

Tendencias Lifestyle 2024

ambit
LIVING SPACES CLUSTER

FUTURE4



TRENDS CLUB
by ambit



Contenidos



Home Lifestyle 2024

1. The Holistic Entrepreneur	09
2. The City Hermit	27
3. The Versatile Tribe	45
4. The Eco-conscious Senior	61

Investigación

Pepa Casado D'Amato Fundadora de Futurea

Lucía Marín Investigadora de Futurea

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 → @futureatrends

LK → @futurea

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 2024. 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.

Hogares que hablan de quienes somos

¿Qué hace que un espacio sea un hogar? Este informe no intenta dar una única respuesta, porque no la hay. Hoy, más que nunca, los hogares son un reflejo vivo de nuestras prioridades, aspiraciones y formas de habitar el mundo.

Esta investigación nos adentra en los perfiles emergentes que están redefiniendo los espacios interiores. Cada uno de ellos nos muestra una verdad que trasciende las categorías: el hogar no es un lugar fijo, sino un terreno en constante negociación entre quienes somos y quiénes queremos ser. Diseñarlo implica entenderlo no sólo como un contenedor de funciones, sino como un espacio cargado de significado, capaz de sostener las tensiones de un presente híbrido y emocional.

En un momento en que el diseño interior es más estratégico que nunca, este informe invita a mirar más allá de las tendencias y a pensar en cómo convertirlas en soluciones reales, útiles y humanas. Porque diseñar un hogar no es simplemente planificar un espacio, es imaginar vidas.

Joaquim Solana, cluster manager de Ambit

Pepa Casado, fundadora de Futurea





¿Qué es un hogar?

Hoy el hogar es un espacio de intimidad, de socialización, de realización personal, el lugar donde trabajamos, el sitio donde nos conectamos con otros, un espacio de crecimiento profesional, el gimnasio, el restaurante...

Pero sobre todo, hay muchos conceptos diferentes de lo que es hogar.

Profiles

The Holistic Entrepreneur



The City Hermit



The Versatile Tribe

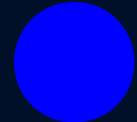


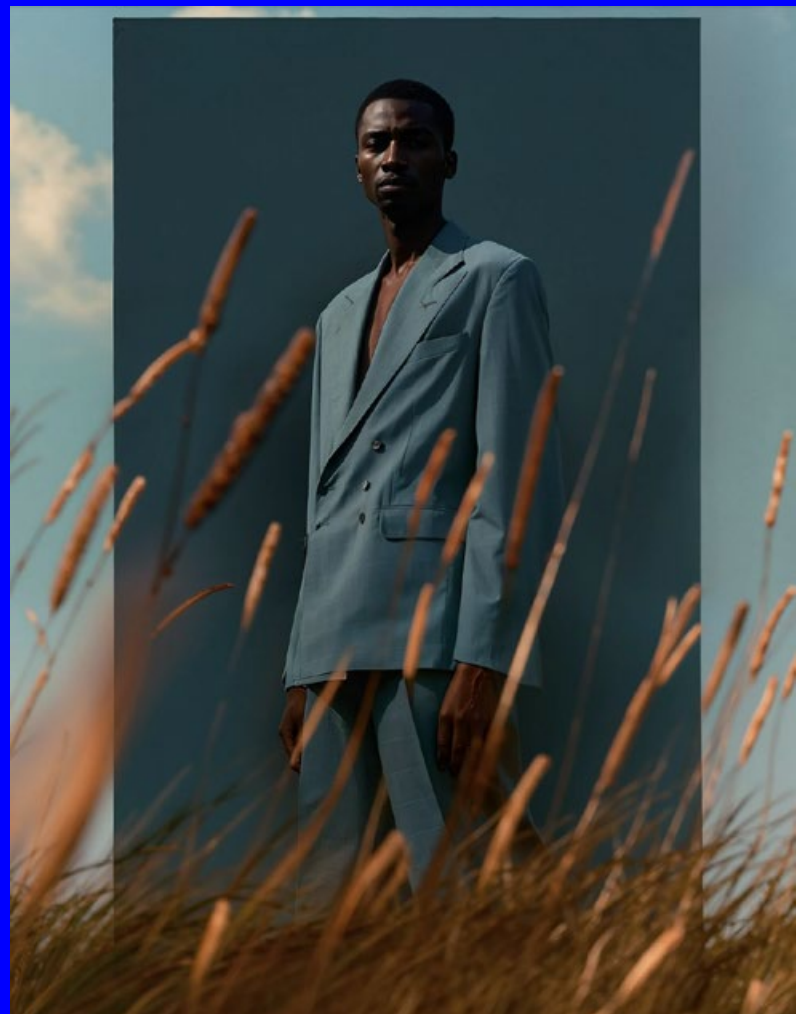
The Eco-conscious Senior



1

The Holistic Entrepreneur





La generación Z dedica una media de

7 horas/día

a la pantalla del móvil, un 104% más que la media mundial.

[Morning Consult](#)

Casi la mitad de la Generación Z trabaja fuera de su empleo (side hustles), mientras que el **64%** de la Generación Z en UK ha creado su propio negocio o se lo ha planteado.

[AATT](#)

● The Holistic Entrepreneur

Ante el agotamiento del modelo tradicional de éxito y los modos de trabajo clásicos, una cohorte de consumidores está reemplazando estas estructuras arcaicas para ofrecer una **visión líquida de todas las facetas que componen su vida**. Impulsados por la digitalización, el trabajo remoto y el auge del emprendimiento accesible, los Gen Z se lanzan a crear su propio camino a través de proyectos de vida que reflejen sus valores y pasiones, construyendo carreras multifacéticas que integran productividad y autocuidado.

Una generación que reinventa su recorrido vital, **fusionando trabajo, pasión y bienestar en una sinergia única**. Un perfil que no ve límites claros entre vida personal y profesional porque para ellos, **su propósito es su estilo de vida, y su estilo de vida es su carrera**. Apoyándose en la tecnología, diseñan un camino propio donde sus múltiples intereses y proyectos coexisten, logrando equilibrio entre productividad y autoconocimiento.

Es por todo esto que, en sus decisiones de compra, **se inclinan por marcas y experiencias que reflejen sostenibilidad, autenticidad y funcionalidad, convirtiendo el consumo en una extensión de sus valores**. Su hogar se convierte así en un espacio holístico: un laboratorio donde experimentan con ideas, afinar habilidades y cuidar de uno mismo.



El 65,8% de los jóvenes de entre 15 y 21 años consideraba emprender su propio negocio, mientras que el 28,1% prefería trabajar en una empresa y el 5,9% optaba por ser funcionario público.



Miriam Alía
@miriam_alia
86k



Patricia Bustos
@patricia_bustos
69k



Somos Nido
@somosnido
44k



Pia Capdevila
@piacapdevilainteriorismo
74k



Trucos para Decorar
@trucosparadecorar
887K



Sol van Dorsen
@laurataltal
88m



María Santos
@estudiomariasantos
103k



Katty Shiebbeck
@somewhereiwouldliketolive
875k

En datos...

La generación Z dedica una media de

7 horas/día

a la pantalla del móvil, un 104% más que la media mundial.

[Morning Consult](#)

A pesar de estar hiperconectados, el

19% de los jóvenes

de entre 16 y 24 años se sienten solos «a menudo» o «siempre»...

[Eden Project Communities](#)

...y el **41%** de las chicas de entre 11 y 21 años se sienten tristes o deprimidas después de pasar tiempo en línea.

[Girlguiding.org](#)

Casi la mitad de la Generación Z trabaja fuera de su empleo (side hustles), mientras que el

64% de la Generación

Z en UK ha creado su propio negocio o se lo ha planteado.

[AATT](#)

La cultura de los influencers ha generado nuevas formas de ganar dinero en rrss; el

64% de los usuarios

Gen Z de redes sociales planeaba monetizar un proyecto en 2023

[Instagram](#)

- Side Hustler
- Constant entrepreneur
- Hidden tech
- Wellness lifestyle
- Social media connoisseur
- Home as a stage

Álvaro Toledo (@planc.home)
Michelle Lin (@michellelin.lin)
Mara Olmos (@maraolmoss)



The Holistic Entrepreneur in a nutshell...

Trabajo

Trabajan desde casa en oficinas que son la mezcla perfecta entre funcionalidad y diseño.

Inversiones clave: escritorios ergonómicos, sillas de alta gama y herramientas para reducir distracciones (auriculares noise-cancelling), pequeños talleres en casa.



Tiempo libre

Bienestar físico: Practican deportes individuales con el uso de medidores de métricas de salud (yoga, pilates, fitness)

Bienestar mental: Tiempo para mindfulness o journaling.

Viajes: Escapan a destinos que combinan lujo y sostenibilidad (alojamientos ecológicos o retiros)



Consumo hogar

Tecnología: dispositivos de alto rendimiento y diseño minimalista

Decoración y mobiliario: productos que mezclan diseño funcional pero con un alto grado de diseño. Optan por un maximalismo controlado, con mezclas eclécticas de productos



Moda & cosmética

Priorizan piezas versátiles y cómodas pero que forman parte de la *hype culture* y se alinean con su filosofía de practicidad y estética.

Cosmética: usan productos naturales y cruelty-free



[Características clave]

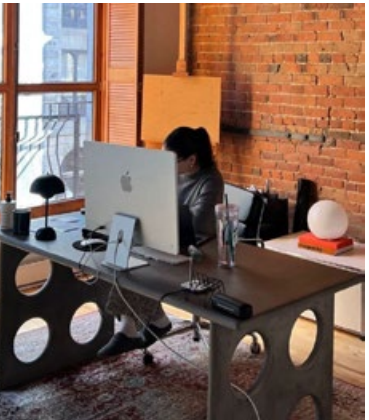
The Holistic Entrepreneur

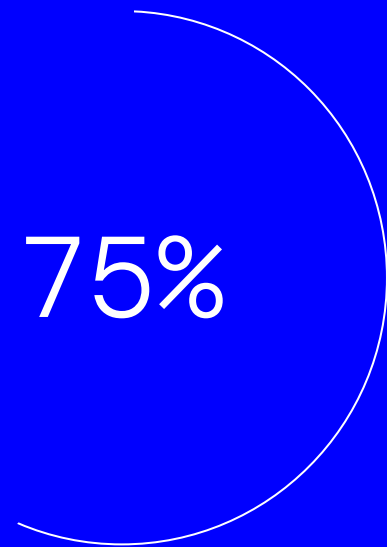
AUTÓNOMOS Y SIDE HUSTLERS

Para este arquetipo, el concepto de trabajo está en constante expansión. Siempre están desarrollando proyectos paralelos, explorando ideas de negocio o colaboraciones creativas, lo que los convierte en un **"constant entrepreneur"**.

La casa es su sede, su espacio de innovación y un escenario laboral que **refleja tanto su identidad profesional como personal**. Su espacio de trabajo en casa es cuidadosamente diseñado, donde cada objeto tiene una razón de ser.

A través de la organización crean un ambiente ordenado que fomenta la concentración y reduce distracciones, manteniendo el espacio visualmente limpio y estéticamente inspirador. Equipamiento de **oficina de alto diseño y homely, espacios de talleres, sistemas de organización** y almacenamiento son productos clave en su concepto de espacio de trabajo.





de los consumidores mundiales
espera que las marcas contribuyan
más a su bienestar y calidad de vida

[Características clave]

● The Holistic Entrepre neur

BIENESTAR EN EQUILIBRIO

El **uso de tecnología en su espacio es omnipresente pero discreto**; estos profesionales invierten en herramientas de alta gama, software de productividad, y mobiliario ergonómico, pero siempre alineado con su filosofía de bienestar.

No buscan tener la última **tecnología** solo por lujo, sino porque creen que **facilita su rutina y potencia su creatividad sin sacrificar el confort**.

Según la directora de diseño de Google, "la tecnología debe integrarse de manera armoniosa en nuestras vidas, no solo a través de su funcionalidad, sino también mediante su **diseño estético que resuene con nuestras emociones** y sentidos"



«Las RRSS pueden actuar como una droga al hiperestimular nuestro sistema de recompensa de dopamina, lo que puede llevar a un estado de déficit de dopamina y, en consecuencia, a síntomas de ansiedad y depresión.»

→ Anna Lembke, profesora de psiquiatría y directora de la Clínica de Diagnóstico Dual de Medicina de la Adicción en la Universidad de Stanford

[Design approach]

● The Holistic Entrepreneur

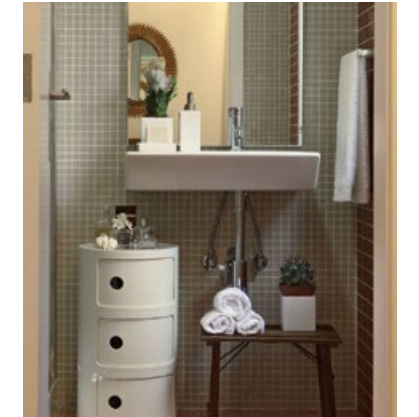
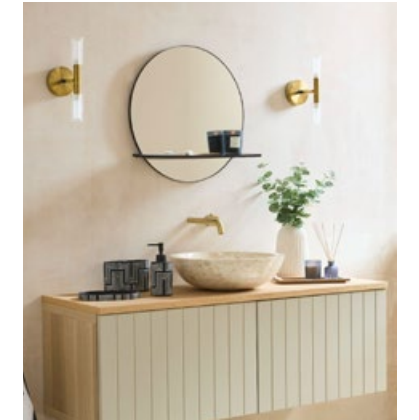
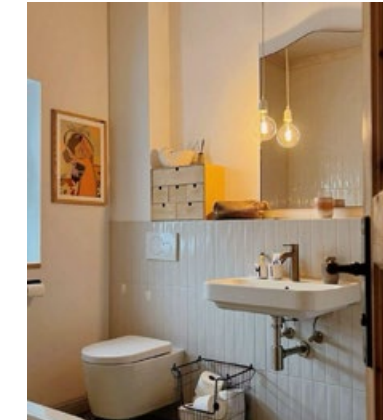
KEY ROOM: EL BAÑO

El baño se convierte en la *key room* de este perfil: un refugio, un espacio sagrado diseñado para el autocuidado y la conexión consigo mismo. Si el hogar es un templo, el baño es su altar de bienestar, donde comienzan y terminan las jornadas con rituales que alinean cuerpo, mente y espíritu.

Más que un lugar para la higiene, es el epicentro de su wellness, donde ejecutan las prácticas que sustentan su estilo de vida holístico y les permiten mantener la armonía en su ajetreado día a día.

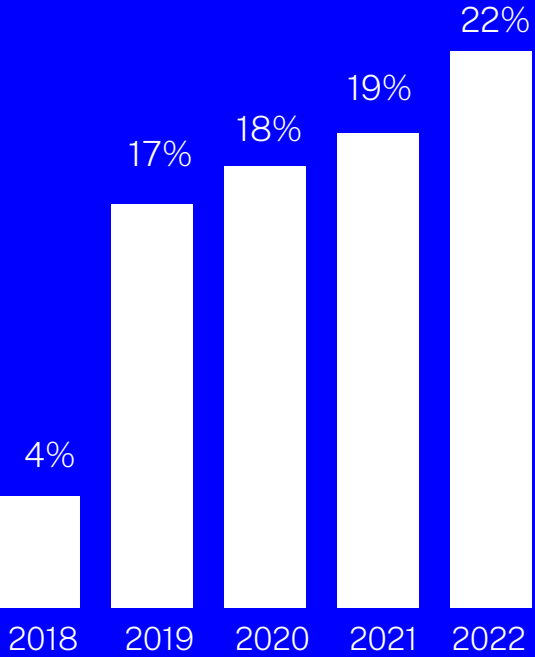
Claves de diseño:

- Diseño funcional con una estética relajante
- Centro de rituales de bienestar
- Lugar de descubrimiento de productos
- Priorizan materiales naturales
- Natural pero *fashion*. Creado para ser visto



«Un cuarto de baño bonito es un pequeño capricho que puede disfrutar todos los días.» (1)

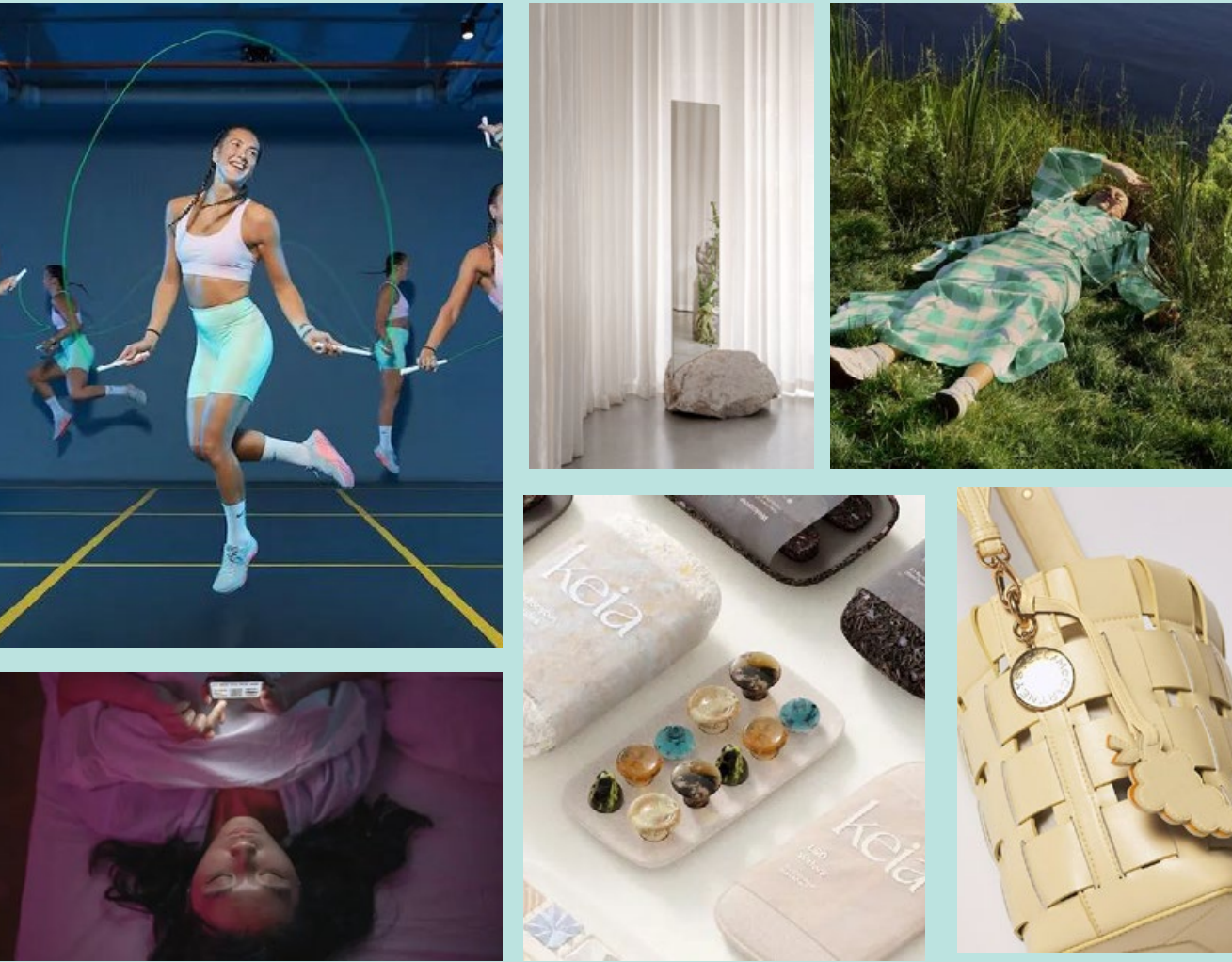
Menciones del baño en conversaciones sobre autocuidado (2)



→ (1) Kim Interior Design (2) WGSN trendCurve social media data

[Design approach]

● Moodboard



[Decor Style]

● The Holistic Entrepreneur



● Getting to know...

Un libro...
No seas tu mismo, Eudald Espluga



Una serie...
The Curse



Un podcast...
The Tim Ferriss Show



● A view into the future...

> Yuna, es una **artista de IA** de 28 años afincada en Madrid. Originaria de Busan, se trasladó a Madrid hace dos años cuando, tras un viaje para aprender español, se enamoró de la ciudad.

> En Madrid **compagina su trabajo** como animadora de videojuegos con la creación de contenido de viajes.

> Sus mañanas comienzan con clases virtuales de pilates que le conectan con sus amigos e instructores en Busan..

> Después de un día productivo-el último de su semana laboral de cuatro días-creando 200 fondos de anime, Yuna recorre las callejuelas de Madrid en busca de locales con encanto donde poder grabarse tomando algo o comprando algún pequeño producto de decoración o diseño de interiores para su próximo vídeo de “**pasa un día conmigo**”.

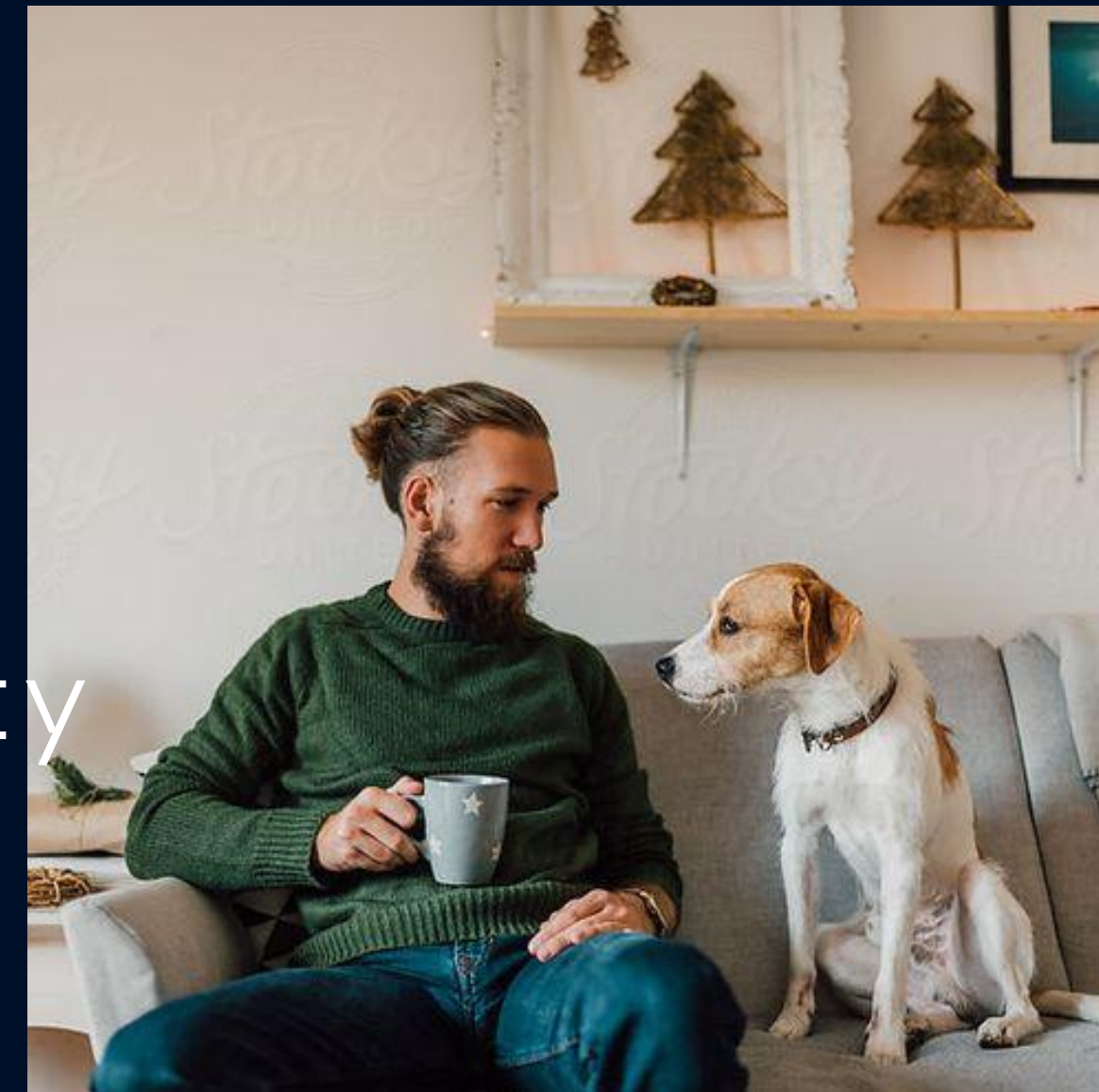
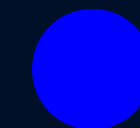
> Por la noche, utiliza virtualmente la **aplicación Everything para gestionar las tareas** domésticas y poder disfrutar de una cena en su restaurante local favorito con un amigo que conoció a través de una red de entrenamiento deportivo.

> Yuna termina su día **hablando con su dispositivo de interrelación** que graba su diario y prepara automatizaciones y consejos personalizados para los próximos días.



2

The City Hermit





En 2021 las búsquedas de casas en zonas rurales de EE. UU. aumentaron un **50%** en comparación con niveles previos a la pandemia.

Zillow

En España los movimientos hacia áreas rurales **crecieron un 20,5%** durante 2020, mientras que las salidas de estas disminuyeron un 12,6%

The Objective

En 2021, el **12%** de los trabajadores remotos globales dijeron que consideraban mudarse fuera de las ciudades grandes.

PwC

La gente trata las ciudades como si fueran pueblos, se relaciona con sus vecinos en lugar de con sus seguidores de Instagram y acude frecuentemente a las tiendas de productos locales en lugar de las grandes superficies



VIVERADA >

De mi barrio no me sacas: por qué muchos en Madrid eligen mudarse a solo unas calles

Para cuidarse mutuamente, por un fuerte arraigo al entorno o porque los amigos están en el portal de al lado, el distrito en el que uno habita es el predilecto para mudarse en la capital

Elber Villaveja ha vivido en cuatro casas en Madrid, las cuatro en el distrito de Madrid.
JUAN BARBOSA



PATRICIA PEIRÓ
Madrid · 25 AGO 2024 · 05:00 CEST



38

En datos...

Se estima que entre 2016 y 2030 se creen

120 millones

de nuevos hogares unipersonales

[Euromonitor](#)

Los adultos que tienen más probabilidades de vivir solos son los de edades comprendidas entre los: **25-29, 50-54 y 75-79 años**. Los hombres tienen más probabilidades de vivir solos que las mujeres

[Psychology today](#)

La tenencia de mascotas se disparó durante la pandemia, y el mercado mundial del cuidado de mascotas alcanzará los **241.100M\$** en 2026

[Strategyr](#)

El **76%** de las personas está de acuerdo en que la intimidad es una parte importante del bienestar.

[Ikea](#)

El **70%** dice que es importante disponer de tiempo y espacio para actividades que permitan el crecimiento personal.

[Ikea](#)

● The City Hermit

En las últimas décadas, las ciudades han atraído a millones de personas, ofreciendo oportunidades laborales y culturales, pero también creando entornos densos y agitados que invitan al agotamiento. El desapego del mundo natural también se está convirtiendo en un problema cada vez más preocupante. Es en esta **dicotomía entre el mundo rural y el urbano donde aparece un perfil que hace de lo mejor de ambos mundos su personalidad, que extiende a su estilo de vida y diseño de hogar.**

Como si de un portal mágico a un pueblo se tratara, este arquetipo elige reducir las interacciones sociales **en favor de un tiempo de calidad consigo mismo o con un círculo cercano**. Al mismo tiempo, **las herramientas tecnológicas y la economía digital han redefinido su relación con el consumo**, permitiéndole optimizar su tiempo y adaptarse a un estilo de vida autosuficiente y altamente personalizado.

Este perfil también es una respuesta cultural al cansancio de las expectativas sociales y el consumismo desmedido. **El City Hermit sueña con la calma del campo mientras sigue valorando las oportunidades de la ciudad**, lo que lo lleva a integrar elementos naturales, como plantas o materiales orgánicos, en su espacio urbano. Este enfoque combina un deseo de autenticidad con una creciente conciencia ambiental, rechazando la acumulación material y el diseño sin propósito. Es una vida que equilibra el dinamismo urbano con la serenidad interior, y que redefine lo que significa estar solo en la ciudad, no como un acto de desconexión, sino como un camino hacia el bienestar personal y la autenticidad.



- Dreams about the countryside...
- ...but is a urbanite at heart
- Pet parent / Plant parent
- Embraces solitude
- Functionality over design
- Tech savvy



Cé Rodriguez (@en20metros)
Gwyneth Paltrow
Matt D'Avela

The City Hermit in a nutshell...

Trabajo

Prefiere trabajos con flexibilidad (remoto o híbrido).

El *commuting* lo hacen en medios de transporte sostenibles: bicicleta, transporte público o vehículos eléctricos.



Tiempo libre

Explora pasatiempos creativos: cocina, arte, manualidades o escritura.

Viajes: Busca escapadas cortas para reconectar con la naturaleza. Los fines de semana los pasa fuera de la ciudad. Prefiere el turismo nacional al internacional



Consumo hogar

Tecnología: es *tech savvy*. Compra en línea para maximizar conveniencia y minimizar el tiempo fuera de casa.

Usa suscripciones para productos esenciales y experiencias.

Decoración y mobiliario: Su conciencia medioambiental hace que priorice productos *second hand* y mezcla estilos como forma de expresión personal



Moda

Ropa cómoda, funcional y estéticamente discreta.

Prefiere marcas sostenibles o locales que reflejan sus valores.

Compra cápsulas de ropa: pocas prendas que combinan entre sí.



125M\$

El segmento de productos de bienestar con CBD para mascotas alcanzó un valor de USD 125 millones en 2022 en el mercado estadounidense

↪ Fuente: Brightfield Group

[Características clave]

● The City Hermit

PET PARENT / PLANT PARENT

El diseño del hogar del City Hermit, en su faceta de *plant parent* o *pet parent*, refleja su profundo compromiso con el **cuidado y la conexión emocional con sus plantas y/o mascotas**. Dos valores que no solo aportan vida al espacio, sino que también simbolizan **su anhelo por la naturaleza y la calma del campo, integrándose perfectamente en su estilo de vida urbano**.

Su casa se convierte así en un oasis verde dentro del entorno de la ciudad. Enfatiza la **optimización del espacio con el uso de tecnología** para el cuidado de las plantas así como de **materiales resistentes** que soporten la carga de actividad de sus mascotas y **espacios de juego o rascadores integrados** en el mobiliario.

La selección de productos para mascotas ya no solo se rige por la funcionalidad o la estética, sino también por el **bienestar del animal**.



Para un gran número de personas, estar solo no es sólo una preferencia, sino un anhelo, una necesidad. Si se les priva de su tiempo a solas durante demasiado tiempo, empiezan a fantasear con ello. Nada les parece bien hasta que su necesidad de soledad se ve satisfecha.



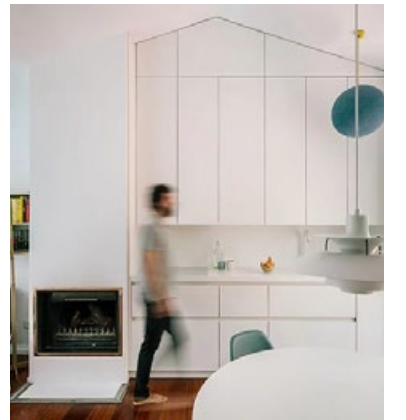
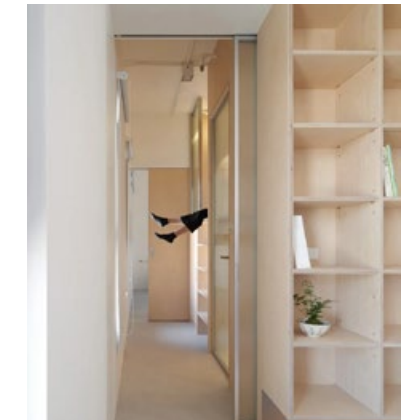
[Características clave]

● The City Hermit

EMBRACING SOLITUDE

El auge de la vida en solitario en las últimas décadas se debe sin duda a factores como el aumento de la riqueza, el cambio cultural y la desestigmatización de la soltería, el aumento de la esperanza de vida y también de las tasas de divorcio. **Vivir solo se considera cada vez más una opción de vida positiva**, sobre todo entre personas que dan preferencia a la carrera profesional y la educación frente a las relaciones, al tiempo que se esfuerzan por **aprovechar las ventajas que ofrecen la soledad y la intimidad**.

Este tipo de hogares se caracterizan por un estilo **minimalista cálido pero con toques de diseño hedonista**, incluso inspirados en los hoteles de lujo. El mobiliario es flexible para que pueda configurarse y adaptarse continuamente según lo desee el usuario final. La autosuficiencia es otra de las claves: diseños inteligentes y eficientes que agilicen o faciliten las tareas domésticas y de bricolaje.



[Design approach]

● The City Hermit

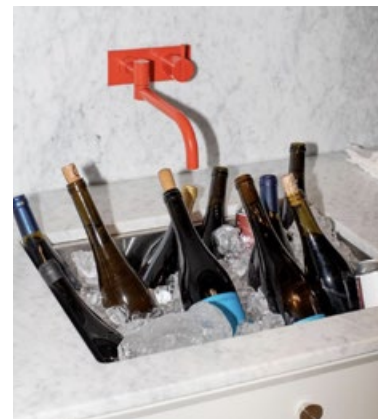
KEY ROOM: LA COCINA

La cocina se convierte en la *key room* de este perfil: el corazón creativo de su hogar y un portal hacia sus aspiraciones más bucólicas. El City Hermit encuentra en la cocina un **lugar para desacelerar, reconectar con la alimentación consciente y experimentar con los sabores** como expresión personal.

Aunque vive en un entorno urbano, busca alimentos que le acerquen al campo, ya sea a través de mercados locales, suscripciones de productos orgánicos o incluso cultivando hierbas y pequeños vegetales en casa.

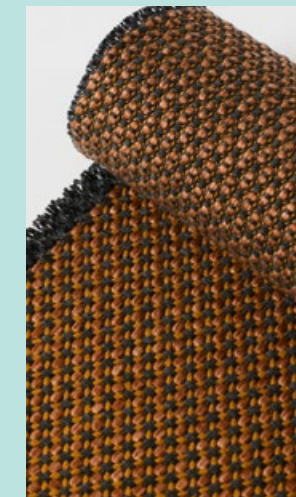
Claves de diseño:

- Cocina compacta pero ultra funcional
- Electrodomésticos eficientes
- Utensilios y gadgets de última generación
- Huerto vertical
- Optimizar el espacio es clave



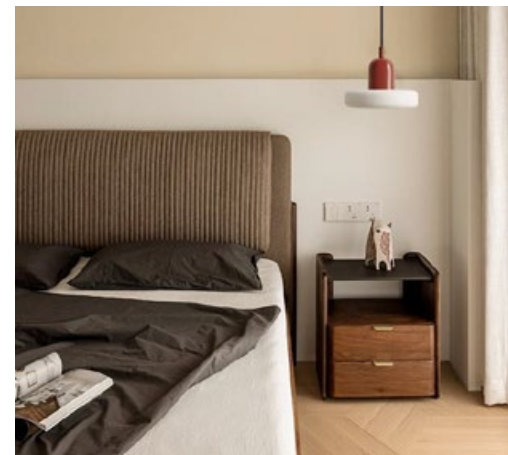
[Design approach]

● Moodboard



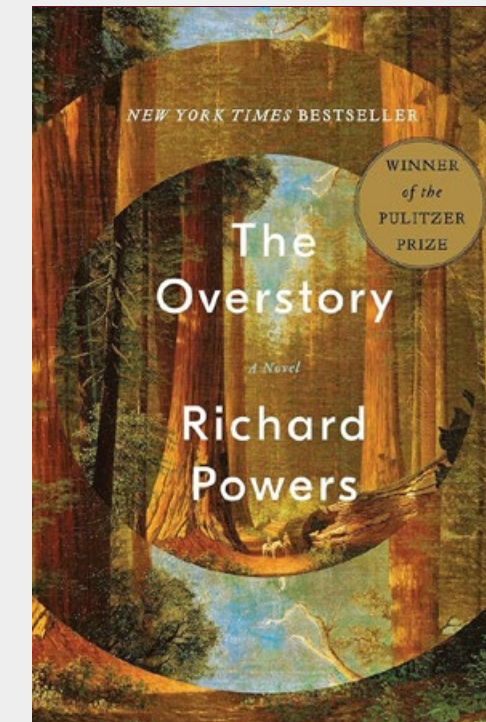
[Decor Style]

● The City Hermit



● Getting to know...

Un libro...
The Overstory, Richard Powers



Una serie...
Nuestro día

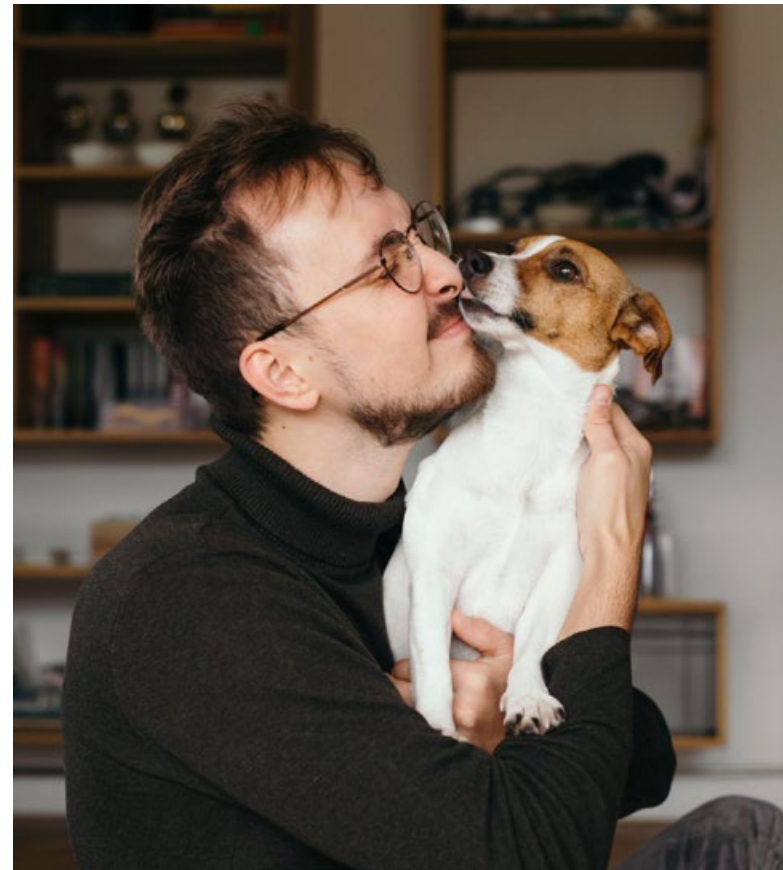


Un podcast...
The minimalists



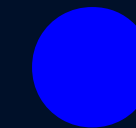
● A view into the future...

- > Carlos es un hombre soltero que trabaja como diseñador de entornos virtuales y **vive con su perro**, Buñuelo, en Barcelona.
- > Los días que va a su puesto de trabajo lo hace **en bici**, acompañado por Buñuelo, a su **oficina pet friendly** en el distrito 22@.
- > Gracias a su reloj de pulsera, aprovecha las pausas de trabajo para **monitorear la salud de las plantas que pueblan su casa** y modifica los niveles de humedad según sus necesidades.
- > De vuelta en casa Carlos siempre silencia su móvil: necesita **relajarse y desconectar del mundo exterior**.
- > Mientras, Buñuelo descansa en su **cama multifuncional**, que combina espacio de descanso y espacio de juego.
- > Tras el pequeño descanso, Carlos se dirige a la cocina y conecta el mini asistente robótico que le ayuda a **gestionar su despensa inteligente**, abastecida semanalmente por un servicio de suscripción que **prioriza productos locales y orgánicos**.
- > Hoy, Carlos prepara para la cena un risotto de calabaza con hierbas frescas, cosechadas de su **jardín vertical** automatizado.



3

The Versatile Tribe



83%

En 2027, el 83% de los padres con hijos pequeños serán Millennials

Los padres millennials y Z están enseñando a sus hijos lo que ellos desearían haber aprendido cuando eran pequeños. Desde la alfabetización emocional hasta el autocuidado y el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Carly Ettinger, foresight analyst



En datos...

El **81%** de los Millennials creen que es más importante que sus hijos sean felices que que tengan éxito

Beano Studios

El **64%** de los padres Millennials de EEUU afirman que el medio ambiente se ha convertido en una de sus principales preocupaciones ahora que tienen hijos.

Barkley

El **47%** de los Millennials prevé que en el futuro cercano, fundar una familia sea más difícil o imposible

[Encuesta de Deloitte sobre la Gen Z y Millennials](#)

A pesar de la situación global actual, los Millennials son la generación más optimista con un **84%** de Millennials de EEUU afirmando sentirse optimista sobre el futuro.

[The Harris Poll](#)

El **62%** de los millennials coinciden en que, aunque el trabajo es fundamental para su identidad, aspiran a un mayor equilibrio entre la vida laboral y personal.

[Encuesta de Deloitte sobre la Gen Z y Millennials](#)

● The Versatile Tribe

En un mundo donde las estructuras tradicionales están en constante transformación, "The Versatile Family" emerge como reflejo de las dinámicas líquidas y adaptativas de la sociedad contemporánea. **Las familias ya no responden a modelos rígidos:** abarcan diversas configuraciones, como hogares monoparentales, multiculturales o redes familiares ampliadas. Este cambio también viene acompañado de una **evolución en los roles de género, con padres y madres compartiendo responsabilidades de manera más equitativa.**

En este contexto, el hogar se convierte en un **espacio multifuncional que trasciende las funciones tradicionales**, uniendo en un mismo lugar las necesidades del trabajo remoto, la educación en casa y el ocio familiar. Las familias reconfiguran ahora sus hogares como **centros de conexión emocional y creatividad**, donde cada miembro encuentra un espacio para desarrollarse de forma única mientras se fortalece el sentido colectivo.

En paralelo, la tecnología no solo facilita la gestión de la vida diaria, sino que también conecta a estas familias con comunidades virtuales de apoyo y aprendizaje. Sin embargo, en este **ecosistema hiperconectado, buscan equilibrar la vida digital con experiencias compartidas en el mundo físico**, dando prioridad a los momentos significativos por encima de la acumulación de bienes materiales. La casa se convierte en un entorno que no solo es funcional, sino también un refugio para el desarrollo integral de todos sus miembros



- Individual collectivism
- Experiences over goods
- New family structures
- Home as a meeting point
- Powering inner creativity
- From tiger parent to elephant parent

Belen Canalejo (@balamoda)
 Nate & Tommy (@dadswhotry)
 Verónica Sánchez (@oh.mamiblue)



The Versatile Tribe in a nutshell...

Trabajo

Para ellos es muy importante trabajar en empresas donde el trabajo híbrido sea la norma, para poder conciliar de la mejor forma la vida laboral con la familiar

Inversiones clave: escritorios modulares, herramientas para gestión de proyectos y comunicación, mobiliario educativo.



Tiempo libre

Priorizan experiencias familiares como juegos, actividades creativas o viajes locales.

Todos los miembros de la familia deben ser capaces de poder participar en las actividades, por lo que ninguna está especialmente *targeteada* a un grupo de edad.



Consumo hogar

Tecnología: tecnología eficiente para el hogar, especialmente para la limpieza del espacio.

Decoración y mobiliario: prefieren productos duraderos y modulares con un estilo sobrio donde el color infunde alegría al espacio y soluciones inteligentes para organización y ahorro de espacio.



Moda & alimentación

Estilo funcional y casual para combinar trabajo remoto con ocio y actividad física. Priorizan prendas versátiles que sirven para múltiples ocasiones.

Alimentación: Dieta saludable y práctica, con recetas rápidas y kits de *meal prep* para familias ocupadas.

Consumo de alimentos orgánicos.



«La gente se aleja de los espacios abiertos... A la gente le gusta un poco más de variedad» ⁽¹⁾

3 de cada 5 personas afirman que han tenido que cambiar la organización de su hogar para realizar las actividades que desean o necesitan hacer ⁽²⁾

➤ (1) Albert Hill, cofundador de la agencia inmobiliaria The Modern House, (2) IKEA, The Life at Home Report 2021

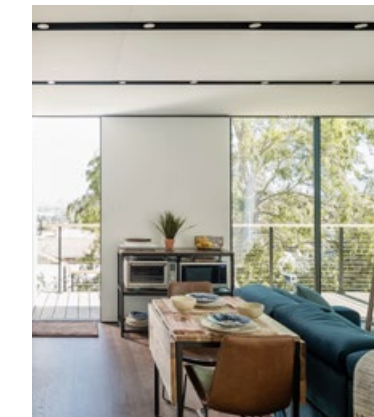
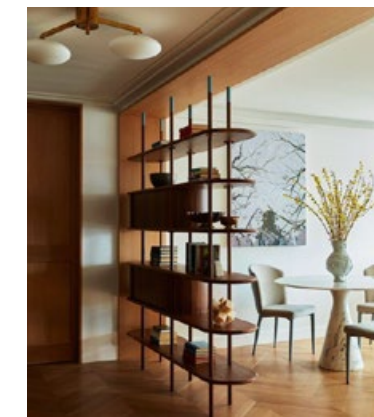
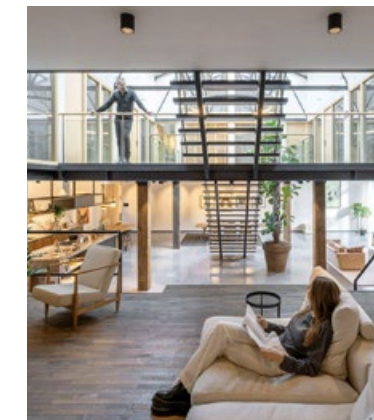
[Características clave]

● The Versatile Tribe

SEPARADOS PERO JUNTOS

Este enfoque plantea soluciones adaptativas que evolucionan con las necesidades de los habitantes del hogar. La idea es **crear zonas definidas dentro del hogar que permitan a cada miembro desarrollar actividades específicas** — trabajo, estudio, ocio o descanso — **sin aislarse completamente** del resto.

El mobiliario se convierte en un aliado esencial para este planteamiento, al ofrecer una manera de **zonificar los espacios sin interrumpir la fluidez visual o emocional del hogar**. Elementos como estanterías abiertas, biombos translúcidos, alfombras que delimitan áreas, o mesas multifuncionales permiten establecer pequeños rincones personales, sin perder de vista el sentido de estar juntos. Estas soluciones brindan privacidad cuando se necesita, pero invitan a la interacción en los momentos compartidos.



[Características clave]

SUPERFICIES ADAPTABLES

Las superficies versátiles, como **estaciones de hot-desking y mesas empotradas a la altura de los asientos, maximizan los espacios pequeños** al combinar funcionalidad con almacenamiento integrado.

Son mesas que pueden servir para tareas, almacenamiento o simplemente como superficie para dejar cosas, optimizando la practicidad.

Crear **zonas diferenciadas** dentro de cocinas o salas de estar, como barras de desayuno a distintas alturas y áreas de comedor separadas, **permite que varios miembros de la familia utilicen el espacio simultáneamente** para diversas actividades, manteniendo la posibilidad de disfrutar momentos compartidos en un entorno multifuncional.



[Design approach]

The Versatile Tribe

KEY ROOM: EL COMEDOR

Para "The Versatile Tribe," **el comedor trasciende su función tradicional de ser un lugar para comer**. Es el corazón del hogar, un espacio multifuncional donde **se cultivan las conexiones familiares y se fomenta la creatividad**. En un estilo de vida dinámico y colaborativo, el comedor se convierte en el punto de convergencia que refleja sus valores de **flexibilidad, diálogo y experiencias compartidas**. Y sobre todo que entiende que la vivienda debe ser **desjerarquizada**.

Claves de diseño:

- La mesa de comedor sirve para todo: comer, hacer los deberes, trabajar, o jugar
- Mesas redondas o rectangulares amplias, rodeadas de sillas cómodas y funcionales, que fomentan la interacción visual
- Iluminación ajustable, textiles suaves y colores neutros con toques de colores saturados
- Espacios habilitados para cargar dispositivos electrónicos sin desorden



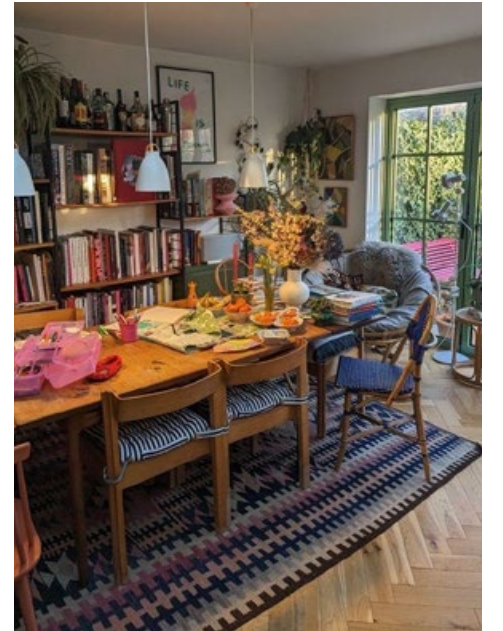
[Design approach]

● Moodboard



[Decor Style]

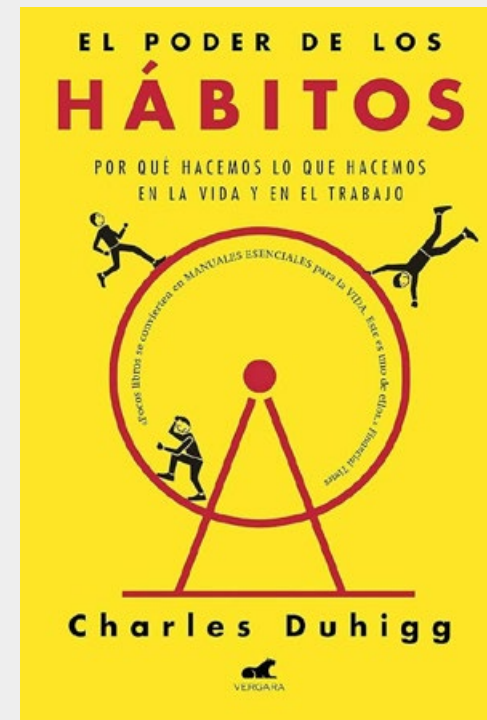
● The Versatile Tribe



● Getting to know...

Un libro...

El poder de los Hábitos, de Charles Duhigg



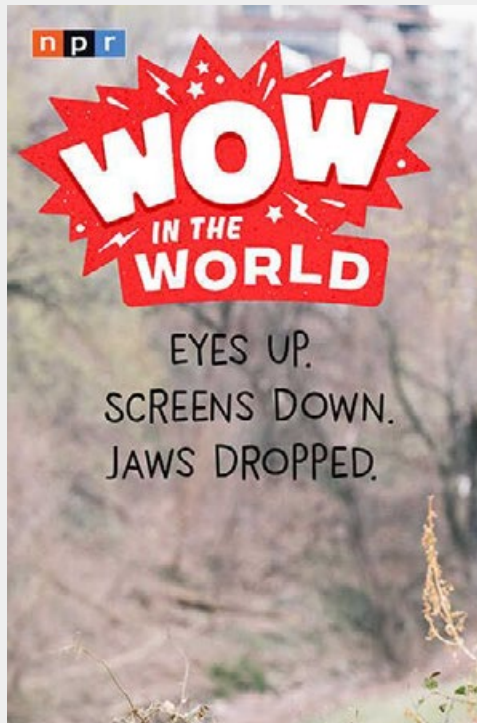
Una película...

Captain Fantastic



Un podcast...

Wow in the World



● A view into the future...

> Una mañana de sábado, Sofía, la hija, se levanta y se acomoda en la **barra de desayuno de varias alturas, diseñada para adaptarse a su silla de ruedas** mientras su padre, Diego, enciende la tablet para repasar el proyecto escolar de ciencias de la niña.

> Lucas, el hijo, desayuna en la mesa principal y Clara, la madre, baja lista para su **jornada laboral**.

> Con un toque en la pared, Clara despliega una **mampara que separa el área de comedor de su estación de trabajo**.

> Mientras tanto, los demás aprovechan el sábado para hacer los deberes juntos, ayudándose y **combinando deberes en físico con otros virtuales**.

> Por la tarde, las actividades se diversifican: Clara prueba una nueva receta de cocina, Diego hace ejercicio usando una **pantalla interactiva en la sala**, Sofía **graba un video** para su canal de manualidades, y Lucas **compite** en un torneo de ajedrez en línea.

> El día acaba con una cena todos juntos que culmina con una breve **sesión de meditación guiada**, proyectada en el techo del salón, que les ayuda a descansar y dormir mejor.

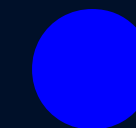


«El envejecimiento de la población es una tendencia mundial irreversible. En 2021, una de cada 10 personas en el mundo tenía 65 años o más. En 2050, se prevé que este grupo de edad represente una de cada seis personas en todo el mundo»

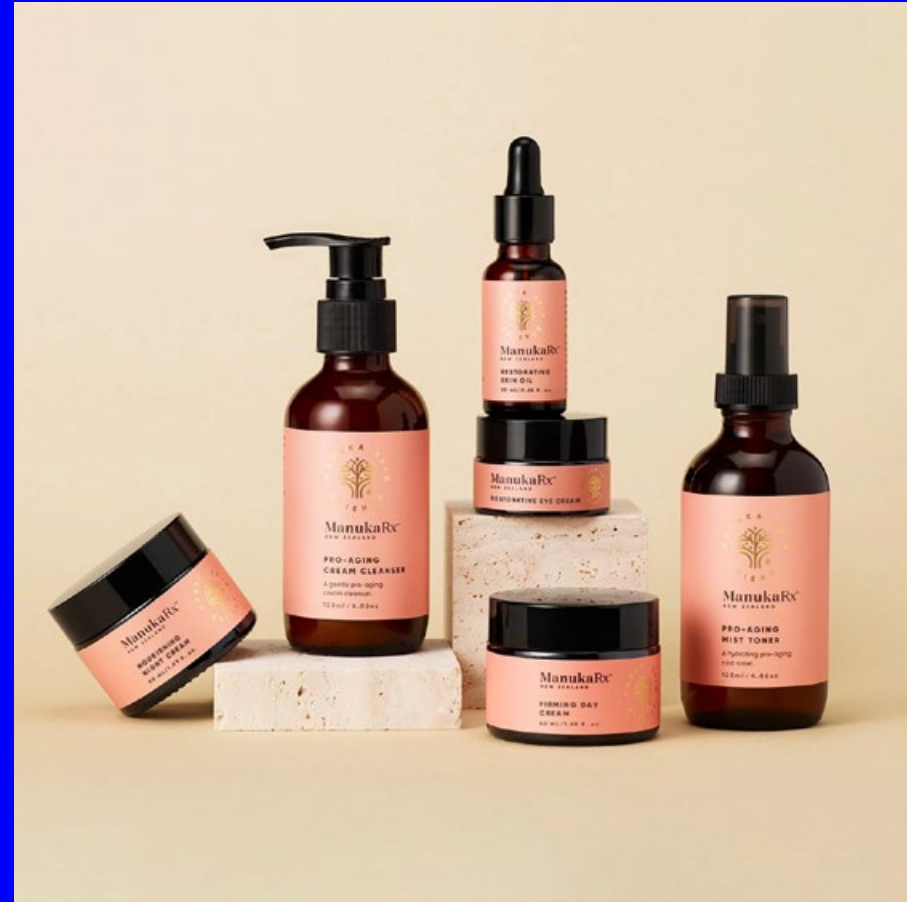
↪ Fuente World Social Report 2023, UN

4

The Eco-conscious Senior



«La esperanza de vida se ha duplicado en el mundo desarrollado en los últimos 10 ó 15 años, pero hemos respondido en gran medida trasladando esos años adicionales a la llamada "tercera edad" porque no hemos cambiado realmente nuestra noción de lo que constituye la tercera edad»



● The Eco-conscious Senior

El arquetipo del "Eco-Conscious Senior" emerge en un contexto sociocultural marcado por la creciente urgencia de abordar la crisis climática y la revalorización de estilos de vida sostenibles. Este perfil encarna la **convergencia entre la experiencia de una generación que vivió transiciones significativas en los hábitos de consumo y la tecnología, y un renovado compromiso con el bienestar personal y del planeta**. Representa una figura intergeneracional que, desde su posición de sabiduría, entiende la importancia de adaptar los valores tradicionales a un mundo cambiante. Su vida es un **equilibrio entre la introspección individual, el activismo comunitario y la adopción de prácticas modernas que priorizan la ética y la sostenibilidad**.

En términos de consumo, este arquetipo combina un **gusto sofisticado por el diseño con una conciencia ética profunda**. Sus hogares son un reflejo de esta dualidad, con espacios cuidadosamente decorados que mezclan mobiliario sostenible, obras de arte locales y dispositivos de tecnología eficiente. Esta generación redefine el lujo a través de la sostenibilidad: un lujo consciente y que da prioridad a la calidad, la durabilidad y el impacto positivo. Desde la jardinería urbana hasta la moda ética, su estilo de vida resuena con las demandas culturales actuales de innovación responsable, convirtiéndolos en símbolos vivos de cómo vivir con propósito y elegancia en un mundo en transición.



En datos...

Se prevé que el número de personas mayores de 65 años se duplique en las próximas tres décadas, hasta alcanzar los **1.600M** en 2050

[World Economic Forum](#)

En general, las personas de entre 50 y 60 años **tienen hábitos más saludables** que las de la misma edad en 2002.

[Boom and bust?](#)

El **67%** de las personas de entre 50 y 60 años son miembros de alguna organización, club o sociedad, incluidas las que practican una actividad física.

[Boom and bust?](#)

«El aprendizaje es importante para los Boomers. Muchos están interesados en seguir formándose, ya sea para avanzar en su carrera, para su desarrollo personal o por placer»

Stephan Chung, profesor de Ciencias de la Salud de la Universidad Estatal de California.

- Active cultural life
- Civic participation
- Holistic health approach
- Self-sufficient
- Contemporary New Ager
- Fashion enthusiast

Jane Fonda
Sarah James Adams (saramaijewels)
Rafuel (@Rafuel55)



The The Eco-conscious Senior in a nutshell...

Trabajo

Ocupa su tiempo a actividades que tienen impacto social y ambiental, como voluntariado en proyectos ambientales, participación en talleres como mentor para enseñar jardinería urbana o reciclaje creativo o conferencias o blogs para transmitir conocimientos sobre sostenibilidad.



Tiempo libre

En su tiempo libre cultiva el bienestar personal y la conexión cultural. Practica deportes como yoga, tai chi, senderismo en la naturaleza. Entre sus hobbies se encuentra la jardinería, la pintura o la restauración de muebles.

Su vida espiritual es muy importante, por lo que practica algún tipo de religión o filosofía contemporáneas de bienestar.



Consumo hogar

Con el objetivo de vivir de forma independiente y durante más tiempo, se interesan en mobiliario que les ayude a hacer su vida cotidiana más fácil y segura, desde dispositivos conectados para el cuidado a distancia hasta viviendas diseñadas para envejecer en casa.



Moda

Priorizan piezas de materiales nobles: algodón, piel, lino...

Su idea de sostenibilidad no es tanto por el uso de materiales reciclados sino por la durabilidad la prenda (pensada para durar muchos años)

Comodidad y versatilidad son clave.



[Características clave]

The Eco-conscious Senior

AUTOSUFICIENTE

El hogar del Eco-Conscious Senior es un santuario que equilibra funcionalidad, estética y autosuficiencia.

Cada elemento está pensado para que este grupo de edad se sienta ultracómodo en su casa, con las **ayudas necesarias para poder llevar a cabo tareas del día a día por si solos pero sin perder la elegancia ni la estética general del hogar.** El diseño de mobiliario integra tecnología moderna pero discreta, materiales éticos y espacios que fomentan el bienestar personal.

El mobiliario de su casa combina diseño contemporáneo con materiales reciclados y duraderos.



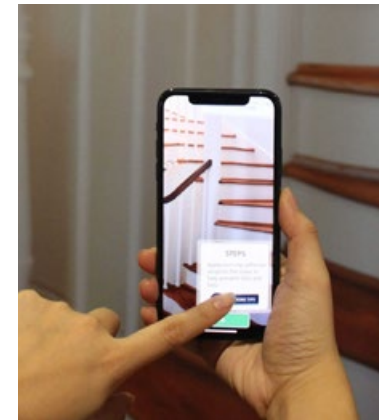
[Características clave]

● The Eco-conscious Senior

HOGAR ADAPTABLE CON LOS AÑOS

La casa de estos senior se diseña pensando en las futuras adaptaciones de la misma para **hacer frente a las necesidades de sus habitantes a lo largo de los años**. Esto es fundamental para estos senior autosuficientes y que desean **envejecer en sus casas, para poder sentirse más cercanos a las comunidades** a las que pertenecen y seguir formando parte del tejido social de su barrio.

Para favorecer estas futuras adaptaciones será primordial pensar desde el inicio que el hogar va a estar sujeto a futuros cambios, con **planos accesibles, pasillos más anchos** para la ocupación de una posible silla de ruedas, tramos de escaleras donde quepa una silla salvaescaleras, **transiciones suaves entre plantas sin umbrales e iluminación estratégica** para ayudar a los residentes a recorrer y encontrar los espacios con facilidad.



[Design approach]

● The Eco-conscious Senior

KEY ROOM: EL JARDÍN

El jardín o la terraza se convierte en la *key room* de este perfil: un centro de bienestar y conexión con la naturaleza. Diseñado con una visión integral, este espacio combina funcionalidad ecológica con belleza estética. Aquí, el Eco-conscious senior puede cultivar alimentos, practicar hobbies creativos y disfrutar de momentos de introspección o socialización. Su diseño, además de ser sostenible, refleja una profunda armonía entre la persona y su entorno.

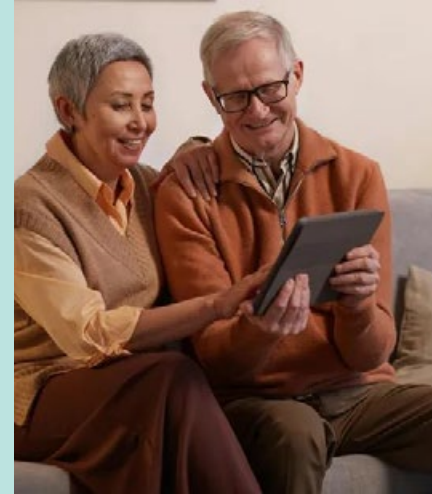
Claves de diseño:

- Zonas diferenciadas para distintas actividades: zona de meditación, huerto, espacio para hacer ejercicio...
- Sistema de recogida de agua de lluvia
- Zona para compostaje
- Mobiliario exterior de calidad e integrado con el lugar
- Preocupación por la biodiversidad del espacio.



[Design approach]

● Moodboard



[Decor Style]

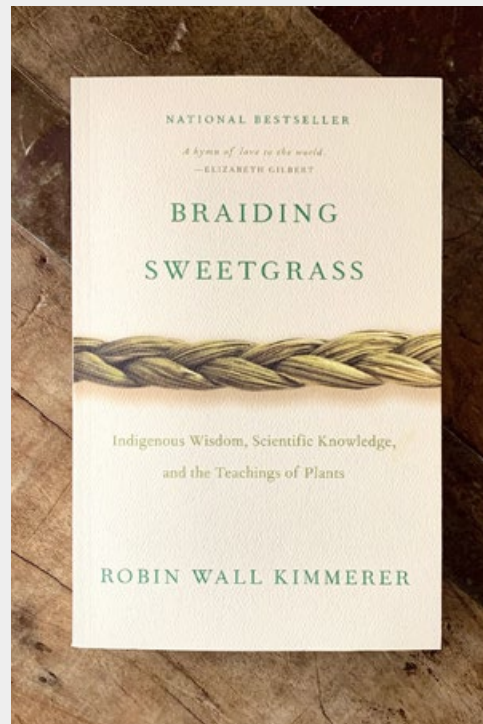
● The Eco-conscious senior



● Getting to know...

Un libro...

Braiding Sweetgrass de Robin Wall Kimmerer.



Una película...

La mujer de la montaña



Un podcast...

Conscious chatter



● A view into the future...

> Mara es una mujer jubilada que vive en el campo y que aprovecha el tiempo libre del que dispone para ayudar a **mejorar su comunidad**.

> De buena mañana revisa en la pantalla de su asistente del hogar el pronóstico energético para **repartir entre su comunidad de vecinos el excedente de energía** que producen sus placas fotovoltaicas.

> Una de las actividades que practica es la jardinería, y **cosecha frutas y verduras en el huerto comunitario** que comparte con el resto de vecinos.

> Por las tardes Mara **lidera un taller sobre compostaje avanzado**, enseñando a las familias más jóvenes cómo convertir sus desechos orgánicos en fertilizante para sus plantas.

> El día acaba con una cena sencilla con **ingredientes que ella misma ha cosechado** y pan artesanal comprado en el mercado local



«El hogar del futuro será un
reflejo de nuestras vidas
multifacéticas, donde la
funcionalidad y el estilo se unen
para crear espacios que no solo
habitamos, sino que vivimos
plenamente»

Jane Smith
directora de diseño en XYZ Interiors

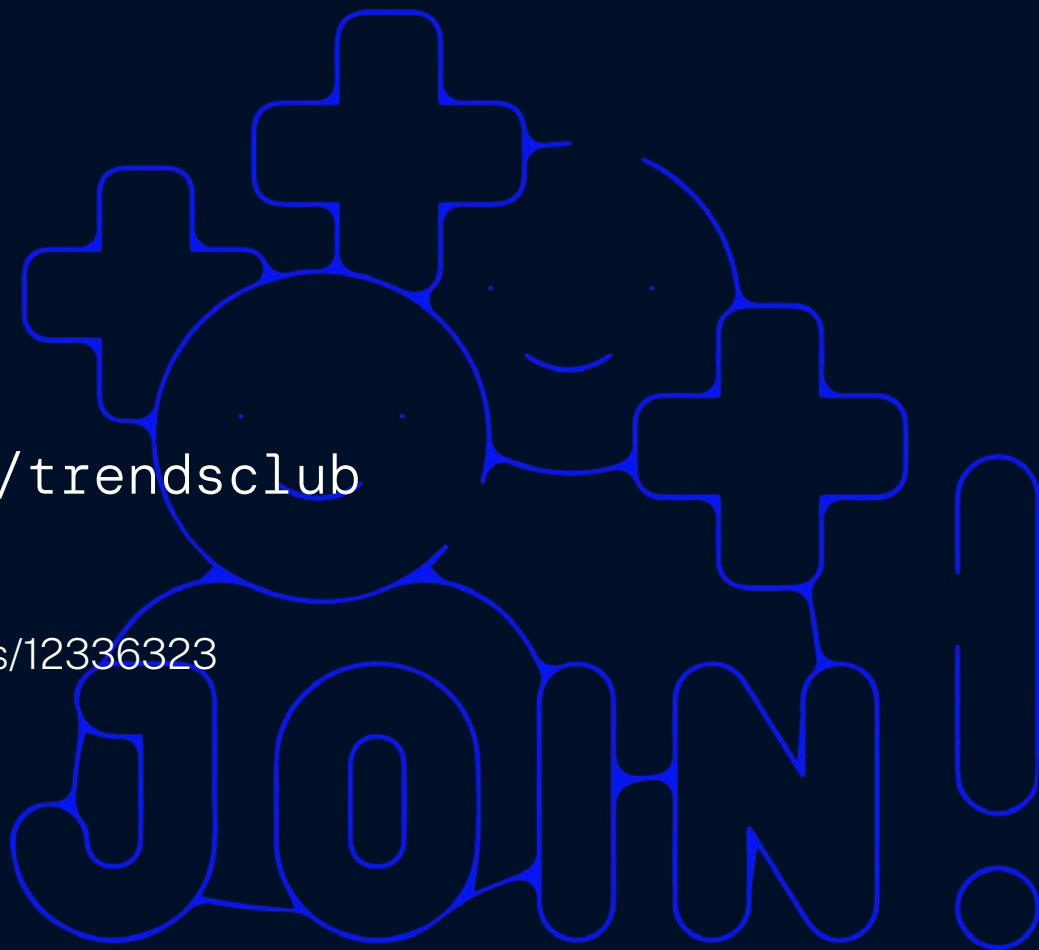
TRENDS**CLUB**

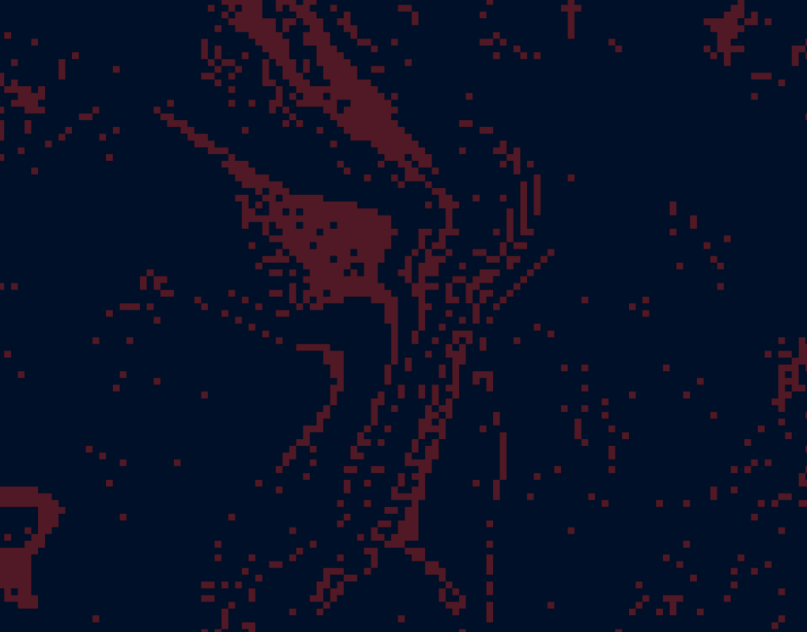
by **ambit⁺**

ambitcluster.org/trendsclub

¡Únete!

➔ linkedin.com/groups/12336323





FUTURE4

ambit
LIVING SPACES CLUSTER



TRENDS CLUB
by **ambit**