

Contenidos



Home trends 2025

1. Homebody economy	5
2. Home being	39
3. Apocalypse-ready	67

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



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 2025. 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.

No basta con diseñar objetos

El hogar nunca ha sido solo un contenedor de cosas, pero durante décadas lo hemos diseñado como si lo fuera. Se han proyectado muebles, espacios y productos con una lógica fragmentada, como si habilitar un espacio fuera solo una cuestión de llenarlo todo. Pero la vivienda ha cambiado, y con ella la responsabilidad de quienes la diseñan.

Hoy, las casas ya no son solo refugios, sino sistemas vivos que deben responder a nuevas formas de convivir, trabajar y desconectar. La flexibilidad es imprescindible, la tecnología exige integración sin alienación y la voluntad de sostenibilidad lo impregna todo. No basta con crear objetos bellos o funcionales: cada pieza, cada material y cada espacio deben aportar algo real a la experiencia de vivir.

Este informe no es solo un análisis de tendencias, es también una herramienta para entender qué significa diseñar hoy. Para mirar más allá de las formas y pensar en lo que realmente hace que una casa importe.

Joaquim Solana, cluster manager de Ambit

Pepa Casado, fundadora de Futurea



↔ img **Human Hotel (Copenhagen)**

Trends

Homebody economy



Home-being

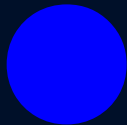


Apocalypse-ready



1

Homebody economy



«El hogar se ha convertido en el destino preferido de los consumidores en un panorama sobresaturado de opciones que ofrece mejores cosas que hacer fuera».

Martin Raymond,
co-founder of The Future Laboratory

● Homebody economy

La **homebody economy** está redefiniendo la manera en que concebimos el hogar, convirtiéndolo en un epicentro de la vida diaria. Más que un simple refugio, **la vivienda se transforma en un espacio multifuncional donde convergen trabajo, ocio y bienestar**. Este cambio responde a un contexto de crisis económicas, climáticas y laborales, que ha impulsado un **estilo de vida hiperdoméstico**. La percepción del exterior como un entorno caro, inseguro y agotador ha llevado a muchas personas a invertir en mejorar sus hogares, priorizando la comodidad y la eficiencia.

Este cambio de mentalidad tendrá un impacto directo en el diseño de los hogares en los próximos años. Ejemplos de este cambio cultural incluyen el crecimiento del mercado de dispositivos inteligentes para el hogar y el auge de servicios de entrega de comida gourmet, que permiten **recrear la experiencia de un restaurante sin salir de casa**. Las distribuciones flexibles, los muebles multifuncionales y el almacenamiento inteligente se combinarán para optimizar espacios dinámicos y adaptarse a **habitaciones con funciones cambiantes**, añadiendo eficacia y facilidades al día a día.

La tendencia *homebody economy* provocará que **el hogar se consolide como un símbolo de identidad y estatus**. Un cambio profundo en cómo entendemos nuestra vivienda, que pasará de ser un lugar donde descansar al final de la jornada, para ser un espacio central que priorice la multifuncionalidad, con espacios adaptables que permitan transitar sin fricciones entre el trabajo, el ocio y el descanso.



The New York Times

[Cultural direction]

HOSPITALITY CASERO

Las cenas en casa están viendo un resurgir gracias a una generación (la Z) que prefiere espacios y experiencias *premium* en casa a las formas tradicionales de vida nocturna (clubs y discotecas).

CASE ➔ La tienda de artículos para el hogar y alimentación especializada **Big Night** (NY) se ha asociado con el colectivo de diseñadores **Far West Collective** para crear una colección cápsula de textiles destinada a crear una sensación de lujo hotelero en el hogar

dato

En mayo de 2024, las búsquedas en Pinterest de cenas con invitados aumentaron más de un 6.000%, con búsquedas de experiencias gastronómicas temáticas como fiestas del té inspiradas en *Bridgerton*, que aumentaron un 430%, *fairy dinner* (+150%) y *coastal soirées* (+70%).



Contiki Chateau Dinner Party · Big Night · @mel.andrel

[Design direction]

● Homebody economy

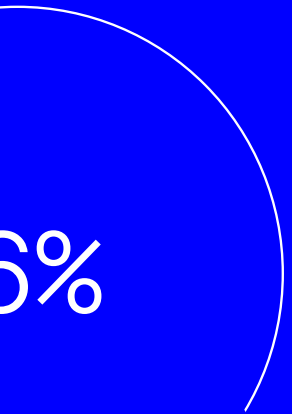
THE HOME BAR

A medida que la Generación Z se aleja del entretenimiento nocturno tradicional, como las discotecas, en favor de planes más íntimos y caseros, crece la popularidad de carritos de bar y camareras, que facilitan experiencias gastronómicas y de coctelería en casa. Con una generación más sobria que las anteriores, el concepto de ocio evoluciona: menos desenfreno nocturno, más reuniones bien curadas en espacios cómodos y con opciones *No-Lo* (alcohol).

CASE ➔ **Soho Home** ha lanzado una colección de barras de bar independientes inspiradas en las zonas sociales de sus establecimientos de hostelería de todo el mundo. Maderas nobles se combinan con lujosas encimeras de piedra. Algunos de los diseños también incluyen armarios ventilados para alojar una nevera en miniatura.



Schoolhouse · Mugu · Soho House



26%

El 26% de los consumidores
estadounidenses opta por gastar más
en bebidas para consumo doméstico.

[Design direction]

● Homebody economy

EL RESURGIR DEL COMEDOR

En los últimos años, el comedor parecía condenado a la irrelevancia. En **la búsqueda de hogares más abiertos y funcionales, se fusionó con la cocina o el salón, convirtiéndose en un espacio secundario** y ocasional. Sin embargo, el deseo de disponer de un espacio de comedor en casa se ha convertido en un interés creciente. Es por eso que cada vez más personas buscan soluciones para garantizar que sentarse alrededor de una mesa sea una opción, incluso en los espacios más pequeños donde no hay una habitación separada para dedicar a este espacio.

CASE ➔ El comedor de esta casa diseñado por **Kelly Hohla Interiors** para la Muestra de Decoradores de San Francisco 2020 sirve también de biblioteca, espacio de trabajo y sala de estar.



Thirdkind x Office of Tangible Space · @studioetthem ·
@nordiskakok · Kelly Hohla Interiors

[Design direction]

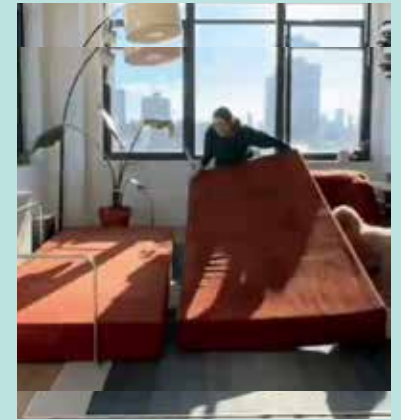
● Homebody economy

CON MÁS DE UNA FUNCIÓN 1/2

Con la casa adoptando cada vez más actividades en su interior, el mobiliario transformable es clave, no solo por su practicidad, sino también por su valor aspiracional. Lo que antes se percibía como una solución económica y utilitaria — muebles plegables, escritorios convertibles o sofás cama — ahora se presenta como una opción de diseño sofisticado y deseable. Las redes sociales han impulsado esta evolución, convirtiendo los espacios versátiles en un símbolo de estilo de vida.

CASE → **Linsy Home** (EE.UU.) ha desarrollado un sofá modular con un módulo de cama acolchado para mascotas

CASE → Los sofás de la marca danesa **Omhu** son mucho más que un sofá: pasan de sofá a cama o a *conversational pit* con unos pocos movimientos, y son mucho menos aparatosos de manipular que los sofá-cama tradicionales.



Linsy Home · Omhu · Homary · @saraheartmann

[Design direction]

● Homebody economy

CON MÁS DE UNA FUNCIÓN 2/2

Esto resulta clave también para aquellos inquilinos en situación de alquiler, ya que les ayuda a transformar el hogar no solo para alojar diferentes actividades en un único espacio, sino también para añadir un efecto de “renovación” sin la necesidad de desembolsar grandes sumas de dinero. El mercado de alquiler, así como los nuevos modelos de vivienda compartida — como el coliving o el cohousing — impulsarán la innovación en el sector del mobiliario hiperfuncional.

CASE ➔ La marca canadiense **Capella Designs** estudió las necesidades de los entornos sanitarios para crear una mesa auxiliar ajustable que ofreciera un apoyo discreto a las personas con problemas de movilidad, pero diseñada para integrarse en un espacio interior moderno.

CASE ➔ Mesas extensibles fáciles de transformar, como la de **Furniture Village**, son clave para acomodar a un número fluctuante de visitantes.



La Redoute · Alberto Velez x Alexander Lamont · Capella Designs · Furniture Village



91%

Un estudio realizado por la compañía de muebles Resource reveló que el 91% de los clientes prefieren espacios versátiles, diseñados para servir a diversos propósitos.

[Design direction]

● Homebody economy

MUEBLES QUE DESAPARECEN

Soluciones ocultables o empotradas permiten que los espacios fluyan entre distintas funciones sin perder estética ni comodidad. Escritorios que se esconden tras puertas discretas, sistemas de almacenamiento que parecen una sola pieza pero se despliegan cuando hace falta, o taburetes con espacio interno demuestran que la versatilidad es clave.

CASE ➔ La cadena francesa **La Redoute** lanzó hace algunos meses la colección Les Ingenieux, que incluye productos adaptables diseñados para satisfacer las distintas necesidades a lo largo del día.

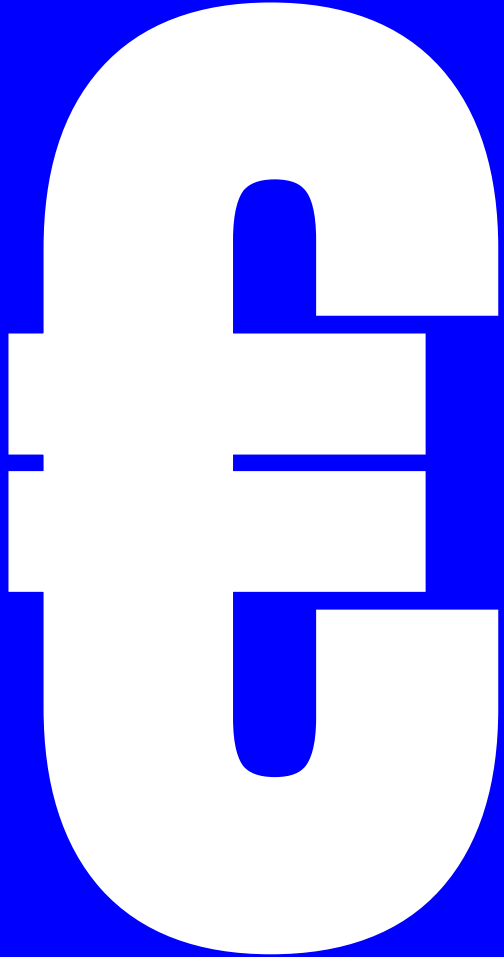
CASE ➔ La influencer **Sara Heartmann** se dedica a recuperar muebles vintage y ofrecerlos a sus clientes. Su casa es toda una inspiración, y en uno de sus posts muestra cómo recicló un juego de cocina vintage con mesa de comedor extraíble.



La Redoute · @nordiskakok · Pottery Barn · @saraheartmann

«Vivir en espacios compartidos o pequeños es una realidad para muchas personas hoy en día, sobre todo en las zonas urbanas. A menudo, los dormitorios sirven también de trastero, lugar de trabajo o zona de juegos, lo que dificulta la creación de un entorno de descanso. El desorden y la falta de intimidad se suman a estos retos, dificultando la creación de una sensación de relax. Cada vez hay más demanda de soluciones inteligentes y multifuncionales que se adapten a la forma de vida de las personas.».

Evamaria Rönnegård,
IKEA global range area manager: bedroom textiles, IKEA Sleep Report 2025



520€/media

En una vivienda compartida en España, los inquilinos suelen disponer de espacios privados que oscilan entre los 8 y los 14 metros cuadrados. Según datos de 2024, el precio medio de una habitación se sitúa en 520 euros al mes, lo que representa un incremento del 11,7% respecto al año anterior.

Este aumento de precios ha llevado a que algunas personas opten por soluciones habitacionales más económicas, como las cápsulas al estilo japonés. Por ejemplo, en Madrid, se ofrecen cápsulas de aproximadamente 2x1x1 metros a un precio mensual de 430 euros.

Datos clave sobre flexibilidad en el hogar



+24%

Las búsquedas globales de "vida flexible" aumentaron un 24% interanual

13K

búsquedas al mes de "Flexible Living"



+53%

Las búsquedas de "hogar versátil" aumentaron un 53% interanual

[Design direction]

● Homebody economy

dato

APROVECHAR LOS RINCONES

Facilitar el espacio de almacenamiento en los hogares con poco espacio resulta clave. Esto impulsará la creación muebles con almacenamiento oculto, en lugares menos obvios, como tendederos montados en el techo para zonas con poco espacio de lavandería, sistemas modulares y soluciones verticales, promoviendo una mayor inversión en tecnologías como herrajes retráctiles, materiales ultraligeros y estructuras plegables.

CASE → **Kate Watson-Smyth**, influencer de interiores, creó puertas correderas a medida -en lugar de los diseños estándar de apertura hacia el exterior- para los armarios altos de su estrecha cocina.

Hay 3,8 millones de publicaciones etiquetadas con #Storage en Instagram en todo el mundo, lo que supone un aumento de un millón desde octubre de 2022 (Instagram, noviembre de 2024).



Mad About the House · @madebuhusk · La Redoute · Piil Tree House

▲ +421%

El vidrio estriado es cada vez más popular como material arquitectónico por sus propiedades de difusión de la luz y mejora de la intimidad, y las búsquedas de este material han aumentado un 421%

[Design direction]

● Homebody economy

ASEGURAR LA PRIVACIDAD

La intimidad y privacidad es una de las cuestiones principales que pedimos a una vivienda y donde mayores fricciones se generarán con el aumento de la carga de actividad en este espacio. Esta demanda abre oportunidades en el desarrollo de soluciones modulares y materiales innovadores que combinen aislamiento acústico, facilidad de instalación y una estética integrada.

CASE → **Roovice** (Japón) añadió un muro falso para crear un rincón de trabajo aislado y definiendo al mismo tiempo la entrada a la propiedad.

CASE → El estudio de diseño **Perron** suele incluir puertas plegables de **Dooor** (Italia) en sus proyectos por su flexibilidad con una estética *soft*.

dato

En Etsy aumentaron las búsquedas de separadores de ambientes en un 134% durante 2023.



Roovice · Perron · Studio Saransh · Sara Levitas Design Studio



+16%

Las búsquedas en Pinterest en EE.UU. de "ideas para rincones de lectura" (reading nook) aumentaron un 16% interanual



+44%

Las búsquedas de "rincón de lectura en el dormitorio" (bedroom reading nook) aumentaron un 44% interanual.

[Design direction]

● Homebody economy

PEQUEÑOS RINCONES (NOOKS)

Colocar aberturas estratégicas en las paredes es una forma creativa de diseñar espacios que pueden mostrarse u ocultarse según se necesite. Rincones que ofrecen un pequeño refugio en zonas de la casa infrautilizadas, aprovechando al máximo cada rincón. Aunque actualmente se usan para la lectura y el descanso, también empiezan a adaptarse al trabajo, incorporando elementos de diseño plegables o deslizantes que permiten esconder equipos.

CASE ➔ Esta residencia de **CplusC Architectural Workshop** de Sidney tiene una zona de asientos recortada bajo las escaleras, con iluminación integrada para facilitar la lectura y el juego.

CASE ➔ El loft diseñado por **ZeroEnergy Design** de Boston tiene un rincón para desayunar con asientos integrados y una mesa plegable.



[Cultural direction]

LA HOBBYFICACIÓN DEL HOGAR

El encarecimiento del entretenimiento fuera del hogar, sumado a una generación Z menos interesada en la vida nocturna tradicional (fuente: [Business Insider](#)), ha impulsado la creación de espacios dedicados a la experimentación personal, desde estaciones de mixología hasta talleres de bricolaje o gaming rooms.

Así como el teletrabajo impulsó la creación de home offices, la *hobbyficación* fomentará la aparición de espacios específicos para la práctica de aficiones, como estudios creativos, mini talleres o bibliotecas personales.



Tik Tok · @madebuhusk · @martinamartian · Lego

[Desgin direction]

● Homebody economy

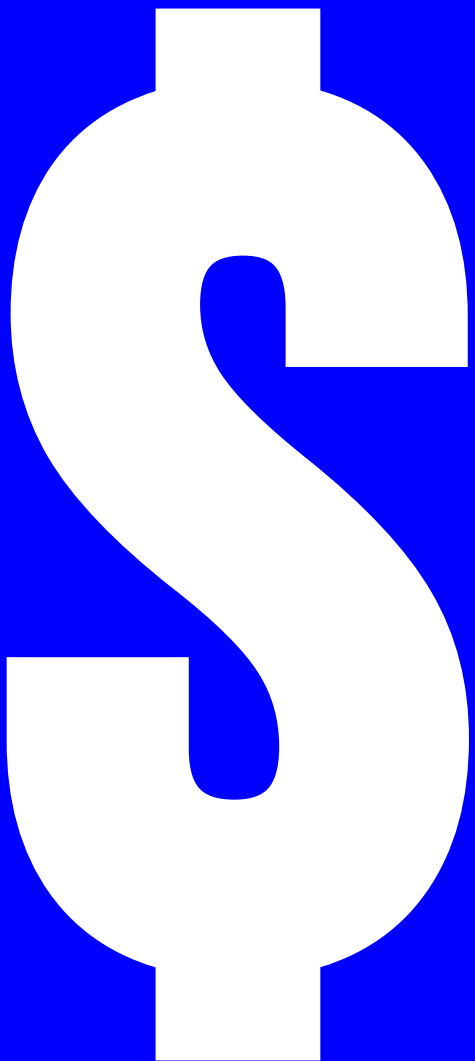
RINCÓN PARA EL CREAFTING EN CASA

Dicha *hobbyficación* del hogar impulsará la demanda de soluciones versátiles que faciliten la creatividad sin comprometer el espacio. Escritorios adaptables que combinen áreas de estudio con estaciones creativas, superficies móviles y estaciones de trabajo compactas serán clave para responder a esta tendencia, con diseños que permitan iniciar y pausar proyectos sin generar desorden.

La integración de ruedas y asas para el transporte facilitará la adaptación de estos muebles en otros espacios dentro del hogar.



Form & Refine/Inside Store · THUSS + FARRELL ·
Zulily · Greenfields Wood Store



1,94 M\$

En 2024, el mercado mundial de las manualidades se valoró en aproximadamente 906.800 millones de dólares y se prevé que alcance los 1,94 billones de dólares en 2033, lo que refleja una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 8,83% de 2025 a 2033.

[Cultural direction]

● Homebody economy

EL DIY COMO AUTOEXPRESIÓN ECO

La personalización del entorno y el consumo consciente han llevado a muchas personas a preferir restaurar muebles, confeccionar su propia ropa o hacer decoraciones artesanales en lugar de comprarlas, reforzando **la idea de la casa como un lugar para crear**.

La artesanía y el *Do It Yourself* se mantienen como dos áreas de crecimiento y los datos de TikTok indican que un amplio abanico de personas, independientemente de su edad, participa en contenidos sobre estas prácticas. Técnicas con opciones sostenibles, materiales reciclados y proyectos asequibles son las más populares.

CASE → La empresa madrileña **Cubro** ofrece frentes a medida para actualizar los diseños básicos de IKEA.



Mad About the House · @inesaki__ · @homeonthegrove · Cubro

[Cultural direction]

● Homebody economy

EL AUMENTO DE LOS *KIDULTS*

El fenómeno *kidult* está transformando el diseño y el consumo, fusionando nostalgia, autoexpresión y un toque de irreverencia. Los adultos que abrazan esta tendencia no solo se entregan a juguetes y juegos, sino que incorporan esta estética lúdica en sus espacios y experiencias diarias. En parte como respuesta a las presiones de la vida adulta, el *kidulting* se posiciona como un refugio de alegría desenfadada, donde se busca equilibrar la seriedad del mundo con un poco de diversión.

CASE ➔ Estos moldes de silicona para velas, animan a los usuarios a ser creativos con las configuraciones. Los colores y aromas se pueden mezclar y combinar para crear velas únicas. Son de [Aneliya x Boowan Nicole](#).

CASE ➔ Con el mercado de juguetes coleccionables alcanzando cifras millonarias, las colaboraciones de licencias y ediciones limitadas son un terreno fértil para la inversión y la innovación. [Kartell](#), ha lanzado cinco de sus icónicas sillas de rosa Barbie, a la medida de una casa de muñecas.



Aneliya x Boowan Nicole · Kartell x Mattel · Jello

[Design direction]

● Homebody economy

FOMENTAR EL JUEGO

El deseo de pasar más tiempo en casa también devuelve el ocio a este espacio. Las “veladas de juegos en familia” resurgen, y los objetos para jugar están ganando protagonismo en la decoración del hogar, con piezas que pueden exhibirse fácilmente y elementos lúdicos como columpios o salas de juego dedicadas.

CASE ➔ [Reflections Copenhagen](#) convierte los juegos de mesa en objetos de diseño y lujo. Sus tableros de ajedrez, damas y backgammon no son solo pasatiempos, sino piezas de arte fabricados con materiales de alta gama como cristal tallado, mármol y metales preciosos.

CASE ➔ La silla multiusos Moon Chair de [Wigiwama](#) puede desmontarse para construir un fuerte y utilizarse para juegos blandos.

dato

El 51% de los padres pasa más tiempo jugando con sus hijos que hace unos años (Informe Play 2024 de IKEA).



IKEA · TIKEA · Reflections Copenhagen · Wigiwama

«Adoptamos la idea de que los juegos son para todos y deben estar en cualquier lugar de la casa. Se trata de facilitar a la gente la creación de espacios que se adapten al juego, a la vida y a todo lo demás».

Philip Dilé,
desarrollador de diseño de productos de IKEA

[Design direction]

● Homebody economy

UN CHUTE DE DOPAMINA

La psicología del color juega un papel fundamental en la creación de ambientes con diferentes energías y estados de ánimo. Las aplicaciones de colores vibrantes y la iluminación que eleva el ánimo se convertirán en herramientas esenciales para diseñar espacios que no solo sean funcionales, sino que despierten sensaciones positivas en el hogar.

CASE ➔ **Vetreska** (EE.UU.) reimagina los accesorios y productos habituales para las mascotas como árboles para gatos que parecen cactus y cajas de arena con forma de sandía.

CASE ➔ La última colección de **Nathan Yong** (Singapur) para **Sancal** rompe con la estética tradicional y presenta figuras que parecen caras esculpidas a partir de simples bloques de madera. Las mesas auxiliares adquieren aún más personalidad gracias a la atrevida gama de colores de la colección, lo que permite dar un toque divertido a los interiores de las casas.



Vetreska · Sancal · Sardine is your place · Teklan

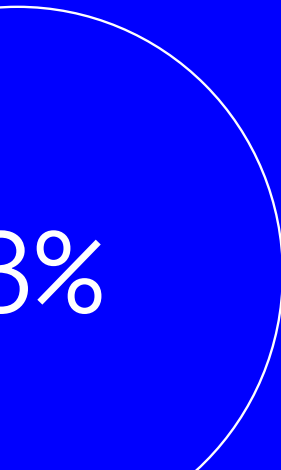
264M

Se estima que 264 millones de adultos en todo el mundo padecen trastornos de ansiedad. De estos, 179 millones son mujeres (63%) y 105 millones son hombres (37%).



31%

El color resulta fundamental para crear experiencias. Diversos estudios han demostrado que el uso estratégico del color puede aumentar la productividad y la creatividad hasta en un 31%.



33%

A escala mundial, el maximalismo y el eclecticismo seguirán siendo populares entre el 33% de los diseñadores de interiores. Los murales pintados de colores (28%), el papel pintado con motivos (26%) y los techos empapelados (26%) figuran entre sus principales opciones de diseño.

Fuente: Encuesta Anual de Diseñadores de 1stDibs (2025)

[Design direction]

● Homebody economy

MAXIMALISMO EN PEQUEÑAS DOSIS

Puesto que es difícil aplicar una estética maximalista sin saturar el espacio, algunas personas optan por añadir toques de la estética *playful* en pequeñas dosis. Detalles como los tiradores de puertas y armarios, toalleros o grifería, se posiciona como una de las formas más accesibles y efectivas para personalizar el espacio permitiendo a los consumidores introducir toques de su propio gusto personal sin necesidad de grandes renovaciones.

CASE → **Petra Hardware** es una tienda especializada en productos como asideros, pomos, y barras artísticas, creados por diseñadores independientes, ofreciendo piezas exclusivas y de edición limitada. La empresa está fundada por la cofundadora de Sight Unseen, Monica Khemsurov.



@the.mental.temple · Relax Design · Petra Hardware · @katypaty_design

[Design direction]

● Homebody economy

PERSONALIZAR EL ESPACIO

Al pasar más tiempo en el hogar, es de esperar que los consumidores sientan el deseo de hacer pequeñas reformas y renovaciones que mejoren su estado de ánimo y gusto por su hogar. La personalización y las soluciones de bricolaje sencillas permiten a los consumidores divertirse con la decoración y cambiar constantemente, lo que refuerza el papel del hogar como espacio de expresión personal.

CASE ➔ Las **Candy Tables** son piezas encajables que pueden funcionar solas o apiladas. Se crea un efecto ombré cuando la mesa de cristal se apila con la de metal macizo

CASE ➔ **Glasst Unpaint** puede aplicarse como una pintura normal y, una vez se quiera cambiar, puede despegarse de la pared con si se pelara.



Mikolášková&Drobná · Glasst/Unpaint · Interior design masters

/ Claves de diseño

Homebody economy

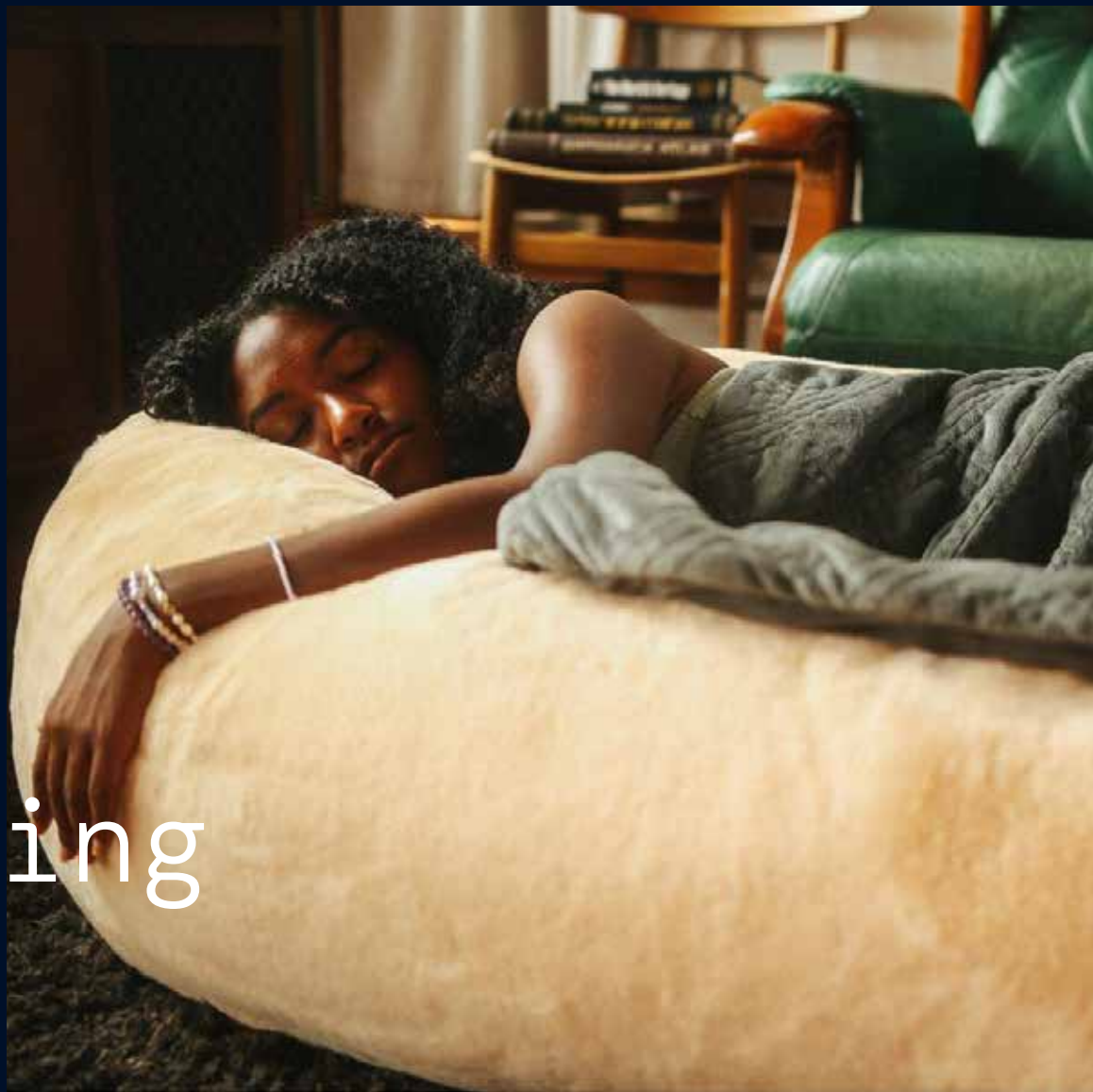
- 1 ➤ Los consumidores son cada vez más prudentes a la hora de gastar, y cuando lo hacen, quieren que esa transacción tenga sentido. Por eso, **los productos que faciliten una experiencia lujosa** en casa y experiencias significativas **tendrán prioridad** sobre los productos menos “inspiradores”.
- 2 ➤ El hogar se está volviendo más ágil que nunca, diseñado con una flexibilidad sin fricciones que ofrezca un uso fluido del espacio. La **flexibilidad y la modularidad serán por tanto los grandes temas** a la hora de diseñar productos, especialmente para espacios pequeños.
- 3 ➤ En la era de los adictos al diseño de interiores y los entusiastas de la decoración, ayudar a los clientes a que **remodelen sus hogares con unos pocos cambios** será clave para ofrecerles la sensación de renovación del espacio.

«Las zonas de bienestar en el hogar están definidas (pero se extienden): las cocinas y los dormitorios son zonas de bienestar establecidas; cada vez más, los baños también tienen un papel que desempeñar. El diseño de productos adopta cada vez más el bienestar como motor de crecimiento, elemento diferenciador y forma de justificar las posiciones premium. No hay ninguna "zona" que no se vaya a ver afectada por esta tendencia a largo plazo».

Enhancing Wellness in Home and Garden ([Euromonitor](#))

2

Home-being





32%

Los consumidores alemanes recurren a los balnearios y al autocuidado para aliviar el estrés

Fuente | Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles survey 2024

● Home-being

En el siglo XXI, el descanso ha dejado de ser un acto espontáneo para convertirse en un objetivo consciente que requiere planificación y estrategia. La hiperconectividad, la sobrecarga de información y el ritmo acelerado de la vida han generado la necesidad de optimizar el descanso a través de prácticas como la higiene del sueño, la desconexión digital y el descanso consciente. Sin embargo, **esta obsesión por el bienestar ha llevado a un estado de burnout del wellness** por el que la presión por maximizar el descanso y la búsqueda del máximo bienestar (o lo que sea que eso signifique) se convierte en una nueva fuente de ansiedad.

En respuesta, el wellness ha **evolucionado** a uno que prioriza un descanso genuino y sin esfuerzo. Y en ese sentido, la casa se posiciona como el **espacio último donde recuperarnos del estrés del día a día**, donde llevar a cabo prácticas y rituales de bienestar desde una perspectiva mucho más **relajada y cotidiana**. En lo que al diseño de espacios respecta, las habitaciones serán concebidas como santuarios de relajación, con elementos poco invasivos que regulen el ambiente y mejoren el bienestar general de la persona. El **baño** se mantiene como el gran espacio donde mejorar nuestra salud y bienestar físico, pero el **dormitorio** — y más concretamente la cama — ganará terreno en cuanto a ofrecer un santuario de relajación mucho **más privado y personalizable**.



Elle Magazine
Unsplash

[Cultural direction]

● Home-being

dato

EL AUGE DEL *BED-ROTTING*

El bed rotting, la tendencia de pasar largas horas en la cama no solo para dormir, sino como un acto de descanso intencional, ha evolucionado de fenómeno viral a una práctica habitual de autocuidado. En un mundo hiperproductivo, quedarse en la cama sin presión de ser “útil” es una forma de rebeldía contra la exigencia constante. La cama deja de ser un lugar exclusivo para dormir y se convierte en un refugio donde el bienestar se experimenta sin culpa.

Las actividades tabú en la cama ahora se normalizan. Un estudio de Sleep Doctor revela que el 55% de los trabajadores remotos practican bed rotting, escribiendo correos o asistiendo a reuniones desde la cama. Además, 21% de la Gen Z prefiere comer delivery en la cama, según DoorDash. Esto impulsará el diseño de soluciones como bandejas ergonómicas, mini gadgets de cocina y mobiliario adaptable para hacer de la cama un espacio aún más funcional.



Anchal · Pexels

[Design direction]

● Home-being

CAPITALIZAR EL *BED-ROTTING*

El bed-rotting no se trata solo de dormir, sino de convertir la cama en un centro de confort total. Esto abre el camino a innovaciones en el diseño del dormitorio: camas ergonómicas con soporte lumbar optimizado, cabeceros con puertos de carga y soporte para dispositivos electrónicos, ropa de cama que regule la temperatura y ayude aliviar tensiones y ansiedad y accesorios para mejorar la experiencia general de estar en la cama.

CASE → **Eight Sleep** (EE.UU.) vende colchones inteligentes tanto para dormir como para descansar, con posiciones personalizadas para leer, relajarse y dormir que se ajustan automáticamente a la temperatura óptima, la frecuencia respiratoria y la mitigación de los ronquidos.

CASE → El puf de **Next** (UK), se transforma en una mesa con almacenamiento oculto.



Tuft & Needle · Eight Sleep · Bedfolk · Next

[Cultural direction]

MEJOR SEPARADOS

● Home-being

Los "divorcios del sueño", en los que las parejas duermen en camas o habitaciones separadas, van en aumento. Como las parejas dan cada vez más prioridad a la salud del sueño, están creando segundos dormitorios principales, mientras que las que tienen menos espacio buscan soluciones flexibles.

CASE ➔ El *scandinavian sleep method*, es aquel por el que las parejas duermen en la misma cama pero con dos juegos de colchas separadas con el objetivo de ajustarse a las necesidades de temperatura y comodidad de cada usuario.

dato

El 63% de los viajeros afirma que duerme mejor solo, y el 37% es partidario de dormir en camas separadas en vacaciones (informe Tendencias 2025 de Hilton).



Texas Mattress Makers · iSense Mattress · ASL Review

[Design direction]

● Home-being

SUEÑO PROFUNDO

Una encuesta estadounidense reveló que casi la mitad de los adultos consideraban que el sueño tenía un impacto importante en su estado de ánimo, su rendimiento laboral y su salud en general (fuente: [Statista](#)). Los productos para el hogar que favorezcan un sueño reparador, desde ropa de cama hasta almohadas ergonómicas o aparatos para el sueño, son una inversión clave para los consumidores.

CASE ➔ Un tercio de las madres primerizas experimentan problemas de salud posparto, como dolor pélvico, ansiedad y depresión. Las almohadas de apoyo que abrazan el cuerpo durante el embarazo son importantes también tras este.

CASE ➔ Los colchones de **Snoozel Green** (Reino Unido) son ecológicos y están hechos a mano con algodón orgánico, lana de oveja y látex natural. Su diseño no contiene productos químicos ni retardantes del fuego y es naturalmente hipoalergénico y antibacteriano.



BEARABY · Snoozel Green · Yogasleep · Amira Care



32%

de los consumidores en 2024 utilizaron
algún producto para ayudarles a dormir
(weighted blankets, mascarillas, productos
de aromaterapia...)

Fuente | Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles
survey 2024

[Design direction]

INTERIORES QUE RESTAURAN

● Home-being

Los interiores se convierten en un refugio de bienestar con diseño que favorecen el descanso y espacios que nutren cuerpo y mente. La naturaleza se convierte en la gran inspiración a través de materiales y colores inspirados en el entorno — como maderas claras o verdes profundos —, estimulando los sentidos. Algunos de estos diseños, además, contribuyen a un hogar más saludable, ayudando a reducir la contaminación del aire interior.

CASE ➔ Los paneles acústicos X-FELT de **BAUX** no solo cumplen rigurosas normas de seguridad al ser ignífugos, sino que además sus diseño permiten crear composiciones personalizables que acaban pareciendo obras de arte para colgar en las paredes del hogar.



Muuto · Ewe Studio · Atelier Hans · Baux

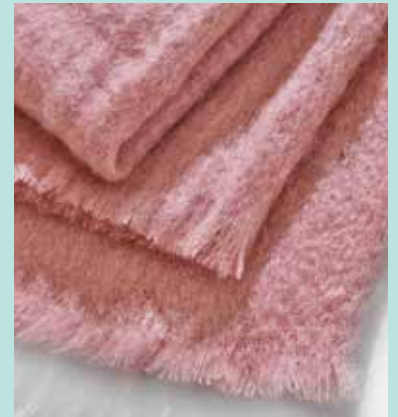
[Design direction]

TACTO SUAVE

● Home-being

Los bordes afilados y las esquinas desaparecen en el dormitorio para dar lugar a una estética acolchada y *blandita*. Los perfiles redondeados en muebles típicamente duros como mesas auxiliares, lámparas o marcos de cama, mejoran el confort de las personas.

CASE ➔ El marco de cama de **Soho Home** va un paso más allá en cuanto a suavidad al cubrir de terciopelo todo el marco redondeado.



Soho Home · Ligne Roset · Hosthome · Amazon

[Design direction]

INSPIRACIÓN DE LA TIERRA

● Home-being

Un enfoque basado en la naturaleza es clave para esta tendencia. Desde las texturas hasta los materiales utilizados, los diseños buscan ofrecer una conexión con el mundo natural a través de diseños que celebran las imperfecciones y las cualidades brutas que se encuentran en las vetas de la madera y la cestería, por ejemplo.

Colores como los **marrones, amarillos dorados y terracota forman la paleta de color en esta dirección de diseño** y en superficie, los tejidos tienen elementos fruncidos que recuerdan a elementos naturales como las raíces de la tierra.



Gul Ahmed · Hk Living · Abigail Ahern · .blank / Hypebeast

[Design direction]

UN BAÑO MÁS SEGURO

● Home-being

Un baño más seguro resulta clave para los consumidores que priorizan la accesibilidad por motivos de edad o capacidad física. A nivel tecnológico están apareciendo muchas innovaciones que mejoran la temperatura del agua o radiadores en la propia ducha como elemento terapéutico añadido. Sin embargo, las barras y asideros con diseños robustos, duraderos y que aportan sensación de seguridad son una de las categorías clave que ofrecen un upgrade en el cuarto de baño.

dato

Se prevé que el mercado mundial de barras de apoyo alcance los 1.400 millones de dólares en 2031. Un mercado en crecimiento que se aleja de estéticas ortopédicas para ofrecer diseños estéticamente agradables que favorezcan la independencia al tiempo que desestigmatizan sus connotaciones.



Mavigadget · Avail · Tuka · Tubes radiatori

[Design direction]

● Home-being

CORNERS DE RITUALES

La introducción de rutinas de self-care y mindfulness dentro de la vivienda impulsarán la demanda de productos diseñados específicamente para actividades como la meditación, el yoga y los *cold plunges* o saunas.

CASE → **Noveme** (Reino Unido) crea esterillas de yoga de primera calidad a partir de corcho. Su diseño tiene buen agarre y su base de caucho natural proporciona una amortiguación adicional.

CASE → El diseño **Equinox** de Sun Home Saunas (EE. UU.) es fácil de montar y cuenta con un sistema de calefacción por infrarrojos de espectro completo. Las luces LED de cromoterapia de calidad médica completan sus beneficios terapéuticos.

Las búsquedas globales en Google de "sauna doméstica" han aumentado un 12% interanual (julio de 2024)

dato



Noveme · Hemp Organic Life / Etsy · Mindful & modern · Sun Home Saunas

«Una fragancia es una forma bastante sencilla de hacerte sentir que estás en un entorno diferente. Es una forma bastante barata de irse de vacaciones».

Pamela Dalton,
PhD, Principal Investigator, Monell Chemical Senses Center

[Cultural direction]

EL SENTIDO DEL OLFATO

● Home-being

Los aromas y las fragancias para el hogar no paran de crecer, impulsados por la creación de experiencias y que son productos capaces de establecer un tipo de *mood* en el hogar. Los productos con fragancia para el hogar ofrecen una forma asequible de personalizar los interiores e influir en el estado de ánimo.

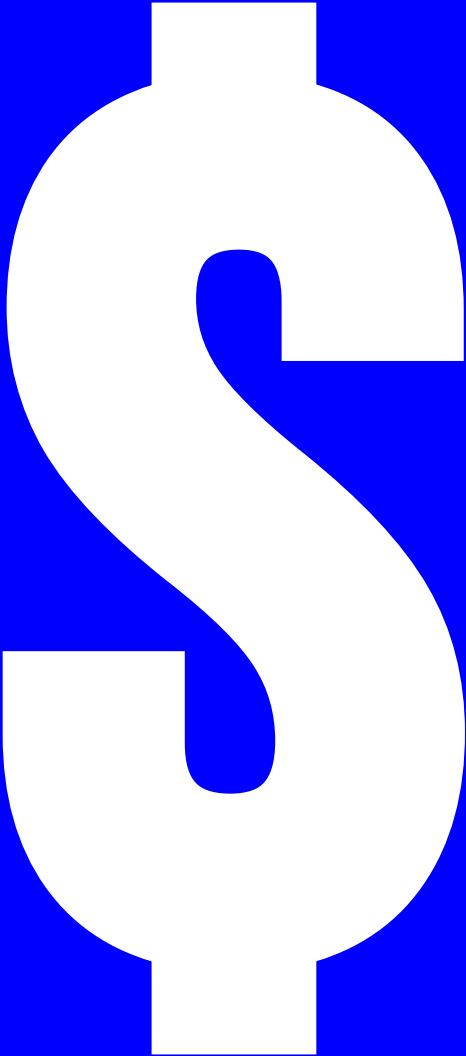
La creciente demanda se refleja en el crecimiento previsto del mercado de velas perfumadas, que se prevé que aumente en 637,6 millones de dólares entre 2023 y 2028, con una CGAR del 2,87% (Technavio).

dato

Las búsquedas globales en Google de "home scent" crecen un 20% interanual (Dic 2023-Nov 2024)



Studio Oliver Gustav · Moco Fragrances · Oarto Home · Yield Design



17.000 M\$

Se estima que el mercado de fragancias para el hogar alcanzará un valor de 13.600 millones de dólares en 2024 y se proyecta que crezca a una tasa compuesta anual del 4,56% hasta 2029, alcanzando los 17.000 millones de dólares.

[Design direction]

● Home-being

DIFUSORES DE ACEITE

Los difusores de aroma a partir de aceites esenciales se hacen eco de la estética de los rituales adoptando formas orgánicas y materiales naturales que emulan aquellos que encontramos en plena naturaleza.

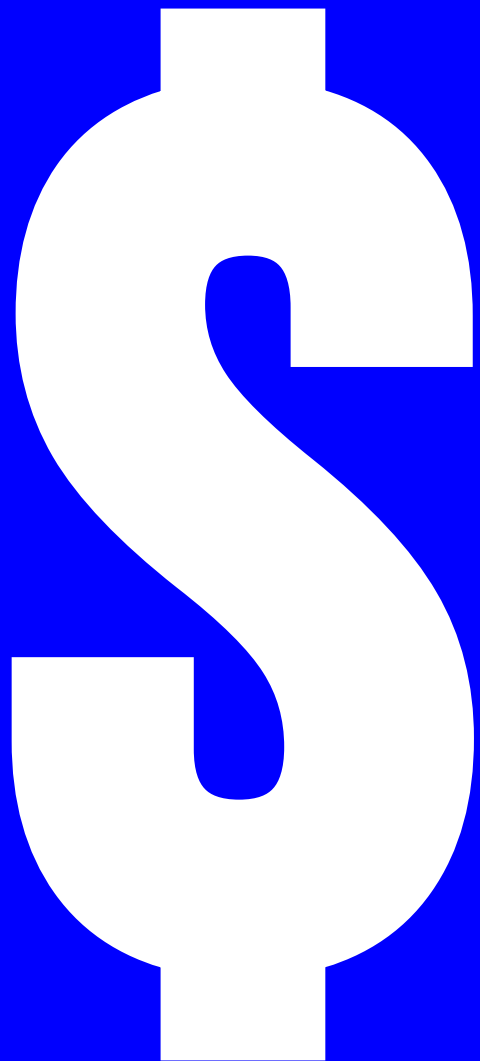
CASE → **Elemense** (EE.UU.) utiliza materiales cerámicos que imitan las piedras naturales para crear difusores que evocan la esencia calmante de la naturaleza.

CASE → La marca neoyorquina **Boy Vienna** se ha hecho famosa por sus varitas de incienso, hechas para parecerse a un cigarrillo encendido, pero llenas de salvia y lavanda para favorecer la relajación.

CASE → Dentro de una caja de madera de pino, el difusor natural de **Frama** (DK) contiene nueve esferas rojas de tierra coreana que celebran el uso de materiales regionales.



Elemense · Boy Vienna · Once 32 · Frama



637,6 M\$

La creciente demanda de productos con fragancia para el hogar se refleja en el crecimiento previsto del mercado de velas perfumadas, que se prevé que aumente en 637,6 millones de dólares entre 2023 y 2028, con una CGAR del 2,87% .

[Design direction]

● Home-being

ETIQUETAS CON OLOR

Los tradicionales ambientadores planos se están actualizando a medida que las marcas de belleza y hogar lanzan formatos *travel friendly* que se pueden utilizar sobre la marcha.

CASE ➤ La marca de perfumes sólidos **Tenth Muse** (UK) ofrece etiquetas con olor para que los consumidores prueben sus productos antes de comprarlos y, al mismo tiempo, puedan colgarse en el hogar.

CASE ➤ El envase en forma de cinta de casete de **Écrit et Parfum** (Seúl y París) ofrece una fragancia acompañada de una lista de reproducción para ofrecer una mejor experiencia sensorial.

CASE ➤ La británica **Earl of East** promociona los olores que transportan nuestros sentidos con tarjetas de fragancias inspiradas en diferentes destinos de viaje.



Tenth Muse · Écrit et Parfum · Soul Good Project · Earl of East London

Crecimiento en términos anuales de visualizaciones en TikTok



+301%

#Difusor (Noviembre
2023-2024)



+154%

#HomeFragrance (Noviembre
2023-2024)

[Design direction]

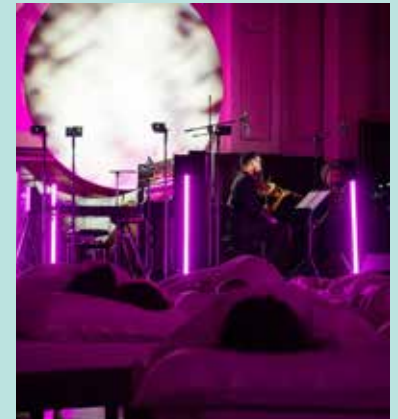
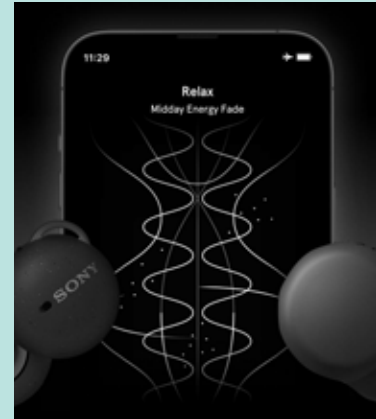
● Home-being

EL SENTIDO DEL OÍDO

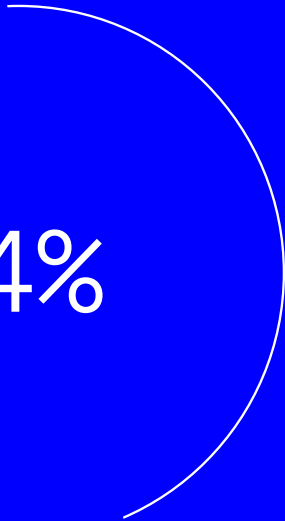
El sonido se perfila como una poderosa herramienta que ayude a relajarnos. Tecnologías de audio diseñadas para modular el tono vagal — clave en la regulación del sistema nervioso — pueden integrarse en el mobiliario y la decoración del hogar. Altavoces inteligentes con frecuencias de sonido binaural o camas y sillones con vibración sincronizada con ritmos relajantes pueden transformar los espacios domésticos en refugios sensoriales.

CASE ➔ La empresa alemana de ropa de cama **Emma**, organizó el primero concierto *en la cama* en el Día Mundial del Sueño en 2024. Los asistentes al concierto escucharon temas instrumentales mientras descansaban en colchones Emma. Según la empresa, el 59% de los asistentes se durmió durante la actuación

CASE ➔ **ØTHERS** (Reino Unido) combina fragancias funcionales con paisajes sonoros y meditaciones a través de su aplicación.



Endel · Emma · Yogasleep · ØTHERS



44%

Las búsquedas en Google de "cómo regular el sistema nervioso" aumentaron un 44% interanual, pero esta búsqueda sigue siendo relativamente nicho, con 14.000 consultas en todo el mundo en octubre de 2024, lo que apunta a una oportunidad para el desarrollo de productos que ayuden a regular el sistema nervioso a través del sistema auditivo.

[Cultural direction]

EN BUSCA DE LA LONGEVIDAD

● Home-being

¿Qué entendemos por longevidad? El concepto de vivir, si no para siempre, sí durante mucho más tiempo, se está convirtiendo en una posibilidad. La evolución de las tecnologías y los avances científicos están ayudando a las empresas de belleza, salud y bienestar a crear productos y servicios que permitan a los consumidores vivir no solo más tiempo, sino con mayor calidad de vida. Las empresas están utilizando ya la longevidad para crear productos que redefinan la forma en que nos cuidamos.

CASE ➔ **Bryan Johnson** es un empresario y biohacker estadounidense conocido por su obsesión con la longevidad. Su experimento, llamado **Project Blueprint**, busca revertir el envejecimiento mediante un régimen extremo de dieta, ejercicio, suplementos y terapias avanzadas, basado en datos biométricos y medicina regenerativa. Su objetivo es optimizar su cuerpo para alcanzar la longevidad máxima y, potencialmente, la vida eterna.



Bryan Johnson · Vitality Foods

[Design direction]

ENVEJECER MEJOR

● Home-being

dato

A medida que las personas vivan más años y con mejor calidad de vida, los muebles deberán evolucionar para ofrecer comodidad, funcionalidad y ergonomía en cada etapa. Diseños modulares y ajustables permitirán que el mobiliario se adapte a las necesidades cambiantes del cuerpo con el paso del tiempo, desde sillas y sofás con funcionalidades adicionales como este de Pottery Barn o pequeñas intervenciones en el espacio que faciliten el tránsito por todos los espacios de la casa.

Se prevé que el tamaño del mercado mundial de sillas reclinables alcance los 6.400 millones de dólares en 2032 (fuente: imarcgroup), mientras que el mercado mundial de sofás reclinables crecerá hasta los 5.650 millones de dólares en 2029 (fuente: maximizemarketresearch)



Lumi · KBSA · Pottery Barn · Assistep

[Design direction]

MASCOTAS PARA TODA LA VIDA

● Home-being

Desde dispositivos impulsados por IA hasta proteínas cultivadas y la salud del microbioma de los animales, la humanización del cuidado de las mascotas está alcanzando nuevas cotas de personalización, con el objetivo de que estén tan sanas como sus humanos y, en última instancia, alargar la vida de estos compañeros que han pasado de ser animales de compañía a un miembro más de la familia.

CASE ➔ La **Carepet** es una cama inteligente para mascotas que permite a los usuarios recoger y controlar los datos vitales de su perro mientras duerme. Todos estos datos pueden compartirse fácilmente con el veterinario de la mascota para intervenir a tiempo en su salud. Carepet, que se venderá por 183 euros



Crepet · Floof · Arterra

«La longevidad está en el punto de mira de los consumidores. ¿Cómo podemos aumentar la esperanza de vida y la salud de nuestras mascotas? Predigo que no pasará mucho tiempo antes de que los propietarios de mascotas esperen que sus animales vivan hasta los 25 años».

Joshua Errett,
CEO, Friends & Family Pet Food Company

Home-being

- 1 ➤ Los productos e intervenciones que aporten comodidad, flexibilidad y facilidad a la vida cotidiana y **favorezcan la autonomía** de las personas a medida que van envejeciendo serán clave. Es importante explorar opciones de CMF que **eliminen el estigma** y eleven los productos más “ortopédicos”.
- 2 ➤ Las experiencias sensoriales que **involucren los 5 sentidos** ayudarán a mejorar el bienestar. Los sentidos menos “explotados” como el olor o el sonido se convertirán en espacios para la innovación.
- 3 ➤ En productos enfocados a mejorar el bienestar de las personas, las narrativas que les ayuden a **ser una mejor versión de sí mismos** desde un enfoque relajado y, sobre todo, **realista** serán muy importantes para evitar añadir más presión frente a unos estándares de belleza y bienestar ya de por sí inalcanzables.
- 4 ➤ Será importante adoptar un **enfoque personal al abordar el bienestar** de los consumidores. La hiperpersonalización frente a lo mainstream marcará la diferencia.

● Apocalypse-ready

En la madrugada del 18 de enero de 2025, un incendio arrasó cientos de viviendas en Hollywood Hills, dejando a miles de personas sin hogar. Solo tres meses antes, en octubre de 2024, la riada de València transformó calles en ríos y forzó la evacuación de barrios enteros. Estas tragedias **no son eventos aislados**: a medida que avance el cambio climático, aumentarán los fenómenos meteorológicos extremos.

El preparacionismo climático ya no es solo una tendencia; es una **necesidad**. El **cambio climático y el agotamiento de los recursos** como los grandes desafíos que deben abordarse en el diseño arquitectónico. Las ciudades y los hogares del futuro deben ser más resistentes, más autosuficientes y más inteligentes ante los desastres climáticos. La **arquitectura resiliente** se convertirá en una prioridad, con viviendas construidas para resistir incendios, inundaciones y olas de calor extremas. Materiales ignífugos y resistentes al agua, estructuras elevadas en zonas propensas a inundaciones y sistemas de ventilación pasiva para reducir la dependencia del aire acondicionado serán esenciales. Además, la **autosuficiencia energética** cobrará más relevancia: techos solares, sistemas de recolección y purificación de agua de lluvia, y baterías domésticas para almacenar energía garantizarán que los hogares puedan funcionar incluso en situaciones de emergencia.

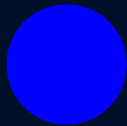
Ante un clima impredecible, el hogar ya **no será solo un refugio, sino una fortaleza** diseñada para proteger a sus habitantes frente a un planeta cada vez más hostil.



nLDK Studio

3

Apocalypse-
ready



[Design direction]

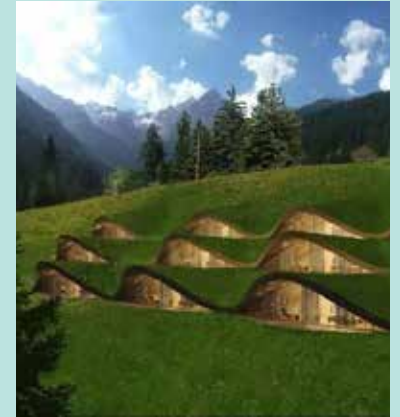
● Apocalypse -ready

ARQUITECTURA RESILIENTE

La sostenibilidad y la resistencia al cambio climático son factores clave para los inversores inmobiliarios. Los arquitectos están reaccionando con proyectos de rehabilitación y mejora de viviendas pasivas que mitigan los efectos del cambio climático y las catástrofes asociadas.

CASE ➔ La refrigeración pasiva subraya la casa Hawk y Mesa del estudio **Jeremy Levine** (EE UU). Las grandes aberturas a cada lado facilitan las brisas cruzadas para reducir la necesidad de aire acondicionado.

CASE ➔ La fachada portante de la torre de oficinas (W)rapper de Los Ángeles, diseñada por **Eric Owen Moss Architects** (EE.UU.), le ha valido al edificio la calificación de antisísmico. El exterior está revestido de material ignífugo para mayor seguridad.



Jeremy Levine Studio · Custom Earth Sheltered · Eric Owen Moss Architects · Studio Ma

[Design direction]

● Apocalypse -ready

INNOVACIÓN EN MATERIALES

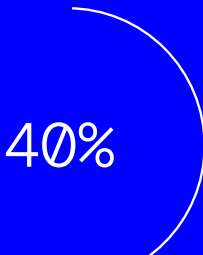
El sector de la construcción es uno de los principales responsables de los gases de efecto invernadero, con un 37% de las emisiones mundiales (Fuente: [UN environment programme](#)). Por eso, es clave apostar por soluciones más sostenibles que reduzcan el impacto ambiental sin comprometer la eficiencia y la calidad de las edificaciones.

CASE ➔ El **Studio SKLIM** de Singapur ha desarrollado tejas de biocomposite con paneles solares integrados para un diseño que combina la artesanía tradicional con tecnologías innovadoras.

CASE ➔ **Seastex** (Reino Unido) aprovecha residuos alimentarios como el biso (barbas de mejillón) para crear un aislante sostenible llamado **Seawool**. Es duradero, ignífugo y se puede personalizar en forma de baldosas para mejorar la acústica.



Studio Sklim · Prometheus Materials · Seastex · Diasen



40%

La demanda mundial de energía solar aumentó un 40% en 2022 y los ingresos del sector un 50% (1)

251.4B\$

Valor del mercado fotovoltaico



90%

Las energías renovables representarán más del 90% de la expansión de la capacidad eléctrica mundial (2022-2027), impulsada principalmente por China, la UE, EE.UU. e India. De hecho, China representó el 70% de la producción mundial de células solares en 2022. (2)

▲ +10.1%

CAGR del mercado fotovoltaico

1/4 de la
energía
mundial

Se prevé que en 2050 el sol genere más de una cuarta parte de la electricidad mundial. (3)

Fuente [1] Bloomberg Intelligences' Global Solar Energy Outlook [2] International Energy Agency (IEA) [3] FT Adviser [4] Statista

[Design direction]

● Apocalypse -ready

CAPTACIÓN SOLAR

Las innovaciones en materiales que captan la radiación solar están ampliando el alcance de la tecnología solar con soluciones ultrafinas que son flexibles, ligeras y pueden aplicarse a una mayor variedad de superficies.

CASE → El proyecto de **Energía Solar Espacial de Caltech** tiene previsto lanzar un prototipo de satélite a la órbita terrestre para recoger energía solar en el espacio y transmitirla a la Tierra. El equipo ha desarrollado unas láminas ultraligeras y flexibles que aprovechan los rayos solares y los convierten en energía.

CASE → La diseñadora **Pauline van Dongen** ha colaborado con **Tentech** en un textil que genera energía solar llamado **Suntex**. Este textil solar, puede utilizarse para cubrir objetos como muebles de exterior y para revestir edificios enteros, transformándolos así en grandes generadores de energía solar.



Caltech · Univeristy of Michigan · Pauline van Dongen

57.520M\$

se prevé que el sector mundial de los refugios de emergencia alcance los 57.520 millones de dólares en 2028

[Design direction]

● Apocalypse -ready

REFUGIOS DE EMERGENCIA

El aumento de la frecuencia de las catástrofes naturales, el incremento de los desplazamientos migratorios y las innovaciones tecnológicas y materiales sostenibles impulsarán el crecimiento de estas construcciones.

CASE ➔ Para dar a los supervivientes de sucesos devastadores una mayor sensación de estabilidad, la **Fundación Norman Foster**, con sede en Madrid, ha desarrollado un prototipo de vivienda para personas desplazadas. El concepto es una alternativa duradera a las tiendas de campaña y puede construirse rápidamente con lonas de hormigón tensadas sobre un armazón en forma de arco.

CASE ➔ En Australia, **Hassell** colaboró con el colectivo creativo to.org para crear refugios impresos en 3D que soportan temperaturas y condiciones meteorológicas extremas.



Norman Foster Foundation · Autoflux · Hassell Studio · Shigeru Ban Architects

«Ahora mismo, la estética es bastante militarizada y muy masculina... lo que significa que existe un enorme nicho para que los diseñadores exploren diferentes aspectos, atrayendo potencialmente a distintos tipos de consumidores. Cuando decimos «búnker», por ejemplo, nos viene a la mente una lúgubre cueva para hombres con paredes de hormigón, iluminación fluorescente y literas, pero casi todos los búnkeres de alta gama y las llamadas habitaciones del pánico son ahora indistinguibles de los apartamentos de lujo».

Orkan Telhan,
Chief Data & Information Officer, Ecovative

[Design direction]

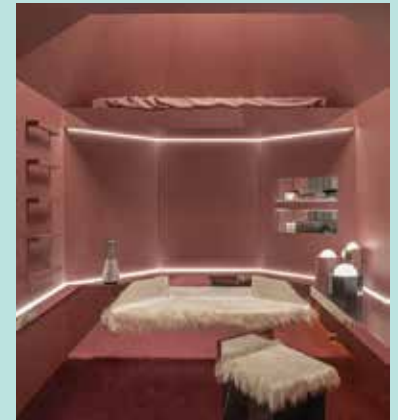
● Apocalypse -ready

BÚNKERES Y SALAS DEL PÁNICO

Los búnkeres subterráneos son cada vez más atractivos para los consumidores adinerados, que construyen complejos complejos en lugares desconocidos. El estigma militar está cambiando para inspirar alojamientos de lujo que rivalizan con el diseño hotelero de alta gama.

CASE → El **DBX Doomsday Bunker** de la española **Abiboo** es un moderno concepto de vivienda familiar con jardín hidropónico, calefacción geotérmica y sistemas de purificación del aire.

CASE → Las salas del pánico que **se integran con la estética interior del entorno** ofrecen una solución más asequible para espacios residenciales. Puertas ocultas seguras para espacios grandes y pequeños o armarios que se abren parecen de película de ciencia ficción, pero son una buena alternativa para no llamar la atención.



Adiboo · Oppidum · Creative Home Engineering

[Design direction]

● Apocalypse -ready

CONSERVAR EL AGUA

La escasez de agua y la escasez de alimentos (del son las preocupaciones que más han aumentado en términos de prioridades medioambientales (fuente: [PR Newswire](#)). El aumento de las temperaturas y los conflictos geopolíticos harán que estas dos realidades sean más habituales con cortes en los suministros de ambas.

CASE ➔ Ultramax II de **Toto** (Japón) es un inodoro de bajo caudal que utiliza menos agua manteniendo una descarga eficaz.

CASE ➔ La **Casa Pepe Cobo** de **Estudio Herreros** (España, México, EE.UU.) ha pasado de refugio de pastores a una casa de vacaciones *minimal* en Mallorca. El tejado en forma de V recoge el agua de lluvia de los canalones hacia una cisterna para su uso futuro cuando el nivel de precipitaciones en la isla sea bajo.



Gardeners · Toto · Richard Cole Architecture · Estudio Herreros

[Design direction]

● Apocalypse -ready

MEJORA EN LA CALIDAD DEL AIRE

La calidad del aire y el control de la temperatura son preocupaciones clave para las personas que viven en zonas con alto riesgo de incendios forestales, contaminación o temperaturas extremas. Los diseñadores tienen la oportunidad de ofrecer productos domésticos accesibles que hagan la vida cotidiana más segura y cómoda.

CASE ➔ **Birdie** es un monitor de aire fresco de los daneses Andreas Kofoed Sørensen y Hans Høite Augustenborg. Inspirado en el uso de un canario en una mina de carbón, el diseño responde cuando los niveles de CO2 se vuelven peligrosos. Indica la calidad del aire de una habitación girando sobre su percha y haciéndose el muerto.

CASE ➔ **AirHood** (EE.UU.), el primer limpiador de aire portátil del mundo para cocinas, puede reducir la cantidad de grasa, humo y olores emitidos al cocinar con hornos eléctricos y de inducción.



Birdie · AirHood · Mike & Maaike x Quilt · Egloo

«Para hacer frente a la ansiedad ecológica, debemos invitar a la gente a pensar en estas historias positivas del futuro, no sólo en los incendios forestales y el deshielo de los glaciares. Necesitamos esos relatos urgentes, pero también que la gente sienta que puede hacer algo positivo».

Rachael Orr,
CEO, Climate Outreach

[Cultural direction]

● Apocalypse -ready

REFORMAS CON SENTIDO

Desde una perspectiva de sostenibilidad y emisiones de carbono, demoler un inmueble y reconstruirlo es peor que partir de lo ya construido para intentar mejorar lo existente. Rehabilitar viviendas para mejorar su eficiencia energética y por tanto su impacto en el planeta, se erige como el objetivo a seguir para alargar la vida útil de los espacios y disminuir la cantidad de gases invernadero que se expulsan a la atmósfera.

CASE → **HS-Architekten** y **MVRDV** convirtieron un anticuado edificio de oficinas de los años 90 en un llamativo estudio de color amarillo brillante para Atelier Gardens en Berlín. El edificio se completa con una nueva cubierta vegetal y un pabellón y terraza de madera sostenible en la azotea.

CASE → **MVRDV** transformó una antigua torre de uso mixto en el Centro de la Mujer y el Niño de Shenzhen, un proyecto modelo de revitalización que apoya los objetivos de carbono de China para 2030 y 2060, China.



HS-Architekten y MVRDV

▲ 35%

Según datos del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), el gasto energético medio anual por hogar en España es de aproximadamente 990 € (1). Implementar mejoras en la eficiencia energética puede reducir este gasto hasta un 35% (2)

▲ 4,8%

El valor de los inmuebles residenciales incrementa una media del 1,3% por cada mejora en la calificación energética (3). Este aumento es más pronunciado en las regiones del norte de España, donde una mejora de una letra en la calificación puede traducirse en un incremento del valor de hasta el 4,8% (4)

[Design direction]

● Apocalypse -ready

IMPRESIÓN 3D

La versatilidad de la impresión 3D permite diseños que no serían posibles con los métodos tradicionales. La gente podrá construir en espacios reducidos en entornos urbanos abarrotados y crear estructuras más resistentes para soportar condiciones climáticas y meteorológicas adversas.

CASE ➔ La start-up japonesa **Serendix** ha diseñado "una casa que se puede comprar por el precio de un coche", cuesta 5,5 millones de yenes (37.824 dólares) y se tarda 44 horas en construirla.

CASE ➔ La empresa de construcción canadiense **nidus3D** imprimió en 3D una casa de tres plantas y 8.740 metros cuadrados, revestida de ladrillo para conservar su aspecto tradicional.

CASE ➔ La **Universidad de Maine** (EE.UU.) ha impreso en 3D su BioHome3D totalmente reciclable a partir de serrín, que tiene un 30% menos de huella de carbono que una casa de construcción tradicional.



Serendix · Unidus3D · Universidad de Maine · Progreso X

[Design direction]

● Apocalypse -ready

DISEÑAR CON LO QUE HAY

Un nuevo enfoque de los materiales será primordial para aprovechar al máximo los recursos de que disponemos. La bioingeniería será un área importante en la que invertir para la investigación de materiales.

CASE ➤ La marca italiana **Natuzzi** ha estado invirtiendo en la aplicación de alternativas viables y sostenibles a la tapicería, desde una fibra de papel similar al lino hasta pieles flexibles sin cuero.

CASE ➤ **Geneus Biotech** pretende revolucionar la industria textil con Furoid, una piel sintética de biopolímero 100% compostable cultivada en laboratorio.

CASE ➤ La marca británica **Haeckels** ha puesto en marcha un programa local para reciclar los árboles de Navidad de los clientes y convertirlos en una vela llamada Your Tree (Tu árbol), y las sobras alimentarán la sauna de la tienda.



Natuzzi · Furoid · Haeckels

Apocalypse-ready

- 1 ➤ Estética y funcionalidad se fusionan con **soluciones que se integran perfectamente con las fachadas de los edificios** como paneles solares o materiales de construcción ecológicos. Esto ayudará a arquitectos y promotores a lograr un aspecto uniforme.
- 2 ➤ Simplificar la elección de los consumidores se traducirá en relaciones más duraderas. Por eso será importante conseguir **claridad en el diseño y facilidad de uso** tanto si es un producto de mobiliario como el diseño de un espacio.
- 3 ➤ Presentar **soluciones para diversas emergencias**, desde inundaciones y tornados hasta sequías e incendios forestales. Diseños flexibles y **fáciles de usar**. Desde kits de supervivencia a espacios que aseguren la seguridad total de una familia.

Trends

Homebody economy



Home-being



Apocalypse-ready



«Los compradores están adoptando una mentalidad de «lo atemporal por encima de lo moderno». En el futuro veremos un énfasis continuado en la compra de muebles con mayor intención y un movimiento hacia piezas atemporales por encima de las de moda. Un aspecto que impulsa este sentido de la intención y la inversión reflexiva en muebles verdaderamente bien hechos y excelentemente diseñados es el hecho de que las opciones personalizadas son más accesibles que nunca».

Kathy Kuo,
CEO en Kathy Kuo Design. Declaraciones a Business of Home

TRENDS CLUB
by ambit⁺

ambitcluster.org/es/trendsclub

¡Únete!
➔ [linkedin.com/groups/12336323](https://www.linkedin.com/groups/12336323)

