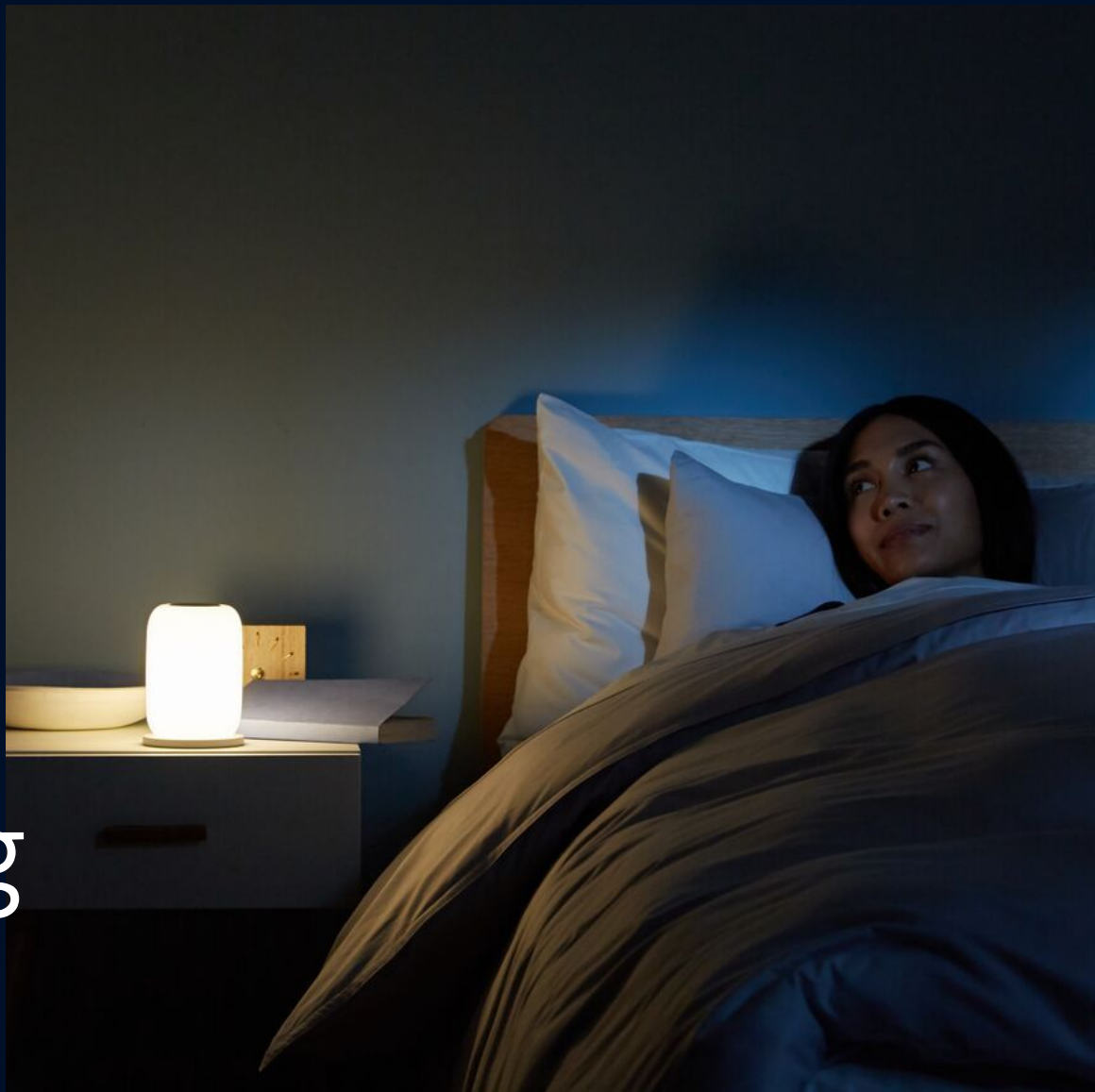
Una de las cuestiones fundamentales en estos tiempos es que pasamos cada vez más tiempo dentro de nuestras casas. Sin embargo, la luz que se ha diseñado para ellas está pensada para las horas nocturnas, no las diurnas. Esta luz también afecta al estado de ánimo y la salud, ya que “tenemos vías en nuestros ojos y ciertas células que están ahí...para regular las hormonas de nuestro cuerpo. La luz que ingieren tus ojos sí afecta a tus hormonas. Afecta a la energía que sientes durante el día, y eso afecta a lo bien que duermes por la noche” (John Goscha, Founder and CEO of Lucidity Lighting



Light Therapy Lamp

6

Healing
lighting



«A lot of the light in your home has been designed for you being there during evening hours.»

Jhon goscha

Founder and Ceo of lucidity Lighting

[Design direction]

● Healing Lighting

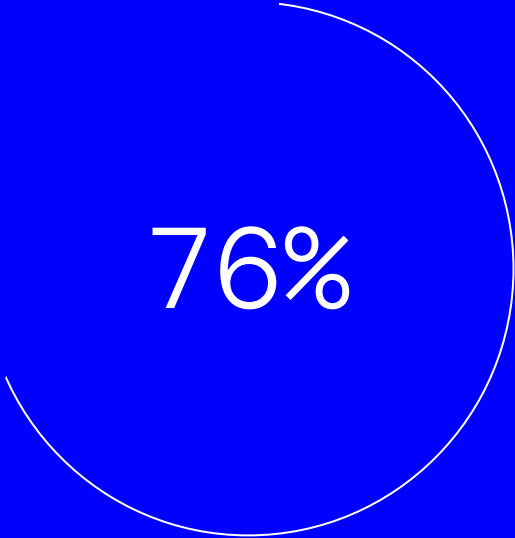
CIRCADIAN RHYTHMS

"Si no recibes la luz adecuada en cada momento del día, te puede afectar a cómo te sientes y funcionas", dice la doctora Karen Dawe, ingeniera de investigación del equipo de iluminación de Dyson. Cuando nos vemos obligados a pasar la mayor parte del día en el interior, Russell Foster, profesor de neurociencia circadiana en la Universidad de Oxford, dice que necesitamos luz artificial que nos de esa estimulación circadiana que no obtenemos del sol.

CASE ➔ Bios Lighting se basa en esta idea con luces que refuerzan el ritmo circadiano durante todo el día. La lámpara de mesa SkyView Wellness de **Bios** pasa por cuatro "modos" de iluminación diferentes en 24 horas: blanco azulado frío por la mañana y púrpura anaranjado brillante por la noche. Cada modo utiliza diferentes temperaturas y longitudes de onda de luz para aumentar el estado de alerta y mejorar el estado de ánimo a lo largo del día.

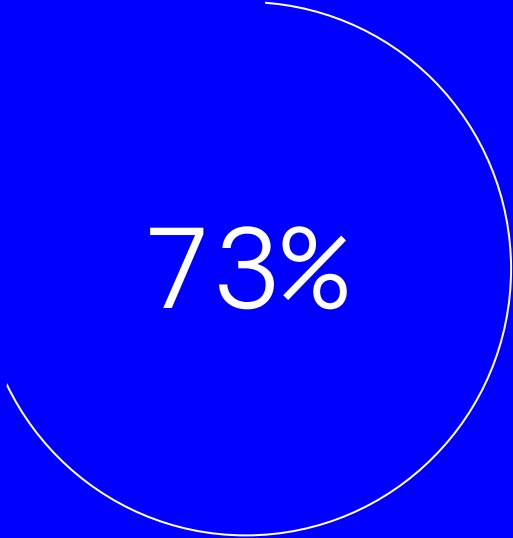


Touch of Modern · Hatch · Philips · The Gadget Flow · SkyView Wellness de Bios



76%

están de acuerdo en que la
pandemia ha afectado la
importancia que le dan al
bienestar



73%

dice que el bienestar debería
ser una parte esencial de las
estrategias de las marcas.

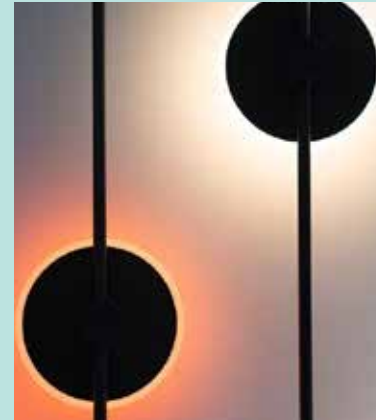
[Design direction]

● Healing Lighting

NATURAL LIGHT MIMICRY

En la misma línea que las luces que controlan el ritmo circadiano están aquellas que imitan la luz natural del sol con sus diseños que ofrecen diferentes colores de luz ajustando los tonos y niveles de luz natural para aumentar la relajación y ayudar en actividades cotidianas como la lectura ya que aumentan la concentración y relajación del usuario. Su integración en la casa es importante y en especial con la llegada del *home office* a la casa, lo que mejora la diferenciación de ambientes y ayuda al cerebro a descansar de un ritmo de trabajo a otro de ocio.

CASE ➔ El estudio **Marjan Van Aubel Studio** presenta sunne, una luz solar ambiental autoalimentada que capta, almacena y produce luz en el interior. Fabricada a partir de una larga tira curva de aluminio y con la forma del horizonte, la luz recoge la energía del sol durante el día y lleva la luz solar a su casa por la noche.



Haberdashery · Note Design Studio & TOG · Marjan van Aubel studio

«El futuro del diseño de la iluminación interior y exterior pasa sin duda por el equilibrio entre la luz diurna de calidad y la luz eléctrica, que se combinan para favorecer la adaptación circadiana del ser humano.»

Brian stacy

Global Lighting leader en Arup

[Design direction]

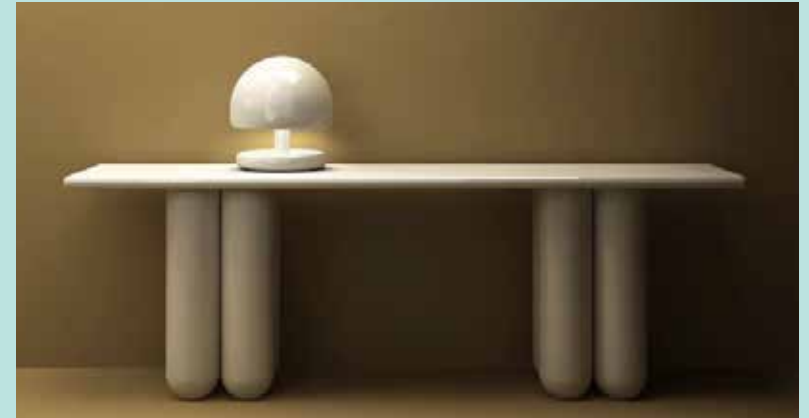
● Healing Lighting

ANTIMICROBIAL LIGHT

De cara al futuro, la vuelta a la oficina va a suponer la adopción de nuevos rituales y rutinas como consecuencia de un mayor estándar de limpieza adoptado por la sociedad durante la pandemia y surgen nuevas conductas como el llamado "teatro de la limpieza", un término incipiente para la limpieza frecuente y visible. La limpieza física se suma ahora a soluciones tecnológicas como el uso de la luz ultravioleta puede ayudar a mejorar nivel de limpieza en interiores y promover el bienestar

CASE → La lámpara de luz ultravioleta de **Frank Chou** cuenta con una bandeja en la que se colocan utensilios diarios para esterilizarlos.

CASE → Las lámparas de luces LED antimicrobianas de **Vyv Tech** trabajan las 24h del día para esterilizar el entorno de trabajo, hogar u ocio.



Frank Chou · Vyv Tech · Ellumi

[Design direction]

● Healing Lighting

TECH SOLUTIONS

Con el aumento de los meetings virtuales y el homeoffice (un aumento de videollamadas del 500% en marzo del año pasado) los trabajadores buscan actualizar las cámaras web, mejorar la iluminación y conseguir una mejor calidad de sonido. Las lámparas de escritorio que mejoran la iluminación y el posicionamiento son fundamentales, y no hace falta que sean hi-tech, pues con unos pocos ajustes es posible hacer que los vídeos sean más profesionales.

CASE → La lámpara de escritorio Firth 41" de **Wayfair** cuenta con cabeza multiángulo y brazo giratorio, además de la película difusora toroidal que permite controlar la luz enfocada.

CASE → El nuevo lanzamiento de **Dyson**, Lightcycle Morph, se ajusta al ciclo biológico de cada persona en función de su edad.



Firth 41" de Wayfair · Vitamin L SAD de Lumie · Dyson Lightcycle Morph

[Design direction]

● Healing Lighting

SLEEP WELL

La luz blanca por la noche evita que se concilie el sueño de forma orgánica y muchos dispositivos, desde móviles hasta ordenadores, establecen el “night shifts” cuando se continúa usándose a partir de cierta hora. Las lámparas también intentan mejorar la calidad de sueño con su color e intensidad a partir de gestos que se les aplica sobre ellas como agitar o pinchar y que crean diferentes patrones lumínicos en base a las necesidades del usuario en cada momento.

CASE ➔ La lámpara Glow de **Casper** que ayuda a conciliar el sueño cuenta con un giroscopio incorporado para ajustar el brillo y puede programarse para un despertar suave.



Soft Light de Simon Frambach · Glow de Casper

Trends

New Moderns



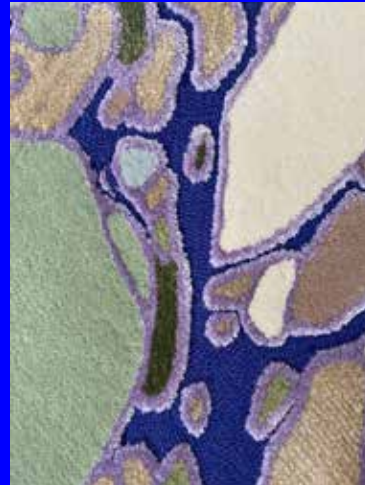
Bare
Essentials



Healthy
Materials



Joyful
Textiles



Renewed
Heritage



trendsTALK

Textile trends



#trendsCLUB

Drivers



Sustainable, please

Continúa aumentando la demanda de productos sostenibles, arrastrado por el sector moda, donde marcas como H&M se han comprometido para el 2030 a fabricar un 70% de la producción con materiales reutilizados. Foto: Goldwin.



Local, please

Lo cercano se ha convertido en un valor en alza. La búsqueda de marcas con fabricación nacional o cercana, que aseguren la cadena de custodia se ha convertido en clave en el sector de la moda.: ↗ ↗
img Teixidors en The Good Shop.

Escape, please

El recuerdo de épocas pasadas, la nostalgia, la diversión y el juego son caras de una misma moneda. La búsqueda de un sentimiento feel good para escapar de la realidad
↗ img Proper Hotel.

Secure, please

Según el BCD un 62% de los españoles teme contagiarse por pagar en metálico. El miedo será uno de los grandes insights de los consumidores que demandan soluciones seguras y confiables..
↗ img Origami, Universal Movement, British



1

New
Moderns



[Design direction]

● New Moderns

PLISADOS Y COLOR

Los textiles retoman su esencia decorativa en el hogar a través de dos elementos clave: el plisado y el color. Se trata de productos sencillos que eliminan los ornamentos y patrones gráficos en favor de un trabajo centrado en la capacidad decorativa del propio tejido y sus técnicas de fabricación.

Plisados atemporales, pero con carácter, que usan diferentes técnicas en base al peso del material: prensado en caliente para tejidos de punto y tejidos de peso medio y para materiales más pesados, métodos de costura y doblado para mantener los patrones fijos. También destacan los acanalados finos, que reproducen efectos como de pana y aterciopelados.

Se trata de un efecto que cobra su sentido en la aplicación monocolor, pues reduce los elementos maximizando el efecto. Además incide en el uso de textiles monomaterial, que permiten la reintroducción del material en el sistema productivo de forma más sencilla.



Dunelm · Mark Thorpe x Febrik · Perch & Parrow · Villa Nova

● New Moderns

La racionalización y desaceleración del consumo ha sido una de las tendencias de mayor impulso en los últimos meses. Fenómenos del sector de la moda como los diseños sin género o temporada son claves para entender el desarrollo de una estilo de inspiración juvenil, pero muy pragmática en su uso. Destacan los diseños que persiguen **estéticas resistentes a las modas**. New Moderns responde a una visión future-proof del diseño, que se traduce en productos sencillos y funcionales.

Coincide este fenómeno con el reciente centenario de la Bauhaus y el proyecto europeo de una nueva Escuela, esta vez centrada en el alineamiento de la industria con los principios del New Green Deal. “Cada época tiene una manera de sentir y ver diferente y necesitamos darle a los cambios que vienen una estética identificable que unifique estilo y sostenibilidad” (Ursula von der Leyen, la Presidenta de la Comisión Europea).

Se trata de un cambio de filosofía donde se recupera una **forma que sigue a la función**, y donde se reevalúa la idoneidad de cada material en base a su capacidad para crear objetos funcionales, pero también hermosos, siempre pensando en la perdurabilidad y su capacidad de generar un impacto positivo en el entorno y la sociedad.



Los desechos marinos se convierten en fuente de oportunidades para fabricar textiles como las alfombras de Tarkett, hechas de viejas redes de pesca recuperadas del océano

[Design direction]

MINI CORDUROY

La pana sigue siendo un material clave en interiores al ser más discreto que el terciopelo y su acabado sin costuras que le da un aire **minimal yet playful**. Aplicados en tonos pálidos, exploran una vertiente más cálida y soft de un material de batalla que destaca por su resistencia y calidez.



CB2 · Bedding House · Cuckoo Land · Westwing

[Design direction]

● New Moderns

THE DIVIDERS

Los textiles de nueva generación con propiedades higiénicas y fonoabsorbentes centran la atención del interiorismo comercial que busca flexibilizar el espacio a través de soluciones sencillas y recomponibles.

Los divisores textiles ayudan también a trabajar la luz natural dentro de los espacios, a la vez que agregan calidez gracias a sus propiedades intrínsecas.

CASE ➔ Junto con la absorción acústica, **PLECTERE** aporta textura y calidez a los espacios de oficina. Dado que el fieltro de lana reduce el exceso de sonido típico de los espacios de trabajo, mejora de esta forma el enfoque y la productividad.

CASE ➔ **Studio CATS** ha creado pantallas hechas de malla bañada en pulpa de papel para la tienda Shiwu en China.



PLECTERE · Studio CATS · Defne Koz & Marco Susani · Paola Lenti

[Design direction]

LAYERED TRANSPARENCIES

La interacción entre la luz y la sombra experimenta con los diferentes niveles de opacidad y saturación, lo que dá a los productos una apariencia de color filtrado. Los textiles combinan monocolors junto a transparencias para realizar efectos ópticos de multiplicación cromática a través de la superposición.

● New
Moderns



A House of Happiness · Raw Color · Création Baumann · Vescom

New Moderns

- 1 ➤ La funcionalidad es la clave para entender una tendencia que recupera los básicos, sin olvidar el color.
- 2 ➤ Técnicas y tejidos como la pana y los acanalados toman potencia y se eleva la categoría del material, gracias a una mirada renovada de sus propiedades decorativas.
- 3 ➤ Los tejidos técnicos toman estéticas propias del residencial, sobre todo, en la categoría de separados, que tomarán fuerza como una herramienta de flexibilización del espacios.
- 4 ➤ Reducir la energía, el agua y los desechos de la industria textil es cada vez más importante para unos consumidores que demandan a las empresas los mismos valores a partir de los que ellos viven.
- 5 ➤ Optar por la calidad sobre la cantidad, ofreciendo una gama selecta de textiles para el hogar que están diseñados para durar más de una temporada.

● Healthy Textiles

Se espera que el mercado global de textiles antimicrobianos alcance los **12.800 millones de dólares para 2025**. Aunque poco a poco el mundo reabre los negocios y comienzan a aplicarse las primeras vacunas, sigue existiendo una amenaza para la salud pública de la que tanto las instituciones como los consumidores son muy conscientes. Las personas son más conscientes de sus hábitos de higiene personal que nunca antes y la seguridad y la higiene serán valores clave de los productos durante los próximos años.

Textiles que protegen contra la contaminación, antimicrobianos y antibacterianos, **fáciles de limpiar y de fabricación sostenible** se convierten en cuestiones esenciales para el desarrollo de productos. Tanto en retail como en residencial, las expectativas de los consumidores en torno a la higiene de los espacios continuará con posterior a la pandemia del coronavirus, ya que las prácticas de limpieza e higiene han pasado a ocupar un lugar central en la vida de las personas, creando nuevas rutinas que perdurarán en el tiempo.



Hygiene20, mochila sanitizadora que funciona con luz UV-C.

2

Healthy Textiles



Se espera que el mercado global de textiles antimicrobianos alcance los 12.800 millones de dólares para 2025.

→ Fuente: ResearchAndMarkets.

[Design direction]

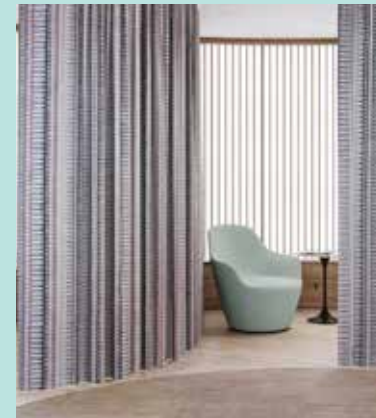
● Healthy Textiles

EASY TO CLEAN

La creciente importancia que los consumidores dan a las cualidades higiénicas de materiales y superficies, se culmina con lo importante que es una fácil y rápida limpieza de los mismos. Las guías de limpieza rápida además de facilitar la vida a los usuarios, prolongan la vida útil del producto.

CASE ➔ Las guías de limpieza de productos **Knoll Textile** recomiendan una solución de agua y lejía que no debilite sus tejidos, textura y color.

CASE ➔ Breathe de **Milliken** es una colección de tejidos de larga duración que repelen las manchas, son fáciles de limpiar y están diseñados de forma sostenible con fibras naturales o recicladas y tienen un acabado repelente al agua a base de plantas.



Camira Fabrics · Milliken · Knoll · The House of Noa

[Design direction]

● Healthy Textiles

ANTIMICROBIAL QUALITIES

Los tejidos con características antimicrobianas que repelen los microorganismos se ajustan a tejidos para baño y cocina que por lo general se encuentran en espacios húmedos y cálidos, ya que protegen del olor que provocan las bacterias y prolongan la vida útil de estos.

CASE ➔ La tecnología Clean Cool Fabric de **SensorPedic** tiene nanotecnología de enfriamiento y una aplicación que absorbe olores, lo que permite un descanso nocturno limpio y fresco.

CASE ➔ Los textiles de baño de **Wayfair** contienen propiedades que mantienen las toallas frescas y evitan los malos olores.



Sensor Pedic · Knoll · Warp + Weft · Wayfair

[Design direction]

● Healthy Textiles

METAL-INFUSED

Incluir fibras metálicas en los textiles del hogar se tiene cada vez más en cuenta ya que los metales tienen propiedades antibacterianas y antifúngicas naturales.

CASE → El protector para colchones de **Spring Textile** está infundido con cobre, lo que reduce el olor y prolonga la frescura de la cama al dormir. En su caso, el cobre se encuentra en los motivos que forman el patrón del tejido, por lo que elimina la necesidad de utilizar tintes tóxicos.

CASE → La tecnología **Silvadur** facilita el control de olores en alfombras y otros revestimientos para suelos. Sus propiedades antimicrobianas eliminan las bacterias y microbios, lo que prolonga la vida útil del producto.



Spring Textile · Silvadur · EMF Protection

[Design direction]

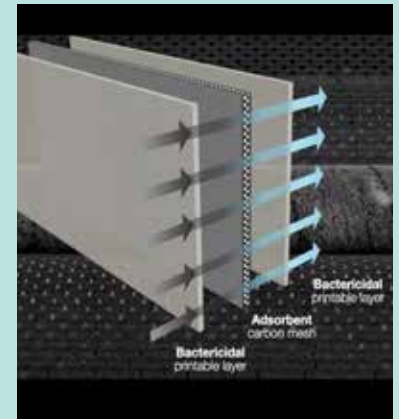
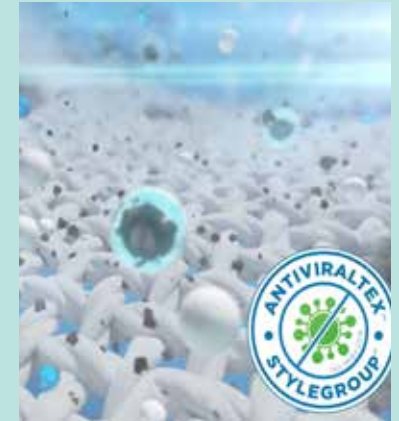
● Healthy Textiles

POLLUTION-PROTECTIVE TEXTILS

La organización benéfica Plan de Acción Global revela que la contaminación dentro de las casas de Londres es 3,5 veces mayor que en el exterior, por lo que muchos fabricantes se apresuran a ofrecer tejidos que mejoren la calidad del aire y la salud holística de los consumidores.

CASE ➔ Las últimas innovaciones de **Style Group** incluyen Antiviraltex, un tejido que elimina los coronavirus y el virus de la gripe, y Aircleantex, una tecnología de tejidos que transforma la luz ultravioleta en ozono purificando y desinfectando el aire.

CASE ➔ El tejido theBreath de **Anemotech** reduce la contaminación generada por los sistemas de calefacción y productos químicos, a partir de nano-moléculas activas que bloquean las impurezas dentro de la estructura del tejido, evitando su liberación.



Style Group · Vescom · Anemotech

[Design direction]

● Healthy Textiles

HARVESTED RESOURCES

Los biomateriales traídos de la agricultura como residuos agrícolas reportan beneficios para las fibras sostenibles y se implementan en materiales compuestos naturales, textiles, papel e ingredientes.

CASE → La biorrefinería **Agraloop de Circular Systems**, convierte los desechos de cultivos, paja de arroz, troncos de banano, hojas de piña y corteza de caña de azúcar en textiles.

CASE → **Organoid Technologies** lleva heno alpino a los hogares a través de baldosas prensadas que retienen texturas y aromas popurrí.

CASE → El laboratorio español **Comme des Machines** lleva años revolucionando la industria de la moda afirmando que las máquinas son aliadas y llevando la impresión 3D a niveles que ni ellos mismos imaginaron hace unos años.



Organoid Technologies · May West · @commedesmachines ·
@hannahelizabethdesign

/ Claves de diseño

Healthy Textiles

- 1 ↗ La naturaleza primero: si bien los materiales naturales tienen propiedades antimicrobianas en sí mismas, extraer estos materiales de forma sostenible será necesario para mantener un discurso sólido.
- 2 ↗ Puede ser interesante colaborar con técnicos e investigadores con acceso a innovaciones textiles para crear fibras nuevas y actualizar así las colecciones existentes.
- 3 ↗ Establecer incentivos puede ser una buena forma de alentar a los consumidores a reciclar y convertir de esta forma los textiles viejos en nuevos productos.
- 4 ↗ Explicar a los usuarios como limpiar y mantener los productos es una buena forma de relacionarse con ellos. TikTok cuenta con toda una serie de videos que tratan esto.

3

Bare Essentials



● Bare Essentials

Bare Essentials pone de manifiesto cómo vivir con menos y mejor se está convirtiendo en un imperativo más que en una opción. En Corea del Sur, el reciclaje de residuos de alimentos ha aumentado de solo un 2% en 1995 a un 95% en 2019 gracias a las estrictas políticas gubernamentales. En los Países Bajos, la nueva startup Gibbon (y que quizá recordáis de nuestra newsletter de octubre) está haciendo posible viajar sin equipaje, alquilando la ropa del exceso de inventario de diferentes tiendas. La rienda suelta del **libertarismo** está siendo reemplazada por las restricciones del **limitarismo**. En resumen, una tendencia que puede ser resumida mejor por el diseñador alemán Dieter Rams, cuya máxima equivale a solo tres palabras: "Menos pero mejor".

En lo relativo a producto, esta búsqueda se ha traducido en **diseños sencillos, en tonos neutros**, que exploran la naturalidad en crudo de los materiales, con una estética cuasi monacal que transmite calma y serenidad. En cierta medida, Bare Essentials se alinea con un **sentimiento renovado de la espiritualidad**, que busca interiores relajados y libres de distracciones..



By Humankind

[Design direction]

BACK TO BASICS 1/2

● Bare Essentials

Los consumidores buscan productos sencillos, básicos pero de alta calidad, que encajen con una visión más sencilla y de proximidad. Se trata de una forma de consumo con una vertiente ideológica -la compra como una decisión política- y también emocional -la exaltación de la cotidianeidad-. Se trata de un ejercicio de slow living que promueve un estilo de vida consciente con la naturaleza.

Se actualizan las gamas textiles de básicos con texturas sutiles que exploran una material en crudo y más natural, tintes especiales orgánicos y tinturas naturales, así como combinaciones de colores apagadas que las convierten en piezas timeless.



The Good Shop

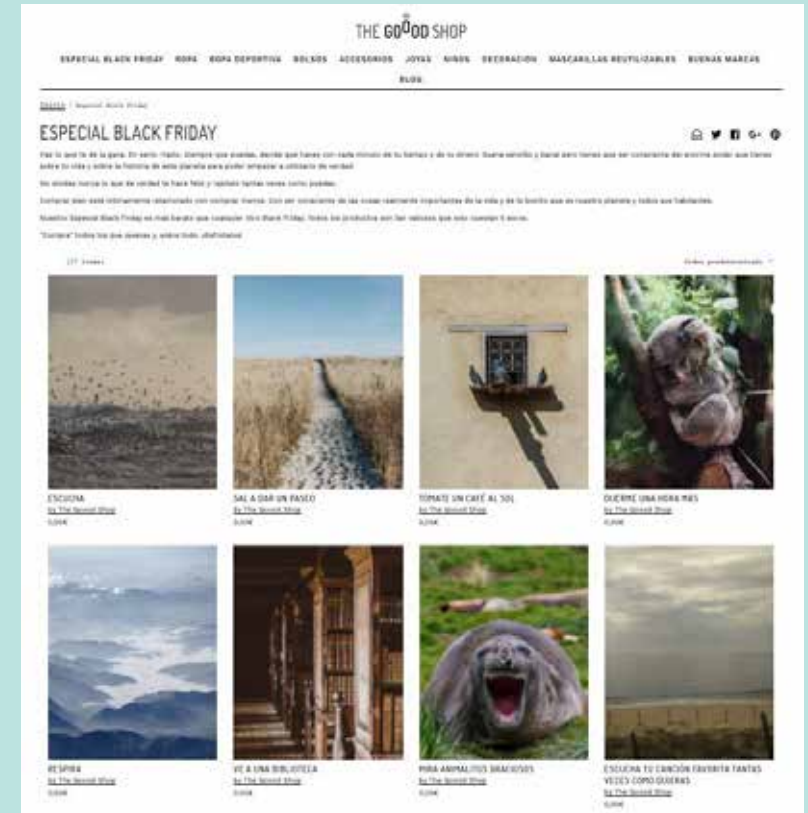
[Design direction]

BACK TO BASICS 2/2

Bare Essentials

Dentro de esta manifestación vemos fibras naturales, en tonos crudos y apagados, si ornamentaciones ni decoraciones gráficas. El packaging y la comunicación de producto se convierten en piezas clave para transmitir los valores emocionales y cualitativos del producto.

CASE → **Archivist** recupera sábanas de lino de hoteles de lujo para convertirlas en prendas de ropa, una forma de “preservar los textiles de alta calidad y crear piezas de archivo”.



Archivist

[Design direction]

SOFT BOUCLÉ

● Bare Essentials

La texturización de los tejidos que explora también la dimensión más visual pasa a primera plano, como una estrategia para dotar de calidez a una tendencia aparentemente fría. Textiles bouclé, rizados y tejidos de aspecto granulado destacan dentro de esta manifestación.

La mezcla de fibras cepilladas e hilos mixtos crea acabados con diferentes rugosidades y suavidad. Una técnica decorativa clásica, que se lleva a paletas de color de la tierra y off-whites.



By Lassen · Littlewoods · Ro Smit

[Design direction]

UNCOLOURED

● Bare Essentials

Se apuesta por materiales en su estado natural evitando tinturas, por lo que aparece toda una nueva gama de colores de blancos rotos con claras reminiscencias al pasado, pero que se recuperan por su componente sostenible. El resultado es un aspecto orgánico y arraigado a la naturaleza.

El algodón reciclado, fibras de bambú, lino reutilizado, son algunas de las propuestas de una manifestación donde también se aboga por la búsqueda de materias primas de cultivos que usen técnicas regenerativas como una forma de protección de la tierra.



Ethnicloom · Isabelle Yamamoto · Baea · Rogers & Goffigon

[Design direction]

GREY MATTERS

Menos es más, y en diseño textil se traduce en la creación de una gama reducida de básicos que se adapten a todos los espectros del mercado.

Los hilos y fibras con un tono mixto sutil crean un efecto pedregoso que actualiza las colecciones de textiles domésticos. Una paleta neutra facilita la incorporación de estos productos a gamas ya existentes.



Project 62 · Designers Guild · Faina Design · Lizzo

● Bare Essentials

[Design direction]

CLAY TEXTURES

● Bare Essentials

Los textiles refinados pero básicos siguen siendo importantes, adoptando ahora mayor calidez con pigmentos inspirados en la tierra para una combinación de colores earthy.

Los acabados raw que tengan superficies mates y con texturas crean una apariencia effortless...



@villamercii · NJRD, Nordic Nest · Major Minor

Healthy textiles

- 1 ➤ Los catálogos de producto se reducen en número de referencias, pero se amplían en cuanto a categorías.
- 2 ➤ Se trata de productos más orientados a canales lifestyle que canales tradicionales de hogar, por lo que las colaboraciones e interacciones con otras marcas son deseables.
- 3 ➤ La comodidad es clave: las curvas acogedoras y las formas redondeadas seguirán siendo importantes para los interiores.
- 4 ➤ Esta tendencia supone un análisis exhaustivo del ciclo de vida de producto y toda la cadena de proveedores y procesos con el objetivo de reducir el impacto.
- 5 ➤ Colores planos, productos básicos y en crudo, con claras referencias al pasado y una estética en cierto modo bucólica, pero combinada con una visión cuasi espiritual de los hábitos del día a día.

● Joyful Fabrics

Pre-coronavirus, la alegría y la emoción estaban reservadas para sorpresas, aniversarios y fiestas, pero desde entonces, las cosas más simples y cotidianas han conseguido ser las promotoras de sonrisas a veces compartidas únicamente con uno mismo.

Joyful fabrics explora el poder que tiene el diseño y cómo este afecta en el estado de ánimo de los consumidores con la **alegría y el optimismo como su fuente de inspiración**, dos estados de ánimo que se han vuelto necesarios e incluso radicales en un año repleto de desafíos y limitaciones. Diseños que celebran la **creatividad y la expresión personal**, a partir de temas relacionados con la naturaleza y el gusto por lo hecho a mano, con ese resurgir de la artesanía y las movimientos que exponen un espíritu provocador proveniente de movimientos subculturales.

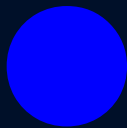
Lo **local frente a lo global y las referencias a tiempos pasados** y otras culturas deja entrever un cambio en los gustos de los consumidores, con el factor de la cercanía y lo conocido como impulsores de esta tendencia.



A Rum Fellow

4

Joyful Fabrics



[Design direction]

● Joyful Fabrics

JOYFUL BASICS

Los interiores se revitalizan con una gama de colores vitaminados que elevan y dan personalidad tanto en espacios como en producto.

El uso del color es clave en esta dirección, con tonos muy itales que encajan con esa búsqueda del escapismo y disfrute, como consecuencia del panorama social y económico actual. Este gusto por lo playful surge como en su día Mr. Wonderful arrasó tras la crisis del 2008, y parece más oportuna que nunca



Création Baumann · Adam Goodrum x Kvadrat · Andrew Martin · Julie Lansom

[Design direction]

● Joyful Fabrics

VIBRANT WEAVES

Diferentes materiales en colores vivos se entretejen para dar una nueva vida a los tejidos. El clásico estampado de cuadros toma ahora una dirección más artística.

Se recuperan formas de trabajar los tejidos con técnicas artesanales como la cestería, a través del uso de calados o semitransparentes que se engarzan. Otras técnicas como la arpillería se actualizan a través del uso del color, conservando esa visión vital de los tejidos, pero dándoles una estética contemporánea.

Las soluciones de telas entretejidas con telas impresas digitalmente ofrecen una solución low cost.



Fabien Cappello · Paola Lenti · Kirsty McDougall · Alvin T

[Design direction]

OVER CRAFTED

El renovado acercamiento a la artesanía a raíz de la pandemia deja un nuevo respeto de los consumidores por las técnicas textiles tradicionales.

La decoración y acabados toma una estética floral, geométrica o abstracta, pero desde un acercamiento maximalista, casi un horror vacui donde hay decoración y color en toda la superficie.

CASE → Las llamativas y coloridas alfombras de **Joana Schneider** están hechas de desechos de cuerda e hilos sostenibles.



Prekrasa Studio · Kit & Craft · Joana Schneider · @ashdowntextiles

[Design direction]

● Joyful Fabrics

CUT & PASTE FRINGING

Los textiles toman ahora una nueva dimensión que no se queda meramente en el uso del fleco como adorno o remate, sino que se descontextualiza haciéndose versiones maximalistas un poco irónicas pero sin perder de vista la vertiente más decorativa del fleco.

Este *design direction* se inspira en las manualidades y el *arts&crafts*, por lo que ofrecer kits de DIY a los consumidores para embellecer y actualizar los artículos del hogar puede ser una buena forma de interactuar con ellos.



Coming Soon · Kazi · Jessica Light · Southern Living

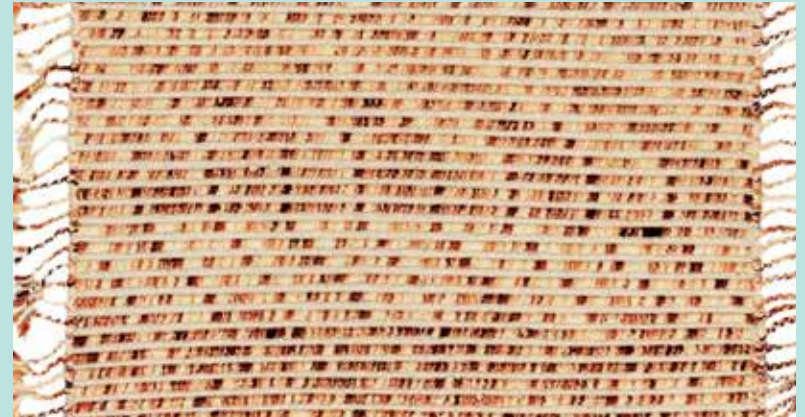
[Design direction]

TUFTED TEXTURES

Tejidos moteados y con efectos difusos que dan una apariencia virtual a los textiles, como si de píxeles se tratara.

CASE ➔ Lo hilos reciclados y las fibras teñidas a mano enfatizan el grano y dan esa apariencia “techy” como se ve en los tejidos de **Crevin Fabrics**.

CASE ➔ **Prestigious Textiles y CC-Tapis** ofrecen una apariencia más muted, donde la clave está en ir jugando con niveles de transparencia o superponiendo tonos en contraste.



Prestigious Textiles · Crevin Fabrics · CC-Tapis

[Design direction]

● Joyful Fabrics

FREE FORM

La alfombra convencional dice adiós para dar con formas inusuales y formas que transmiten movimiento. Se huye de las estandarizaciones y poco a poco se abren nuevos campos para el sector de alfombras, haciendo que se abandonen las categorías clásicas de producto

Formas, colores y texturas atrevidas se convierten casi en obras de arte que ayudarán a delinear un punto focal dentro de una habitación.

CASE → **CC-Tapis** aprovecha esta oportunidad para asociarse con Patricia Urquiola y crear una colección cápsula en la que destacan las piezas escultóricas que trascienden el suelo y cuelgan tb de paredes y techos.



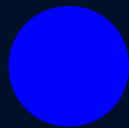
Patricia Urquiola x CC-Tapis · Studio Sløyd · Tacto · Roche Bobois

Joyful Fabrics

- 1 ➤ Explorar técnicas textiles históricas desde el respeto establece una conexión con el usuario a través de la narración de historias sobre el proceso, el creador y el producto final.
- 2 ➤ Trabajar con artistas y artesanos locales de manera sostenible apoya las economías locales. Esto es ideal para aprender nuevas técnicas y ofrecer un nuevo tipo de producto para la marca.
- 3 ➤ La comodidad es clave: las curvas acogedoras y las formas redondeadas seguirán siendo importantes para los interiores.
- 4 ➤ Esta tendencia supone un análisis exhaustivo del ciclo de vida de producto y toda la cadena de proveedores y procesos con el objetivo de reducir el impacto.
- 5 ➤ Más es más: se busca desarrollar el lado maximalista de la marca con colecciones elaboradas y llenas de patrones.

5

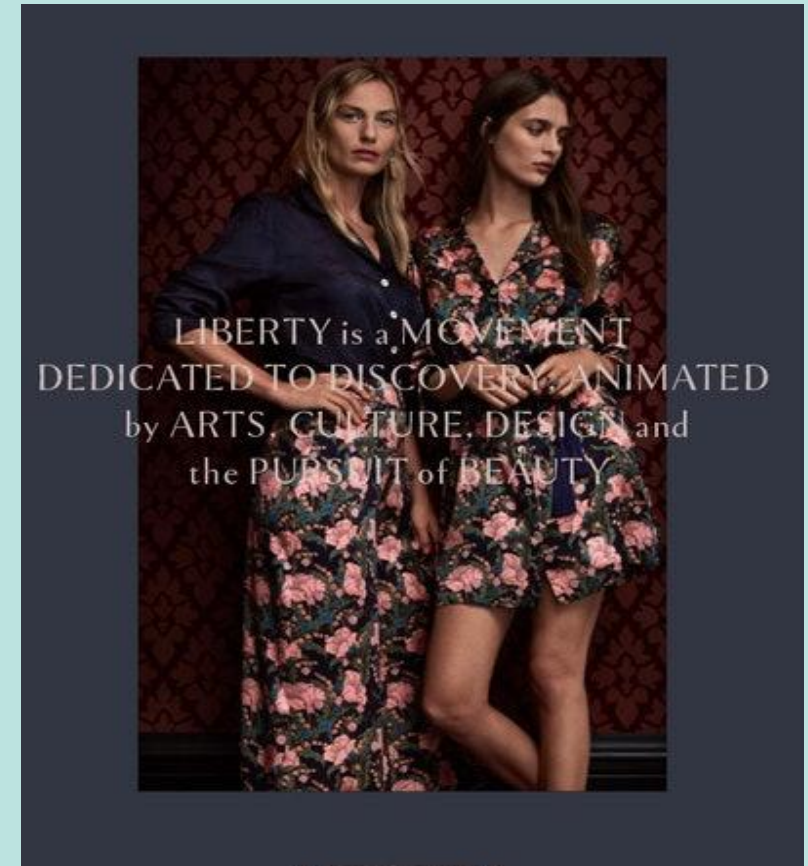
Renewed
Heritage



● Renewed Heritage

El 2020 ha sido un año de gran impacto para el sector del lujo más tradicional. El impacto del COVID ha sido importante y un estudio revela que alrededor del 48% de los consumidores estadounidenses con altos ingresos se sienten culpables por comprar artículos de lujo en el clima económico actual (fuente: YouGov). La casas de lujo que han confiado en el valor de su patrimonio está reevaluando **nuevos valores que deben introducir en su personalidad de marca**: sostenibilidad, tolerancia y diversidad son algunas. Como resultado, las marcas están empezando a explorar cómo pueden relanzar el **patrimonio como algo que no está atascado en el pasado, sino que es joven, progresivo y en evolución**.

En esta tendencia, el presente mira al pasado desde una visión nostálgica y recuperando algunos de los elementos decorativos más clásicos del textil: terciopelos, flecos, efecto de camuflaje, acabados con lustre... Se trata de una visión elegante, recargada y opulenta de los textiles, que toma referencias de las década de los 20 a los 50. **Colores artificiales, formas exageradas, estampados y patrones distorsionados y tejidos de alta tecnología** que redefinen lo que significa la herencia productiva.



Campaña Liberty London.

[Design direction]

NEW VINTAGE

Las antigüedades y los tejidos vintage buscan una expresión renovada y fresca, en cierta manera insolente, sin olvidar su origen. Se busca poner en la balanza la exaltación del pasado, contextualizándola en los tiempos presentes a través de pequeñas actualizaciones de los cortes o el color.

Se rescatan técnicas textiles olvidadas, así como patrones icónicos de la cartera así como de estilos decorativos del pasado, en la búsqueda de productos con historia capaces de aportar una conexión emocional. Acabados opulentos se elevan con el uso de pasamanería de raso dorado o terciopelo y raso devoré.

Dentro de esta manifestación, tanto en el sector de moda como textil hogar, el producto preloved comienza a tomar fuerza, a medida que se desarrollan nuevos modelos de negocio retail.



Browns · Liberty

[Design direction]

UBER-VOLUMES

Colores lisos que exploran la volumetría, jugando con las luces y sombras de los tonos y que exploran la decoración sin añadir nuevos elementos. Una expresión que en el mundo de la vestimenta se traduce en pliegues exagerados y que en hogar significan tapicerías que juegan con el volumen y utilizan tejidos con propiedades metaméricas.

Renewed Heritage



Browns · Liberty

[Design direction]

● Renewed Heritage

LUSTROUS FINISHES

Textiles con alto brillo que recuerdan a los filtros digitales y juegan los efectos de las luces, para crear superficies llenas de matices. Vuelve la felpa esta vez para añadir una sensación cosy a las colecciones, ideal para mantas y revestimientos de suelo. El pelo corto y poco profundo da sensación de terciopelo fino.

La combinación del terciopelo con colores metalizados, a partir de telas transparentes y de gasa tejidas con hilos brillantes aporta el efecto de opulencia y lujo que caracteriza a la tendencia.



Catherine Martin · Dedar · Rosemary Hallgarten · West Elm · Karpeta

[Design direction]

● Renewed Heritage

CAMO SKINS

El efecto de piel de camuflaje es otro de los estampados que evocan interpretaciones traídas directamente de la naturaleza.

Con el desarrollo de nuevos biomateriales y productos a base de algas, es posible diseñar una gama de textiles que aprovechan el lado científico de esta dirección.

En un esfuerzo para que estos textiles no recuerden directamente a los trajes militares o de camuflaje, la textura se introduce a través de hilos bouclé, contraste en la altura del pelo y grosores variables de hilo dentro de la construcción de los textiles.



Casamance · Standfast & Barracks · Epengle · Sampedro

[Design direction]

● Renewed Heritage

SUPERMATE

Superficies mate que imitan el aspecto de las pieles y gamuzas nobuck para una sensación raw y primitiva.

CASE → Una mínima intervención en las superficies para aprovechar la estética minimalista de los tejidos que derivan en productos en colores sólidos, desde pufs como el de **Habitat** y cabeceros como el de **Fairmont Park**.

CASE → Productos con alternativas a las pieles animales, hechas de Piñatex, corcho o plásticos reciclados como el pouf de **John Jenkins** son una forma de llegar al público más consciente por el medio ambiente.



Habitat · Bjarke Ingels Group · Fairmont Park · Deep, Natuzzi · John Jenkins

[Design direction]

● Renewed Heritage

DECORATIVE STAINING

El tie-dye y los patrones imperfectos se erigen como una de las mayores tendencias del 2020, añadiendo trazos poéticos en textiles y productos.

Aunque el tie dye ha dejado su huella en las pasarelas durante las últimas temporadas, con las colecciones de primavera de 2019 de Prada, Prabal Gurung o Loewe, de aquí en adelante se hace un hueco en los textiles del hogar con estampados psicodélicos propios de los 90.

En este proceso, será clave desarrollar métodos de coloración sostenibles para mantener bajas las soluciones tóxicas favoreciendo así colecciones eco-friendly.

Una solución puede ser utilizar dibujos con tinta hechos sobre el papel y procesarlos a impresiones digitales, transfiriéndose por calor en los productos deseados.



Loewe · Studio Kononenko · Cote Pierre Mathilde Labrousche · Villa Nova

[Design direction]

ALLURING DARKS

Materiales pesados y de estética goth dirigen esta clave de diseño que inyectan un aire de glamour dark a los textiles, tanto para productos como para revestimientos de paredes y cortinas.

Los colores, verdes y azules oscuros, agregan dramatismo a los tejidos que se decoran con estampados en combinación con otros tejidos como el terciopelo.



Nobilis · House of Hackney · Debenhams · Olivier Theyskens

/ Claves de diseño

Renewed Heritage

- 1 ↗ Inspiración en diseños antiguos y reinterpretación de las artesanías tradicionales como el bordado, el punzón y el crochet.
- 2 ↗ Se buscan tejidos llamativos para cortinajes y cojines, con efectos ópticos que aporten decoración gráfica.
- 3 ↗ Se trata de inspiraciones naturales, llevadas a terrenos de la fantasía.
- 4 ↗ Mobiliario tapizado con acolchados extra, donde el tejido añade volumen tanto a través de los efectos ópticos, como del tipo de trabajo del material.

#trendsCLUB

trendsTALK

Bath trends



Trends

COVID-proof
public spaces



Extra-ordinary
activities



Function &
hygiene



Humanness



«El miedo y la incertidumbre son dos sentimientos que están experimentando un dramático incremento. Estar preparado para cada situación será primordial, centrando la atención en productos que garantizan la seguridad y la protección».

WGSN

● COVID-proof public spaces

Al igual que muchos entornos interiores donde el contacto entre personas es alto, el baño es considerado también un lugar de riesgo en términos de contraer y propagar el virus Covid-19, sin mencionar otras enfermedades. La pandemia **ha acelerado un proceso de reinención de los baños públicos** que ya comenzaba a dar sus primeros pasos, en un esfuerzo por asegurar un ambiente donde **la gente sienta que se encuentra segura y protegida**. En agosto Airbus lanzó un proyecto de sensorización de aviones para recoger datos sobre uso del espacio. Entre otros recopila datos de cuántas veces se ha usado el baño y en cuántas ocasiones se bajó la tapa antes de tirar de la cadena.

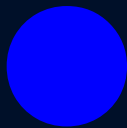
A través de soluciones de diseño tanto temporales como a largo plazo, está surgiendo un nuevo lenguaje visual que tiene como objetivo rehabilitar la relación de las personas con el mundo exterior al tiempo que garantiza que **la transición a una nueva normalidad sea cómoda y visualmente atractiva**.

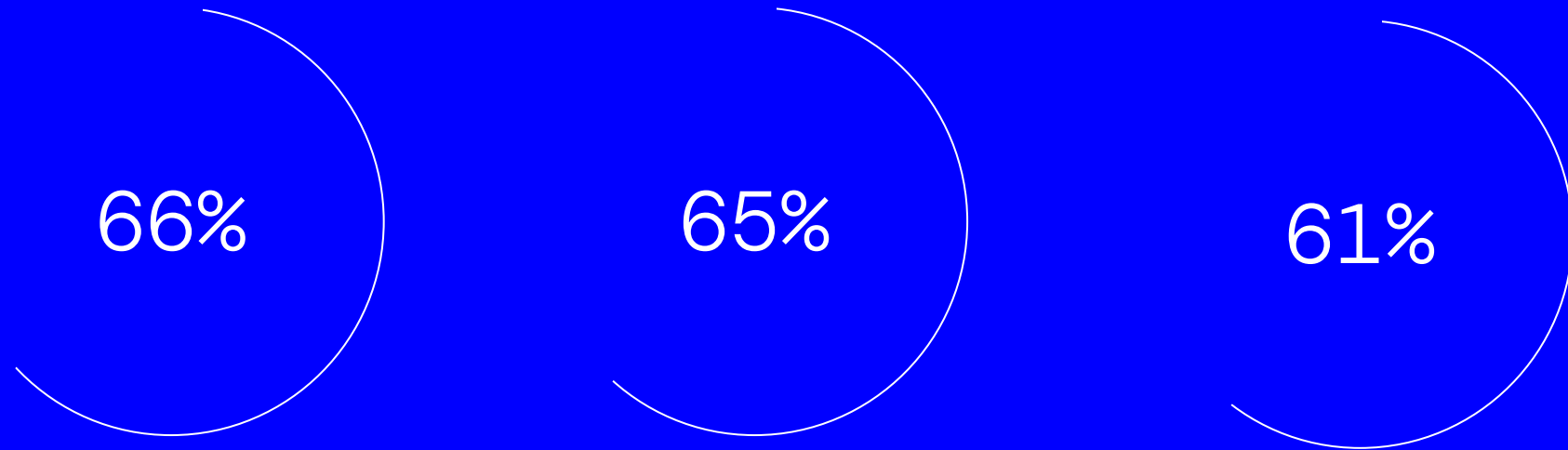


Airbus A350 · Slim3D/iStock (pattern), markp73/iStock (photo)

1

COVID-proof
public spaces





66%

de las personas afirman que su principal preocupación de volver al trabajo es el desplazamiento a la oficina

65%

se preocupa de compartir los servicios sanitarios

61%

se preocupa de compartir las instalaciones de la cocina

Esta transformación no significa la desaparición de las oficinas, pues **son “el pegamento que nos mantiene unidos”**, declara Andy Cohen, co-CEO de Gensler, consultora de espacios de trabajo. La oficina será el espacio de encuentro para la gran diversidad de perfiles de trabajadores dentro de una misma empresa, convirtiéndose en un ecosistema, donde cohabiten una **oficina central (hub) y otros espacios que hagan la función de satélite (spoke)**.

De este modo en las oficinas del futuro, encontraremos **más personas que escritorios**, ya que el espacio se dividirá en zonas destinadas a diferentes usos: espacios de concentración, zonas de brainstorming, salas de trabajo colaborativo, talleres... "Podemos hacerlo más fácil creando estas zonas de elección, estas zonas en las que puedes elegir dónde vas a trabajar según el tipo de trabajo que vayas a hacer ese día, lo cual es muy importante", afirma Andy Cohen, co-CEO de Gensler.

Who led the digital transformation of your company?

A) CEO

B) CTO

C) COVID-19

[Action point]

CORTO PLAZO

● COVID-proof public spaces

En el corto plazo, barreras separadoras de espacios, muebles modulares y marcas en el suelo, muestran a los usuarios la distancia que deben mantener entre ellos para asegurar tanto su propia seguridad como la de la gente que los rodea. En esencia, soluciones de duración determinada que se puedan integrar rápida y fácilmente en el entorno existente sin la necesidad de realizar ajustes complejos.

Estaciones de limpieza y sanitización se han instalado no solo en los baños públicos, sino en las entradas y salidas de cualquier tipo de instalación.

CASE → **Nanoseptic Skin** es un material de nanocristales minerales que usa la luz visible para generar una reacción de oxidación rápida que elimina los contaminantes orgánicos depositados.



Clikclax by Zahava Elenberg · Nanoseptic Skin · Sanitation Statin · AirSteril

[Action point]

LARGO PLAZO

● COVID-proof public spaces

En el largo plazo, la preocupación por el contacto y el saneamiento están dando lugar a nuevos comportamientos en la sociedad. El diseño orientado a asegurar y mantener la distancia de seguridad hará que se asimilen prácticas como el control por gestos, en lugar del táctil o por voz, lo que limitará la difusión de gérmenes en los espacios.

A su vez, los nuevos hábitos orientados al bienestar que se han generado durante la pandemia se están volviendo un tema crucial a considerar tanto por creativos como por las marcas, aunque si bien la pandemia ha promovido el uso de artículos de un solo uso para reducir la contaminación bacteriológica, los diseñadores deberán desarrollar soluciones más amplias que consideren la sostenibilidad al mismo tiempo que protegen contra los riesgos externos para la salud.



Fountain of Hygiene: hand sanitiser design competition · Experimento sobre propagación de bacterias al tirar de la cadena con la tapa abierta.

[Design direction]

POSITIVE BARRIERS

● COVID-proof public spaces

Como parte del impulso por un futuro más saludable, la distribución de interiores y la innovación en muebles y materiales están pasando a primer plano.

En la última década, los espacios públicos han sufrido cambios y mejoras con la intención de asegurar el acceso a cualquier persona: rampas, barras de apoyo y sujeción, elevación del retrete, cambiadores para bebés... En este último año y en adelante, la pandemia acelerará un cambio que vaya más hacia una estética con un énfasis en la salud y la seguridad. Los baños se volverán más fáciles de limpiar, más aireados, más abiertos. Nuevas tecnologías que limiten el contacto directo de las personas con los objetos serán cada vez más usadas y prevalecerán la arquitectura y los interiores modernos y transparentes.



Fortum Vipu · Elbow socks by Raw Color · Light Gestures by Timi Oyedeji

[Design direction]

AUTOMATIC BATHROOMS 1/2

● COVID-proof public spaces

La automatización de los dispensadores de papel, agua o secadores, así como sistemas de apertura de puertas touch free o hands free serán clave en los baños públicos, que se trasladarán en el largo plazo. El mayor desafío para los baños públicos será encontrar innovaciones a partir de la tecnología para reducir las salpicaduras, así como el contacto con las superficies del baño y evitar el agua estancada residual.

Por un lado, se extienden nuevos protocolos y hábitos de higiene entre los ciudadanos, aumenta la exigencia de limpieza, y la amenaza de nuevos virus futuros hace más necesario que nunca la introducción de tecnologías y categorías de producto especialmente pensadas para espacios compartidos (transporte, oficinas, infraestructuras públicas, centros deportivos...).



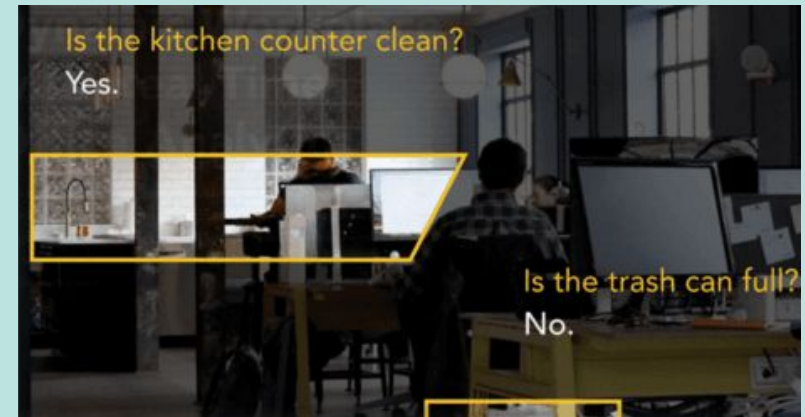
MARTA (Metropolitan Atlanta Rapid Transit Authority) bathrooms

[Design direction]

AUTOMATIC BATHROOMS 2/2

● COVID-proof public spaces

Los datos recogidos de estos dispositivos también pueden informar a las empresas a qué horas el baño hay más tráfico para planificar la limpieza. Sin embargo, los baños automatizados siguen siendo caros y provocan otro tipo de problemas como el vandalismo, motivo por el cual la ciudad de Seattle los retiró de las calles, tras una inversión de 5M\$...



Density · Sensors

[Design direction]

SOCIAL DISTANCING

● COVID-proof public spaces

El distanciamiento social es muy difícil de practicar e imponer en los baños públicos. Este requisito se traducirá en nuevas formas de diseñar los baños en espacios pequeños y reducidos, eliminando espacios cerrados para mejorar la ventilación, reduciendo las zonas de espera dentro del baño y con nuevas soluciones para divisores como en los urinarios de pie, donde la privacidad pasará a un segundo plano respecto a los criterios de higiene.

Materiales más usados como los tableros de madera y aglomerado cederán parte de su mercado al vidrio y los materiales ligeros autolimpiables.



Baños de carretera en Maidstone (UK)

[Design direction]

● COVID-proof public spaces

THE PUBLIC RESTROOM OF THE FUTURE

Después de meses de estancamiento, el sector turístico y la industria hotelera y de restauración están reabriendo sus puertas y preparándose para esta nueva normalidad: desinfectantes en todos los pasillos de entrada, limpiezas más exhaustivas y delante de los usuarios y el uso de productos de limpieza más agresivos son algunas de las medidas con el objetivo de estar a la altura de lo que los usuarios esperan para volver a confiar en ellos.

CASE → Sistemas de secado como **PathSpot** utilizan alternativas al aire como rayos UV.

CASE → El aeropuerto de **La Guardia**, finalista del America's Best Restroom Award, diseñado para evitar que los usuarios toquen las mínimas superficies posibles.



PathSpot · LaGuardia · No Place To Go: How Public Toilets Fail Our Private Needs

[Design direction]

POSITIVE BARRIERS

● COVID-proof public spaces

El proyecto pretende añadir 17 nuevos baños públicos en Shibuya. Para ello, han encargado diseños a algunos de los arquitectos más conocidos de Japón y a otros diseñadores de todo el mundo, como Tadao Ando, Shigeru Ban, Kengo Kuma y Marc Newson. L. "El uso de los baños públicos en Japón está limitado debido a los estereotipos de que son oscuros, sucios, malolientes y aterradores", dice Mihoko Ueki, coordinadora del proyecto de la Fundación Nippon. La fundación argumenta "que el poder del diseño creativo es la clave para superar tales desafíos".

CASE ➔ Diseñados por el diseñador nipón **Shigeru Ban**, los cristales de estos baños cambian de opacos a transparentes cuando no están siendo usados, así el usuario sabe desde fuera si están limpios o no.



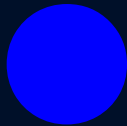
Tokyo Toilet project

COVID-proof public spaces

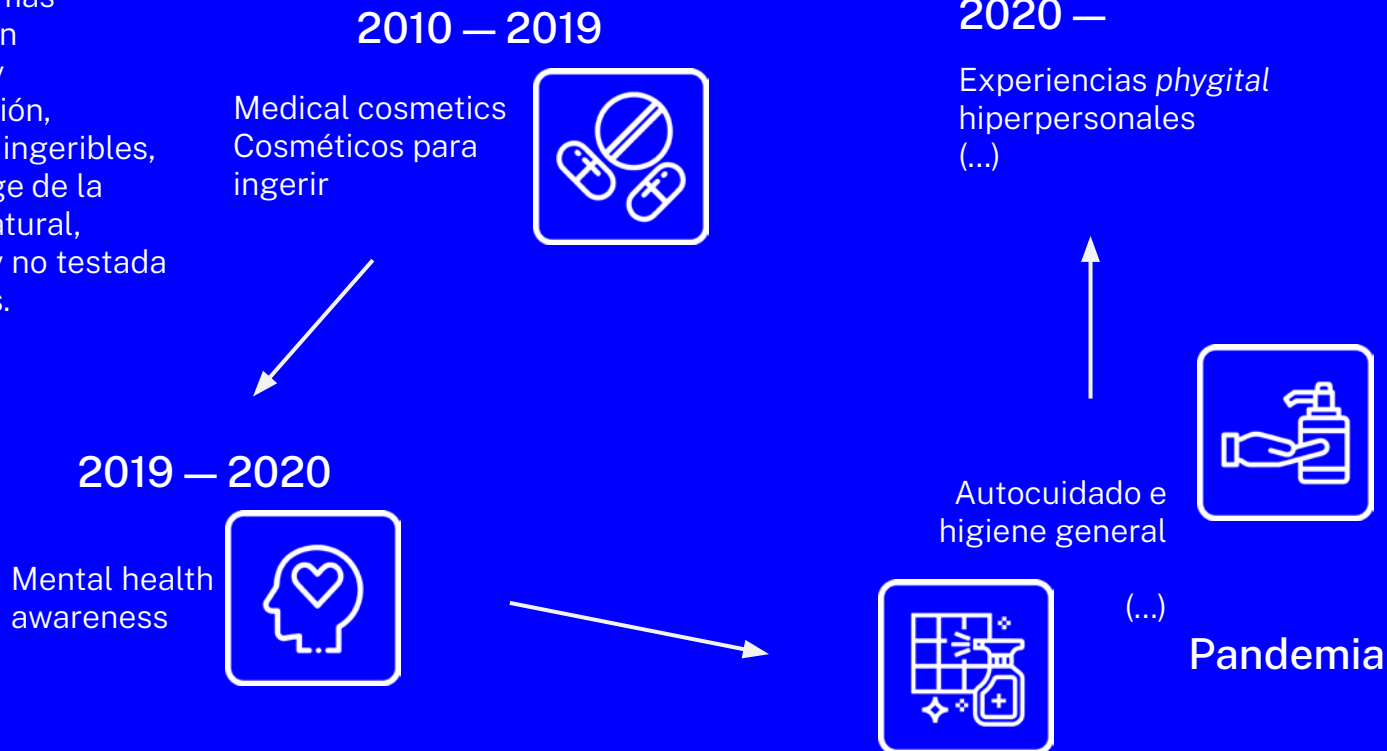
- 1 ➤ Las soluciones están por determinar, y mientras se testean nuevos productos y formas de relacionarnos con el espacio, el diseño queda en un segundo plano.
- 2 ➤ Conseguir soluciones de limpieza autónoma para el espacio será una de las claves para conseguir interiores eficientes en lo relativo a uso y mantenimiento del mismo.
- 3 ➤ En este sentido los materiales autolimpiables y con propiedades fungicidas, bactericidas y antimicrobianas tomarán fuerza.
- 4 ➤ La sostenibilidad genera un nuevo punto de tensión, ya que el producto no solo debe preocuparse de la estéticas, sino de altas prestaciones funcionales.
- 5 ➤ La estética general de estos espacios está cambiando, para poner más énfasis en la salud y la seguridad. Serán más limpios, con mejor ventilación y con una arquitectura moderna y transparente que equilibre el aspecto aséptico sin perder funcionalidad aparente.

2

Extra-ordinary
activities



Dos grandes tendencias se trazan a partir de la segunda década de los 00's: los productos que ahorran tiempo (cremas antiedad con maquillaje y fotoprotección, cosméticos ingeribles, etc) y el auge de la medicina natural, sostenible y no testada en animales.



Ya podemos ver cómo la sociedad comienza a interesarse por la belleza y el bienestar, pasando estos intereses a un primer plano. En la era del Covid, el auge de la biociencia y la exploración del cuidado del microbioma de la piel (el ADN de la piel) están emergiendo como dos áreas muy potentes para el desarrollo y la innovación.

● Extra-ordinary activities

El confinamiento durante estos últimos meses ha servido a muchos hogares para darse cuenta de lo deficientemente construidas que están las viviendas modernas, y también para reflexionar sobre el lugar que habitan, dándose cuenta así lo poco cubiertas que están sus necesidades en las casas actuales.

Si el homeoffice ha llegado para quedarse, otro de los drivers que se han visto motivados a raíz de la reclusión en los hogares ha sido el de la **importancia que se le da a los cuidados y a la salud mental**, pasando estos dos a los puestos más altos en cuanto a las preocupaciones de la gente.

Y es que como afirma la diseñadora británica Ilse Crawford, “(el confinamiento) ha sido un vasto experimento social, que revela que debemos centrarnos en nuestros hogares como lugares que habitamos consciente y activamente, en lugar de “dejarnos caer” al final de un día o una semana de ajetreo, sin preocuparnos por el impacto que ejerce en nuestra salud física y mental.”

Se trata de un periodo de **descubrimiento de placeres simples** e inesperados y aprender a que se es capaz de vivir con lo justo. Este cambio está siendo percibido por las marcas de cosmética y wellness a quienes la pandemia las ha obligado a detenerse, hacer balance y repensar toda la relación entre la marca y el cliente, pues **los hogares se están convirtiendo en el nuevo espacio para la experiencia del cliente**, a partir de ordenadores y móviles que reemplazan los spas y las salas de fitness.



Disciple London

[Action point]

THE PLACE FOR PRIVACY

● Extra-ordinary activities

El baño se transforma en un santuario de paz y relajación; el lugar al que acudir cuando no había otro sitio donde encontrar un poco de intimidad.

“El hogar se está convirtiendo en un nuevo espacio de la experiencia del cliente, con ordenadores portátiles y dispositivos móviles que sustituyen a las salas de tratamiento, los estudios de fitness y los mostradores de belleza”, declara Vasiliki Petrou, vicepresidente ejecutivo de Unilever Prestige.



“I’ll go into my bedroom and lock the door for calls that can’t be interrupted. If I really need it to be rock solid quiet, like when I’m recording my podcast, I lock myself in the bathroom”, Rebecca Minkoff, diseñadora de moda.

[Design direction]

THE REALM OF THE BEAUTY SECTOR

● Extra-ordinary activities

Igual que sucedió durante la crisis del 2008, el sector de la belleza ha seguido creciendo de forma consistente, con caídas mucho menores que otros sectores durante el inicio de la crisis de la COVID. Expertos y centro de análisis como McKinsey auguran su buena salud durante los próximos años y dan la explicación en el 'índice pintalabios', que explica como un pequeño bien de consumo se puede convertir de forma rápida en un objetivo de lujo que nos podemos permitir.

El sector de la belleza ha evolucionado a terrenos donde lo natural y el wellness son relevantes, pero también el movimiento feel-good. Crecen los productos para el cuidado de la piel, el cabello y el baño y el cuerpo, respecto a los productos tradicionales de cosmética. Las ventas de jabón de manos de lujo en Francia aumentaron un 800% la semana del 16 de marzo de 2020 (Fuente: Fashion Network).



Delicious Skin Food · Seed Phytonutrients

[Design direction]

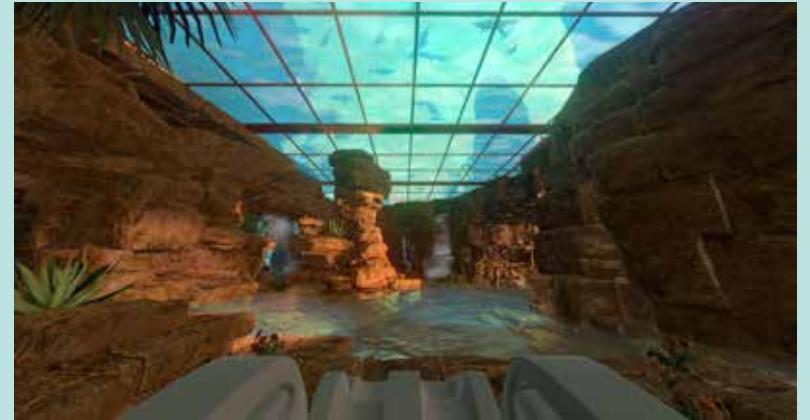
A RELAXING SANCTUARY

● Extra-ordinary activities

Un estudio llevado a cabo por Houzz en 2019, afirmó que casi la mitad de los encuestados eligen el baño para relajarse (45%). La fácil limpieza y el orden son clave. Para el interior, los favoritos eran los tonos neutros, que promueven la sensación de spa, como tocadores blancos o de madera (34% y 29%, respectivamente), mostradores blancos (46%), suelos grises o blancos (31% y 19%, respectivamente) y paredes grises o blancas (29% y 27%, respectivamente).

"El wellness ha salido de los centros de belleza y ha entrado en el hogar. Y de esa manera, busca conectar con personas en un nivel más accesible y amable" comenta Katie Klencheski, fundadora de SMAKK Studios.

CASE → **Esqapes** es una experiencia totalmente inmersiva que combina la atmósfera de un entorno de spa físico con estimulantes sensoriales habilitados por la tecnología.



Esqapes · Arima Onsen, Japan

[Design direction]

PRIMITIVE BATHROOM

● Extra-ordinary activities

El espacio del baño reproduce ambientes de aspecto primitivo con materiales de aspecto natural, superficies en crudo y detalles sin pulir. Productos y acabados que reniegan de la decoración y que exploran un lenguaje minimalista y cálido.



Cocoon · @mykindlifestyle · est.living

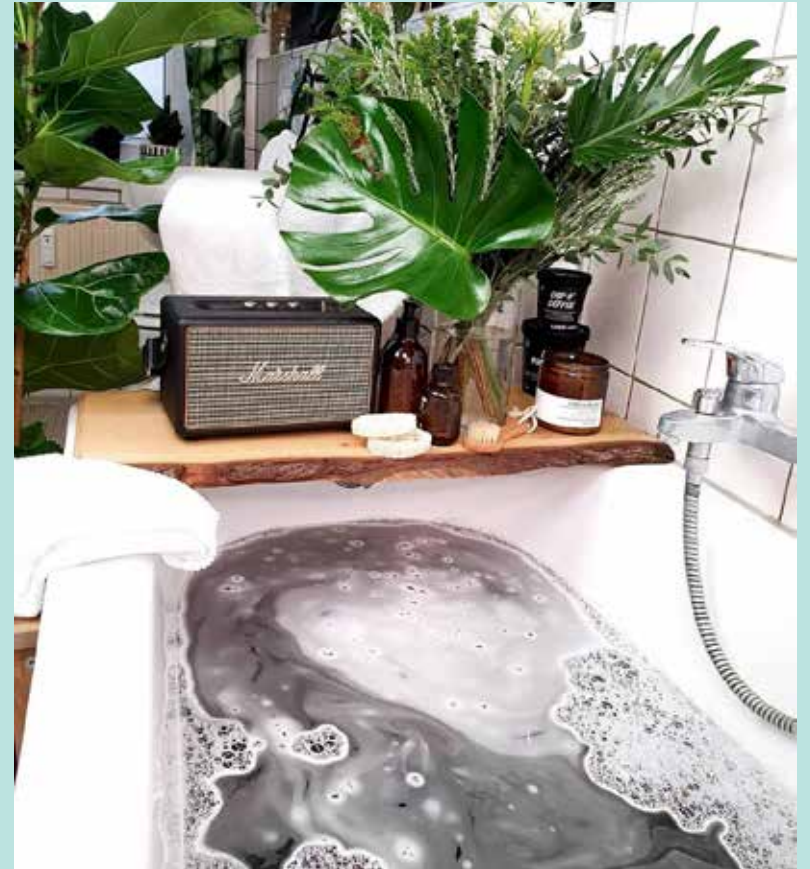
[Design direction]

RITUALES

● Extra-ordinary activities

Encajado con una nueva forma de entender la espiritualidad y el mindfulness los pequeños rituales de baño se han convertido en elementos clave para la salud mental cotidiana de las personas. Las duchas y las bañeras desempeñan un papel importante, con nuevas formas de ofrecer tratamientos de agua. Elementos como los estantes o baldas de ducha retoman importancia como dispensador de elementos de belleza.

Paralelamente el sector de las velas, aceites y aromas domésticos continúa creciendo. El sector del baño se acerca a sus usuarios con narraciones centradas en los beneficios de los pequeños rituales domésticos.



@gretchen_ross

/ Claves de diseño

Extra-ordinary activities

- 1 ↗ El concepto del baño como un spa se combina con la funcionalidad, añadiendo pequeños extras pensados para el 'me time'.
- 2 ↗ La comunicación dentro del espacio de baño se vuelve más personal, con atrezzo que vinculan el espacio al ritual y al disfrute.
- 3 ↗ Los nuevos conceptos de belleza hacen más relevante que nunca pensar las duchas y las bañeras como contextos del ritual.
- 4 ↗ La estética del sector de la belleza permea en el interiorismo a través de espacios naturales, donde se exploran texturas y espacios en crudo.

● Function & hygiene

Los inesperados cambios que hemos realizado en nuestras rutinas durante los últimos meses exigen una reinención de los espacios que habitamos, explorando formas de maximizar el uso de estos con la idea de **generar una mayor sensación de seguridad**.

"A medida que más personas se mudan a la ciudad y los entornos tienden a hacerse más pequeños, buscamos **espacios híbridos como el baño y el dormitorio**", dice Paul Flowers, director de diseño de la marca de tecnología del agua Lixil.

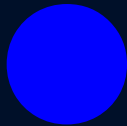
Mientras que los consumidores se acostumbran a pasar más tiempo en el interior de su hogar y a concentrarse en su salud, el baño se convierte en un **santuario** para el cuidado personal y el bienestar. El baño se reviste de colores reconfortantes, así como **materiales y apliques que sean fáciles de limpiar y satisfagan tanto táctil como visualmente**: materiales en superficies que transmiten cualidades antibacterianas, antimicrobianas y autolimpiantes, pero tratando de evitar un look demasiado estéril y "de hospital".



Disciple London

3

Function &
hygiene





56%

ha sido el incremento de las solicitudes de reformas en el baño respecto al mismo periodo en el año anterior.



82%

de las transacciones inmobiliarias que se realizan en España son de pisos de segunda mano

[Action point]

KEEP IT CLEAN!

● Function & hygiene

La limpieza tiene una fuerte conexión con el bienestar mental, ya que transmite la sensación de tener el control. Una encuesta realizada por OfferUp revelaba que el 54% de los encuestados afirmaba que limpiar les relajaba (Fuente: OfferUp's annual 2019 Spring Cleaning Report)

Cuando en la primera semana de confinamiento, los estantes de los supermercados aparecían más vacíos que nunca de productos de limpieza y desinfección, un gran número de consumidores comenzó a recurrir a soluciones antiguas y materiales naturales para encontrar alternativas más seguras a los productos químicos. El crecimiento de la preocupación por la limpieza ha provocado el desarrollo de un sector con empresas disruptoras que trabajan desde las fórmulas, al packaging, el uso de productos o la sostenibilidad como claves.



Veles all purpose cleaner

[Design direction]

● Function & hygiene

MATERIALES NATURALES

Los materiales autolimpiables y aquellos que introducen funcionalidades fungicidas, antivíricas y antibacterianas pasan a primer plano. Por un lado, cobran valor aquellos materiales que de forma natural cuentan con estas propiedades. Paralelamente el sector de los materiales trabaja de forma incansable por incluir aditivos y propiedades extra en sus productos más desarrollados.

Los materiales de vinilo y la categoría de suelos engineered wood crecieron del 6% en 2017 al 10% en 2019 en EEUU (Fuente: Houzz)

CASE ➔ La gama de rafia metálica de **Elitis** incluye tratamientos antifúngicos y antibacterianos.

CASE ➔ Las superficies Active de **Iris Ceramica** son el primer producto cerámico anti-contaminación, purificador de aire y bactericida para pisos y paredes certificado por ISO



Iris Ceramica · Elitis

[Design direction]

SUPER-HYGIENIC BY TECHNOLOGY 1/2

● Function & hygiene

El futuro del baño pasa por incorporar tecnologías contactless para hacerlos más higiénicos, mejorar la accesibilidad con la creciente demanda de usuarios que optan por duchas a ras del suelo e introducir sutiles intervenciones tecnológicas que eleven la experiencia de usuario.

El crecimiento de este mercado supondrá un incremento en la inversión de soluciones de este tipo. Otras prioridades funcionales tomarán relevancia, como la absorción de olores o el confort acústico que también entran en juego con la fusión entre dormitorio y baño. Pero la tecnología toma también otros derroteros, como la posibilidad de que el sanitario proporcione un análisis de las heces para realizar recomendaciones nutricionales.



Technovore by The Eatelier

[Design direction]

● Function & hygiene

SUPER-HYGIENIC BY TECHNOLOGY 2/2

La tecnología integrada sutilmente en el hogar permite soluciones que mejoran de manera discreta pero eficiente los rituales diarios de los usuarios en el baño.

CASE ➔ El robot aspirador autolimpiante **Narwal** ofrece una limpieza del suelo del baño completamente automatizada, lo que elimina la necesidad de pasar la fregona después de las duchas.

CASE ➔ El Premio a la Innovación del CES 2020 fue para la papelera de **Townew**, que sella la bolsa cuando está llena y cambia a una nueva sin que el usuario la toque.

CASE ➔ El inodoro inteligente Numi 2.0 de **Kohler** ofrece limpieza y secado personalizados, asiento con calefacción, iluminación ambiental y control por voz de Alexa.



Narwal · Townew · Kohler

[Design direction]

● Function & hygiene

SUPER HYGIENIC BY DESIGN

La higiene se relaciona de forma muy directa con la limpieza del espacio. A pesar de que se habla mucho de la aportación de la tecnología, soluciones menos complejas pueden ayudar a reducir las salpicaduras en el cuarto de baño.

Algunos diseñadores como el americano James Walsh, esperan que la búsqueda de soluciones en este sentido derive en lavabos con “sumideros más profundos y con paredes de cuencas más inclinadas”. Una solución sencilla que ya se usa en quirófanos.

Andrew Dent de Material Connection, sugiere respecto a los materiales antibacterianos, que “sería más eficiente invertir la investigación en cambiar los hábitos de la gente”, ya sea en hacer que se laven las manos por más tiempo y más a menudo o en bajar el asiento cuando se tira de la cadena. "Preferiría una superficie lisa y no porosa cuyo diseño facilite que se toque mínimamente y que se limpie con la mayor regularidad posible."



Bach Medical Supply for a Industrial .
photo credit to Bennett Frank McCarthy Architects, Inc.

[Design direction]

MODULAR & CUSTOM

● Function & hygiene

En 2017 el Parlamento Europeo votó a favor de recomendaciones que recomienden a los estados miembros a identificar y ejercer presión reglamentaria sobre los fabricantes de productos difíciles de reparar. El organismo también votó para establecer un sistema de etiquetado que detalla la "capacidad de actualización de un producto en línea con el progreso técnico y la capacidad de reparación".

El paradigma de funcionalidad es cada vez más importante en los sistemas de fabricación. No únicamente por motivos medioambientales, sino que tienen que ver con la exigencia de personalización de los productos. El sector del baño se enfrenta a la presión de construir una industria capaz de fabricar a medida y con alta modularidad y reparabilidad, cambiando radicalmente un sistema donde la estandarización de soluciones ha sido la tónica.



Tylko

Function & hygiene

- 1 ➤ La tecnificación de los productos del baño se afianzará gracias a la búsqueda de valores de higiene y salud dentro del baño.
- 2 ➤ La tecnología sin contacto debe ser fácil de usar y de mantenimiento sencillo.
- 3 ➤ Las soluciones touch-free y antispash deben buscar fórmulas que las hagan más accesibles, quizá desde un punto de vista mecánico más que tecnológico, o acabarán siendo productos para nichos dentro del mercado.
- 4 ➤ El diseño debe ser un apoyo para educar y establecer nuevas formas de uso e higiene dentro del baño.
- 5 ➤ La funcionalidad será una cuestión primordial en el baño, pero sin olvidar la estética.

● Humanness

Humanness explora cómo nos relacionamos con nosotros mismos y los demás teniendo en cuenta la situación actual que estamos viviendo. ¿Cómo desarrollamos relaciones de una manera no física? **¿Cómo creamos sentido de lo táctil y material en el mundo virtual?** ¿Cómo gestionamos nuestra salud y bienestar? El resultado es un juego de yuxtaposiciones e ideas aparentemente opuestas: aplicaciones digitales para recrear experiencias espirituales; ropa e interiores con propiedades curativas y filtrantes; el misticismo antiguo como forma de ver el futuro... tecnología y talismanes, espiritualidad y ciencia.

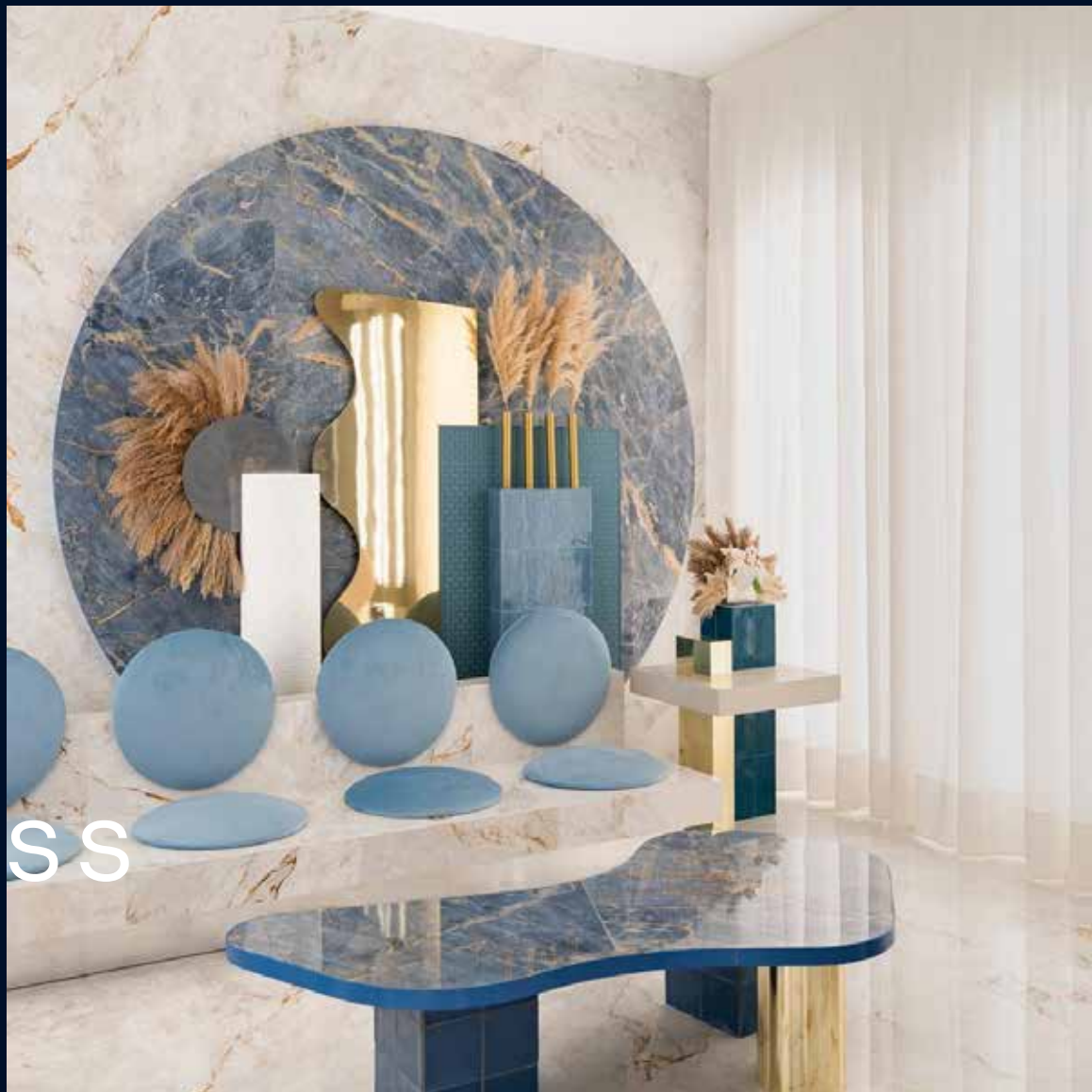
El hilo conductor de estas ideas es un diseño menos centrado en el producto o la experiencia en sí, y más en cómo sirve a la sociedad, con nuevos materiales que ofrecen mayor comodidad y protección o una aplicaciones de terapia virtual que proporcionen seguridad. En 2022 cambiarán las prioridades con qué nos conectamos y cómo, haciéndolo así de manera cada vez más ágil, híbrida y poco convencional.



@teaaalexis

4

Humanness



«La crisis ha puesto de manifiesto las deficiencias de estas instalaciones, que a menudo están diseñadas como médicamente seguras pero que se sienten inhumanas y estériles».

Hella Jongerius

[Design direction]

VISUAL TACTILITY

● Humanness

La conexión entre los seres humanos y los materiales que envuelven sus vidas ha sido un tema tratado durante muchos años por un gran número de diseñadores. Con el argumento de que estas relaciones cambiarán a raíz de la pandemia, también se siente que podríamos estar al borde de una nueva comprensión del espacio público y privado.

Por lo tanto, una importante evolución material —o incluso revolución— está en marcha. La pregunta ahora es: cómo infundir a los materiales una conexión humana táctil, pero también asegurarse de que den una sensación de limpieza e higiene. La diseñadora holandesa Hella Jongerius proclama “la forma en que podríamos hacerlo es centrándonos en los procesos artesanales, y en la honestidad en la producción y el mantenimiento”.



«Creo que algunas medidas extremas van a ser temporales. Pero algunas cosas no se van a recuperar. Tendremos una nueva normalidad».

Holly Samuelson

Profesora de Edificación y Salud Pública de la Universidad de Harvard

[Design direction]

PHYGITAL EXPERIENCES

● Humanness

En un futuro próximo, la búsqueda del placer va a ser cada vez más aceptada y alentada en 2022 como un antídoto contra el miedo engendrado por la ansiedad climática y la incertidumbre social y política. Los valores del producto se centrarán en la sensualidad, la diversión y la noción de que la indulgencia puede ir de la mano con el cuidado personal y el bienestar mental.

CASE → La instalación de **Rive Roshan** 'Home as a Sanctuary' se cuestiona cómo la pandemia influirá en el futuro; si seremos más conscientes de nuestras elecciones y cómo podemos salir de esta crisis con más equilibrio entre humanidad y medio ambiente

CASE → **Synesthesia Lab** ha diseñado un concepto de experiencia multisensorial donde se invita a los participantes a sentarse y experimentar la sensación de estar 'envueltos en un mundo de sonidos, luces y vibraciones'



Rive Roshan | Synesthesia Lab

Humanness

- 1 ➤ Superficies con aspecto textil excesivamente natural tendrán menos presencia por su percepción de materiales menos higiénicos.
- 2 ➤ La elección de los materiales será clave a la hora de crear diseños capaces de transmitir valores como la cercanía o la calidez, a la vez que son percibidos como superficies saludables.
- 3 ➤ Las nuevas propuestas se balancearán en un delicado equilibrio entre las características asépticas y la capacidad de conectar desde un punto de vista emocional con el usuario.

TRENDS**CLUB**

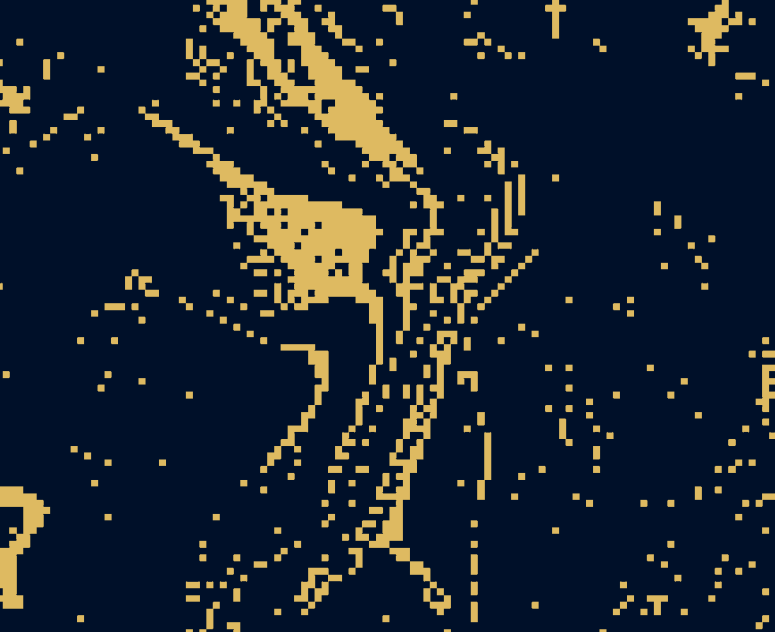
by **ambit⁺**

trendclub.ambitcluster.org

¡Únete!

➤ [linkedin.com/groups/12336323](https://www.linkedin.com/groups/12336323)





interihotel.com

TRENDS **CLUB**
by **ambit**