

A woman wearing a dark hat and a grey cardigan stands by a large window, looking out at a brick wall. The room is modern and minimalist, with a wooden desk, a black office chair, and various plants. The lighting is soft and natural, coming from the window. The overall atmosphere is calm and contemporary.

# HOGAR Z

La vivienda del futuro  
de la generación Z  
en España



silestone  
institute



# HOGAR Z

La vivienda del futuro  
de la generación Z  
en España

# ÍNDICE

## **Introducción**

Pilar Martínez-Cosentino

pág. 06

## **Prólogo**

Marta Peris / José Toral

pág. 08

## **Radiografía de la generación Z**

pág. 12

## **Definición del Hogar Z**

pág. 16

1. Tipología y propiedad

pág. 18

2. Estilo y diseño

pág. 28

3. Integración de la tecnología

pág. 36

4. Visión sostenible

pág. 42

5. El espacio de la cocina

pág. 50

## **Conclusiones**

pág. 56

## **Metodología**

pág. 60

## **Instituto Silestone, una iniciativa de Grupo Cosentino**

pág. 66

## **Agradecimientos**

pág. 68



# Introducción



**Pilar Martínez-Cosentino**

Presidenta de Instituto Silestone

**“Con este estudio, el Instituto Silestone refuerza su vocación de investigación y divulgación, iniciada con los informes Global Kitchen. En esta ocasión, preguntamos directamente a los integrantes de la generación Z cómo imaginan su vivienda del futuro.”**

**C**omo muchos de ustedes ya conocerán, el Instituto Silestone apostó en 2021 por ampliar su ámbito de actuación de la cocina al espacio completo del hogar. El estudio que presentamos en esta ocasión resulta un excelente ejemplo de los argumentos de esta evolución...

Desde 2007, el Instituto ha desarrollado una intensa tarea de investigación y divulgación de conocimiento sobre el ámbito de la cocina, tanto profesional como doméstica. Los trabajos desarrollados en este periodo anticiparon una serie de tendencias que la pandemia de COVID-19 acabó acelerando: la consolidación del teletrabajo y, con ello, el debate sobre la conciliación entre vida personal y profesional (y sus respectivos espacios físicos); la flexibilización de los usos de cada estancia del hogar; la necesidad de contar con espacios abiertos al exterior; e, incluso, el surgimiento de nuevos modelos colectivos de convivencia.

El debate sobre la función de la cocina doméstica quedó, en cierto modo, obsoleto. Aun manteniendo ese espacio central –el “corazón del hogar”–, era necesario ampliar la mira al conjunto de la vivienda: la cocina existe y se construye como parte de un todo cada vez más líquido y volátil, que precisa de una aproximación más integral.

Este estudio responde a la perfección a esta mirada hacia adelante. Preguntamos a los integrantes de la generación Z cómo imaginan su vivienda del futuro. Algunas respuestas sorprenden por conservadoras –más de lo que pudiéramos imaginar–; otras, nos reconfortan porque aportan esa mirada fresca y sostenible que necesitamos para seguir avanzando.

Como en estudios anteriores, complementamos la encuesta con la consulta a una docena de expertos de ámbitos muy diversos, que aportan la opinión especialista sobre la vivienda del futuro. Y, como novedad, añadimos la visión de una selección de *influencers*, que hoy juegan un rol clave en la definición de tendencias.

De todo ello resulta una investigación apasionante, repleta de matices y con el mismo rigor que ha caracterizado a todos los trabajos del Instituto Silestone hasta la fecha. Espero que les resulte interesante.



elin

# Prólogo

## HABITAR LO DIFUSO



### Marta Peris / José Toral

Arquitectos. Cofundadores del estudio Peris +Torral Arquitectes, con despacho en Barcelona. Especialistas en el análisis de los ámbitos de la vivienda pública colectiva y el espacio urbano, bajo una línea de pensamiento que sitúa al individuo como centro de la acción y al arquitecto como agente social.

Plantearse cómo serán los futuros hogares de los jóvenes de hoy no es una reflexión abstracta sobre la casa del futuro, es una pregunta concreta que gira en torno a un futuro habitante que ya está entre nosotros: el joven de la generación Z, con el que compartimos el mundo, pero que ha nacido en un entorno digital que inevitablemente afectará a su manera de habitar. Cabe desplazar la atención del objeto al sujeto —es decir, de la casa al habitante— para enfocar tres rasgos diferenciales de esta generación que pueden afectar a la futura configuración de la casa: la idea de intimidad, la manera de comunicarse y una conciencia más sostenible.

Mientras que muchos jóvenes *millennials* no parecían tener instintos de protección de la privacidad en las redes sociales, los *centennials* ya tienen cierta perspectiva sobre sus efectos y consecuencias, y son más cautos al visibilizar su intimidad. Y esto no solo afecta a su yo virtual sino que en el mundo real son conscientes de una exposición social que influye en su comportamiento. Tanto es así que pueden desarrollar una cierta inseguridad en el espacio público, conscientes de que en cualquier momento pueden ser grabados en falso. Así, la casa recupera su cualidad de refugio, no tanto ante las inclemencias meteorológicas sino ante esa exposición social. El efecto de las redes sociales devuelve a esta generación la conciencia y la necesidad de preservación de la intimidad, un concepto que empieza a aparecer en el siglo XVII y evoluciona progresivamente con la sociedad, influyendo directamente sobre la casa. Basta echar la vista atrás para analizar cómo la casa es el resultado de la conquista de la privacidad: de la gran habitación pública y compartida de la Edad Media al modelo de habitaciones conectadas, y la aparición del pasillo y la habitación individual.

Asistimos con inquietud a un creciente desdoblamiento de nuestro yo, entre el yo real y el yo virtual, que tal vez transforme nuestra idea de intimidad.

Así, la habitación física ya no es el lugar donde guardamos nuestros secretos y las cosas que no queremos compartir. Los dispositivos tecnológicos han acaparado mayoritariamente ese espacio de intimidad. La intimidad de la persona que antes asociábamos a la sólida privacidad de la habitación parece ahora más líquida al acotarse a las inmediaciones del cuerpo, dentro de ese ámbito de la distancia personal que abarcan nuestros brazos; ya sea para acceder a nuestro ordenador personal o para sostener nuestro móvil en las manos. Tal vez entonces se desplace el recelo de intimidad del espacio físico al virtual y, aunque conservemos cierto vínculo con la habitación propia, esta deje de ser ese lugar de independencia e individualidad.

Por otro lado, el avance de las nuevas tecnologías provoca también cambios continuos en la manera de comunicarse, especialmente entre las nuevas generaciones; mientras los *millennials* recurren principalmente a mensajes de texto o voz, los *centennials* utilizan vídeos o películas. Las redes sociales integran filtros de realidad aumentada que fomentan la inmersión en escenarios en los que elementos reales y virtuales interactúan en tiempo real y en tres dimensiones, integrándose en el entorno real y superponiendo una capa de información digital que reconfigura el espacio inmediato. Aparece aquí probablemente otra forma de apropiación del espacio, que ya no recae exclusivamente en los objetos que nos rodean y que adquieren un valor simbólico en el proceso de habitar, sino que se desplaza de la posesión a la experiencia. La casa no solo se ocupa con los objetos reales que representan los valores de quienes ahí moran, sino que también se comporta como un escenario que ofrece y acumula experiencias.

Si las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se fundamentan en el lenguaje audiovisual y aceptamos que el lenguaje condiciona nuestra percepción del mundo, se podría afirmar que la tecnología configura un nuevo modo de entender la realidad. Los vídeos que los

**“Las redes sociales integran filtros de realidad aumentada que fomentan la inmersión en escenarios en los que elementos reales y virtuales interactúan en tiempo real y en tres dimensiones. (...) La casa también se comporta como un escenario que ofrece y acumula experiencias.”**

*centennials* suben a Tik Tok son píldoras de 15 segundos en las que recurren al montaje para sintetizar su mensaje. El flujo de imágenes audiovisuales construye una mirada secuencial en el habitante de la generación Z que afecta a su percepción del espacio habitable. De hecho, la arquitectura ya ha incorporado históricamente la mirada secuencial, ya sea con el concepto de *marche* que llevó a una configuración de *enfilade* de habitaciones comunicantes alineadas según ejes visuales o con la *promenade architecturale*. Según Beatriz Colomina, aludiendo a la Villa Savoye: «La casa no es más que una serie de vistas con las que el visitante establece una coreografía del mismo modo que un director de cine efectúa el montaje de una película» (Colomina 2010, p. 201).

Un logro técnico como el *travelling* permitió, por ejemplo, otro tipo de montaje invisible y una nueva manera de hacer cine mediante el plano secuencia: una toma larga y continua en la que los movimientos de cámara enlazan entre sí a los personajes, los objetos y el marco espacial. Basta recordar la *enfilade* de *La soga*, que permitió a Hitchcock presentar la película como un solo plano secuencia. De manera análoga, sería coherente que si el lenguaje audiovisual y la mirada secuencial de la generación Z afecta a su percepción de la casa, también precise de una configuración espacial diferente. Desde este punto de vista, no sería descabellado pensar que la casa elimine primero los pasillos y luego reduzca su compartimentación. Evolucionaría así hacia un único espacio de más altura como un escenario que, a modo de plató, permita incorporar las realidades mixtas, ya sea la realidad aumentada o la virtual, en caso de que triunfe el metaverso.

La era digital, con el desarrollo de las nuevas tecnologías y la ubicuidad de los procesos, ha polarizado dos perfiles contrapuestos de jóvenes hiperconectados —el “habitante” y el “nómada digital” (De Molina y Valero, 2020)—, pues tanto aumenta la posibilidad de la permanencia y el trabajo del individuo en el espacio doméstico como la opción de trabajar desde cualquier lugar del mundo como *freelance* de alto nivel cultural y sin obligaciones familiares. Mientras el habitante digital arraiga y construye vínculos con su entorno, el nómada digital entiende la vivienda como un servicio global. Si los *millennials* se encontraron con este doble escenario, la crisis energética y la conciencia medioambiental podría decantar a los *centennials* hacia la figura del habitante digital que reduce la movilidad para vivir y trabajar en un entorno colaborativo que optimiza los recursos. Se trata de una generación

“La crisis energética y la conciencia medioambiental podría decantar a los *centennials* hacia la figura del habitante digital, que reduce la movilidad para vivir y trabajar en un entorno colaborativo que optimiza los recursos.”

capaz de renunciar a parte del espacio privativo para ganar espacios colectivos compartidos y productivos. Compartir será la clave para tener acceso a una vida sostenible y responsable con el medio ambiente.

Para concluir, una casa coherente con esta generación —con menos requerimientos de privacidad física, otra forma de apropiarse del espacio y dispuesta a compartir— podría invertir el proceso histórico y recobrar su condición pública. O, más bien, reversible: tanto pública como privada, en un solo clic, a gusto del habitante (*prosumer*), que consume y produce contenidos digitales a través de esa extensión del cuerpo que es el *smartphone* y de esa ventana abierta que es internet. Una vuelta a la habitación única que acumula todo el espacio privativo disponible para gozar de la máxima espacialidad. Una habitación sin nombre, que renueva las funciones a lo largo del día, intensificándose el acto de habitar en un mismo espacio, neutro, poco amueblado y con pocas pertenencias. Una habitación expansiva capaz de incorporar el baño como estancia del bienestar e integrar también la regeneración, porosa o transparente, llena de plantas que aprovechen la humedad propia de este espacio intermedio, que atesora y venera el agua y nos reconecta con la naturaleza. Mientras, la cocina, espacio por excelencia de la sociabilidad, seguirá siendo el corazón de la casa pero se desplazará de la unidad privativa al entorno comunitario, reduciendo su impacto ambiental: con menos electrodomésticos y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos por habitante, en esa conciencia de interdependencia medioambiental que caracteriza a sus moradores. Y si la cocina se comparte, ¿dónde acaba la casa?

**“La cocina, espacio por excelencia de la sociabilidad, seguirá siendo el corazón de la casa. Sin embargo, se desplazará de la unidad privativa al entorno comunitario, reduciendo su impacto ambiental.”**

**Discontinua, expansiva, porosa, indeterminada y reversible. Así imaginamos la casa difusa de la generación Z.**

---

Colomina, B. Privacidad y publicidad. «La arquitectura moderna como medio de comunicación de masas». Murcia: CENDEAC, 2010.

De Molina, L. y Valero, E. «Habitación en la era digital. Modelos colaborativos y su respuesta en tiempos de crisis» Rita, nº14, noviembre 2020, p. 94-101.

# Radiografía de la generación Z

¿Cómo es, cómo habla, en qué sueña?

Aunque no existe una definición oficial, se habla generalmente de “generación Z” o “*centennials*” para referirse a las personas nacidas entre 1995 y 2010. La gran diferencia respecto a la generación anterior es su relación con la tecnología: han nacido en un mundo ya plenamente digital, lo que condiciona su forma de aprender, trabajar, relacionarse, comprar, etc. Este mundo interconectado marca, en gran medida, el perfil *centennial*. Descubramos brevemente qué caracteriza a la generación a la que hemos preguntado sobre el “Hogar Z”.

# 1

## 100% nativos digitales

Nacieron con un móvil y una tablet bajo el brazo. Según los expertos, usan diariamente hasta cinco dispositivos.

Consideran el uso de la tecnología una virtud y el entorno digital es su espacio prioritario de comunicación (*social networking*).

Viven y manejan la tecnología a la perfección, logrando el equilibrio con su propia definición de “relaciones analógicas”.

El móvil es su “tercer brazo”: un 76% de los encuestados ha respondido a las preguntas de este informe a través de este dispositivo.

### LA EXPRESIÓN Z

## CRUSH

= AMOR PLATÓNICO

Se refiere principalmente a las relaciones amorosas, como aquella persona deseada pero inalcanzable. Muy vinculado a las relaciones virtuales que se establecen en redes sociales.



# 2

## Resilientes (casi) por obligación

Son amigos de lo diferente: una generación fluida, comprometida y con muchas ganas y emoción de abarcar proyectos nuevos.

Viven en un mundo en constante cambio, azotado por sucesivas crisis económicas y con grandes retos por delante (la gestión de la globalidad, el cambio climático...).

Apuestan por el emprendimiento y la independencia a la hora de aprender por cuenta propia, intentando convertir su dominio de la tecnología en ventaja competitiva.

Son resilientes por obligación: deben aprender a lidiar con el elevado paro juvenil, los sueldos estancados, las escasas oportunidades de un mercado laboral en reconstrucción...

### LA EXPRESIÓN Z

## HYPE

= EMOCIONARSE MUCHO POR ALGO

Como muchas expresiones *centennials*, proviene de los *e-sports* y los videojuegos. Básicamente, se refiere a una gran emoción con lo que se está haciendo. Puede aplicarse en cualquier ámbito vital.



# 3

## Confían más en las personas y menos en las empresas

Tras la crisis financiera de 2008 y el impacto de la pandemia de COVID-19, se sienten decepcionados por las grandes corporaciones y su simbolismo del sistema capitalista.

Se atreven a dudar de las multinacionales, a pedirles explicaciones y a exigirles un comportamiento más ético, sostenible, etc.

Se dejan llevar más por las aptitudes y los *soft skills* que por los currículums que marcaron a la generación anterior.

Evitan las etiquetas, porque su postura ante la vida parte de la neutralidad para fijar su propio rumbo. De ahí que los listados de las personalidades con mayor influencia estén repletos de menores de 30 años con actividades ligadas a lo digital (*gamers, youtubers, instagramers, etc.*).

### LA EXPRESIÓN Z

**DIY (DO IT YOURSELF)**  
= HAZLO POR TI MISMO

Aunque heredada de la generación anterior, alcanza su máxima expresión en unos *centennials* en permanente búsqueda de proyectos que hablen de ellos mismos y por ellos mismos.



# 4

## La dictadura de la inmediatez y el hedonismo

Como consecuencia del acceso directo y continuo a la información y la comunicación, exigen rapidez y facilidad al mundo que les rodea y en cualquier situación de su vida.

En contrapartida, son un grupo más impaciente ante las metas a medio y largo plazo, con una autoexigencia elevada –a menudo, excesiva– que puede llevar a problemas de ansiedad y similares.

Las crisis, la inestabilidad y la incertidumbre sobre su futuro también los han hecho más “disfrutones” que nadie.

### LA EXPRESIÓN Z

**SITUACIÓN LIT**  
= MOMENTO PERFECTO

Hijos de continuas crisis económicas y sociales, están acostumbrados a ejercitar el *carpe diem*: un aquí y ahora definido por ellos mismos, hasta alcanzar su situación ideal.



## La generación del compromiso

# 5

El medio ambiente, los roles de género, la diversidad sexual y racial, las injusticias sociales... Los *centennials* son, en general, una generación mucho más comprometida con los derechos individuales y colectivos.

Exigen un mundo más sostenible, más justo, más igualitario... Y, de nuevo, saben aprovechar al máximo las herramientas digitales a su disposición para difundir su mensaje.

### LA EXPRESIÓN Z

#### BOUJEE

= ALTA CALIDAD

Un concepto que entronca con cómo se relacionan con el mundo. Los *centennials* buscan una vida “digna” y “de calidad”, dos conceptos a los que han dado un nuevo significado.



## Regreso al disfrute de la comida

# 6

Como en muchos otros ámbitos de su vida, combinan sin problemas el consumismo (comida rápida) con el gusto por lo *premium* (si la cartera lo permite).

Valoran la frescura, la proximidad y la autenticidad, en línea con la militancia en el desarrollo sostenible y el km. 0. Ser vegetariano, vegano, flexiteriano... ha dejado de ser la excepción.

Son conscientes de que la comida es parte de la cultura y medio de expresión personal, como demuestran los millones de fotografías y vídeos de platos y recetas que comparten en redes sociales.

Valoran el momento de la comida (almuerzo, *brunch*, merienda, cena...) como espacio de relación y experiencia (individual o colectiva).

### LA EXPRESIÓN Z

#### REAL FOOD

= ALIMENTOS POCO PROCESADOS

Más que una expresión, es un movimiento desarrollado principalmente por la demanda de la generación Z de alimentos lo más naturales posible. Su fuerza ha llevado a que grandes marcas de *fast food* los introduzcan (poco a poco) en su oferta.



# Definición del Hogar Z

**E**n las siguientes páginas se define el hogar deseado de la generación Z (lo que hemos llamado el “Hogar Z”), a partir de la opinión de los propios jóvenes sobre aspectos como el modelo de propiedad, la configuración de la vivienda, el estilo de diseño, el papel de la tecnología y el valor de la sostenibilidad, además de una mirada específica a la función de la cocina. La valoración de los jóvenes se completa con apuntes de expertos de especialidades muy variadas (arquitectos, diseñadores, sociólogos, antropólogos, economistas, chefs...) y con la mirada fresca, en forma de imágenes, de una selección de *influencers*.



# 1. Tipología y propiedad

La tipología y configuración del hogar es una cuestión en pleno debate tras los meses de confinamiento durante la pandemia. Una de las consecuencias directas de esta situación fue el replanteamiento de muchas familias sobre los usos de las distintas estancias del hogar o, directamente, sobre la configuración de la propia vivienda. Sin duda, el encierro forzado condiciona la visión de los jóvenes de la Generación Z sobre su vivienda del futuro. ¿Optarán por una visión idílica o realista? ¿Tendrán en cuenta la compleja situación económica a la que aparentemente deberán enfrentarse? Estas mismas preguntas aparecen al hablar sobre el modelo de propiedad. ¿Huirán de la cultura de compra que define históricamente a la sociedad española?

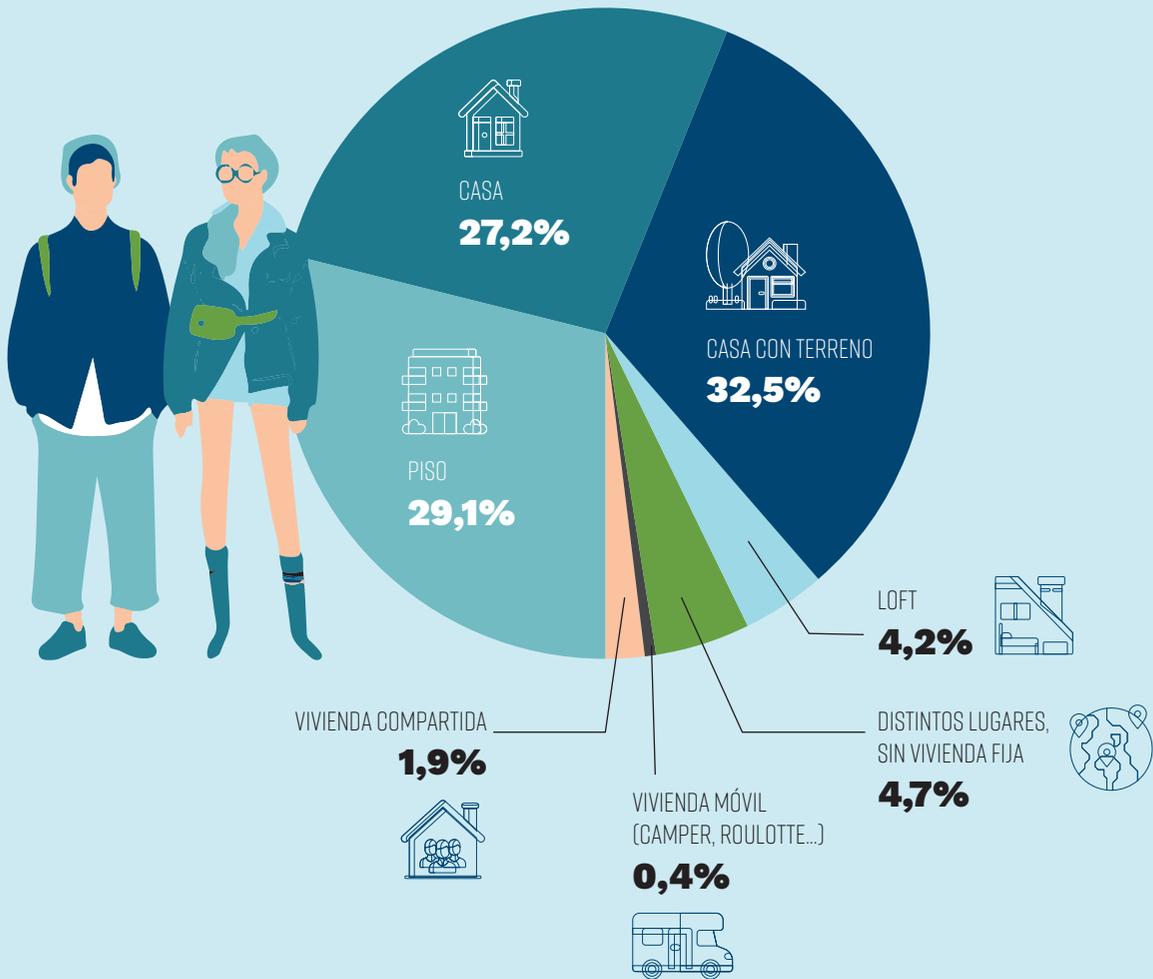
La visión sobre la tipología de vivienda que plantea este capítulo se completa con una reflexión sobre el futuro del *coliving*, un modelo de convivencia que hasta la fecha se sitúa más en el ámbito de la experimentación que de la realidad. Los expertos dan su opinión sobre si será, o no, una alternativa real de futuro.

## ¿En qué tipo de vivienda se imagina viviendo en el futuro?

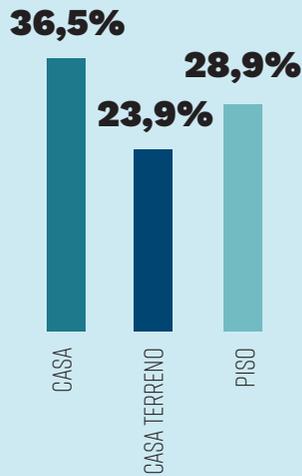
Pese a la complicada situación económica que viven en la actualidad y las dudas sobre su futuro, la encuesta a jóvenes de 18 a 25 años muestra una generación ambiciosa, que no renuncia a una vivienda con los más altos estándares de confort y bienestar. Así, en la pregunta sobre qué tipología de vivienda imaginan que vivirán en el futuro, la opción más repetida es “casa con terreno” (32,5%), seguida de “piso” (29,1%) y casa (27,2%). Con menos de un 5% de respuestas se sitúan el resto de las opciones, incluyendo las opciones que pueden considerarse más novedosas, como la ausencia de vivienda fija (4,7%) o la vivienda compartida (1,9%).

En esta cuestión, no se observan diferencias significativas por sexo, con porcentajes muy similares entre hombres y mujeres. Por zonas geográficas, sí hay variaciones importantes en función del lugar de residencia actual de los jóvenes. Así, los residentes en las áreas metropolitanas de Barcelona y Madrid eligen la opción del piso en primera opción, con porcentajes ligeramente superiores al 40%, aunque mantienen la casa con terreno como segunda preferencia. Destacan también los resultados de Andalucía, única región en el que la casa aparece en el primer lugar (36,5%), por delante del piso (28,9%) y la casa con terreno (23,9%).

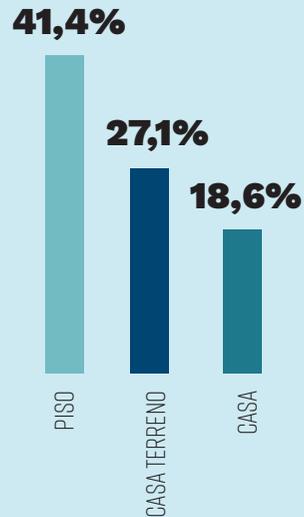
En esta cuestión, no se observan diferencias significativas por sexo, con porcentajes muy similares entre hombres y mujeres. Por zonas geográficas, los habitantes en grandes áreas metropolitanas eligen los pisos como primera opción.



**ANDALUCÍA**



**BARCELONA**  
(ÁREA METROPOLITANA)



**MADRID**  
(ÁREA METROPOLITANA)



## ¿Cómo espera que sea la distribución de su vivienda?

A la hora de imaginar la distribución de su futuro hogar, la encuesta recoge la creciente tendencia del mercado a ofrecer viviendas polivalentes, que permitan diferentes combinaciones de ambientes. Así, un 36,1% de jóvenes ya se decantan por esta opción, ya sea dentro de una vivienda modular (28,6%) o en una vivienda tipo loft o estudio (7,5%). Pese a ello, la opción mayoritaria sigue siendo la distribución que podría considerarse “tradicional”, con una clara delimitación entre zonas comunes y habitaciones (63,4%).

Por sexos, las mujeres se muestran más conservadoras; optan de forma más clara por la vivienda tradicional (66,1% frente al 60,6% de los hombres) y también son menos partidarias de la opción de loft o estudio (5,8% frente al 9,3% de los hombres). Las regiones del norte de España son las que se muestran más abiertas a un hogar polivalente (32,7% en Noreste / Catalunya y Baleares, 32% en Noroeste y 29,2% en Norte-Centro), mientras que la zona Centro es la que más se decanta por la distribución tradicional (74,7%). En las dos grandes áreas metropolitanas, destacan las diferencias en la opción de loft y estudio, citada por un 12% de los jóvenes de Barcelona y solo un 2% de los de Madrid.

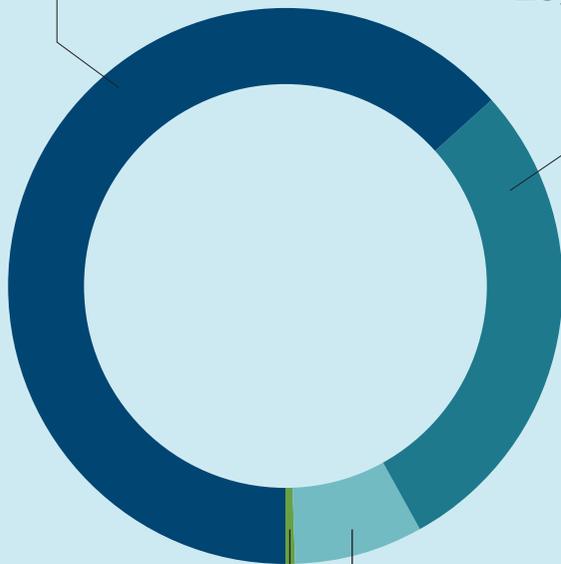
La opción mayoritaria sigue siendo la distribución que podría considerarse “tradicional”, con una clara delimitación entre zonas comunes y habitaciones **(63,4%)**.

UN LUGAR CON ZONAS COMUNES Y ESPACIOS SEPARADOS, CADA UNO PARA SU PROPIO USO

**63,4%**

UN HOGAR CON AMBIENTES POLIVALENTES, CON LA POSIBILIDAD DE CREAR DISTINTAS COMBINACIONES

**28,6%**



OTRO TIPO DE DISTRIBUCIÓN

**0,5%**

UN MISMO ESPACIO, TIPO LOFT O ESTUDIO

**7,5%**



### “La jerarquización de estancias limita la flexibilidad”

“El hecho de que una vivienda disponga de espacios separados no la convierte en una vivienda tradicional, sino que es la jerarquización de las estancias lo que impide que nuevas estructuras familiares puedan habitar cómodamente en estas viviendas. El loft puede dar respuesta a un sector de la sociedad: personas que viven individualmente o en pareja. Sin embargo, las viviendas que ofrezcan ambientes polivalentes podrán adaptarse mejor al intercambio de sus habitantes y al paso de los años, incluso pudiendo llegar a crecer o decrecer en función de las necesidades de los usuarios.”

*Marta Benedicto, arquitecta de Cierto Estudio*



“Los jóvenes tienen la idea de libertad muy clara y, por tanto, apostarán por una vivienda muy versátil y adaptativa, donde los espacios se puedan cambiar periódicamente o bastante constantemente. Ese modelo de vivienda, mucho más abierto, es el futuro.”

*Josep Manel Marrasé, sociólogo experto en educación*

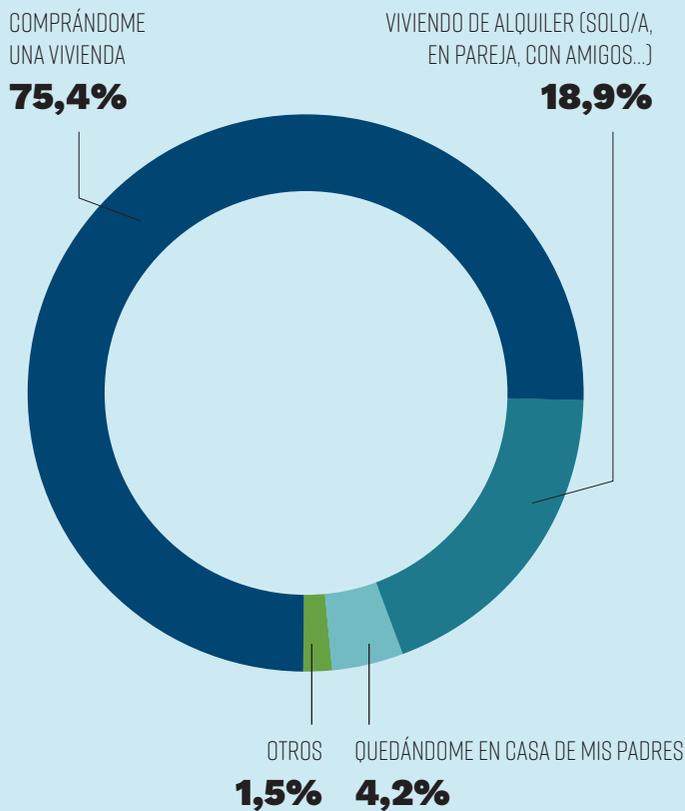
## Compra o alquiler, ¿cómo cree que vivirá?

La misma ambición demostrada en la respuesta sobre la tipología de vivienda se repite al preguntar a los jóvenes sobre si se imaginan viviendo en un hogar de propiedad o de alquiler. Sus respuestas revelan la continuidad de la “cultura de la compra” en España. El dato es arrollador: un 75,4% de los jóvenes encuestados se ve comprando una vivienda a futuro y solo un 18,9% apuesta por el alquiler. A mucha distancia aparecen los jóvenes que se imaginan viviendo con sus padres (4,2%).

Tampoco se observan diferencias importantes en las respuestas por sexo, aunque sí destaca la mayor firmeza de las mujeres a la hora de elegir la compra (76,8% frente al 74% de los hombres) y su menor predisposición a seguir en casa de los padres (3,4% frente al 5,2% de los hombres). Por regiones, la opción de compra es la primera para los jóvenes de todo el país, con el área metropolitana de Madrid (83,8%) y Andalucía (80,5%) con porcentajes más elevados. La región que presenta unos datos más diferenciados es Islas Canarias, con menor diferencia entre compra (58,3%) y alquiler (27,8%), así como el mayor porcentaje en la opción de vivir en casa de los padres (11,1%).

Se revela la continuidad de la “cultura de la compra” en España frente al alquiler. El dato es arrollador: un **75,4%** de los jóvenes encuestados se ve comprando una vivienda a futuro y solo un **18,9%** apuesta por el alquiler.





## Loft y alquiler, un binomio diferencial

La cultura del alquiler es especialmente relevante entre los jóvenes que se imaginan viviendo en un loft: este colectivo es el que presenta mayor tendencia al alquiler (38,2%, casi 20 puntos porcentuales por encima de la media), aunque la compra se mantiene como primera opción (58,8%). Por el contrario, los jóvenes que se imaginan viviendo en una casa o en una casa con terreno son los más reacios al alquiler, con un 11,5% y un 9,2%, respectivamente.



“Las personas jóvenes encuentran muchas trabas para acceder a una vivienda: desde el elevado coste del alquiler y/o compra a la necesidad de ayudas estatales y su reducido poder adquisitivo. Todos estos factores les impiden poder emanciparse de manera individual.”

*Marta Benedicto, arquitecta de Cierto Estudio*



“No vivimos una crisis generacional. Sin duda, una parte de la generación tendrá problemas, pero otra parte muy significativa encontrará trabajos y se construirá casas.”

*Enrique Dans, profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School*



## ¿Será el 'coliving' una alternativa real?

Como hemos visto y a pesar de las perspectivas económicas, los resultados de la encuesta muestran unos jóvenes muy ambiciosos al imaginar sus hogares del futuro: viviendas de propiedad, con una sorprendente mayoría que opta por casas con terreno. A tenor de sus respuestas, solo un porcentaje mínimo de jóvenes contempla la opción de compartir vivienda, pero los expertos apuntan al *coliving* como un modo de vida a tener en cuenta.



### “El futuro pasa por un 'coliving' progresivo”

“La vivienda social será muy importante: nuevos espacios compartidos con actividades comunes y cooperativas. El futuro pasa por un 'coliving' progresivo. El impulso colaborativo incidirá en la potenciación del ámbito rural y en la ruralización de la ciudad.”

*Marisa Santamaría, experta en diseño*



### “Cada vez es más complicado independizarse”

“La vivienda cada vez está más cara y los sueldos se mantienen, por lo que cada vez es más complicado independizarse en unas condiciones dignas. No obstante, como en todo, nos adaptamos a esta nueva situación y compartir piso pasa de ser un modo de vida típico de los años universitarios a algo cool y divertido.”

*Claudia Rodríguez, directora de Pepita de Oliva*



### “Se consolida la necesidad de compartir vivienda”

“Resulta altamente difícil hacer previsiones sobre el futuro porque los marcos de convivencia están cambiando y van a seguir haciéndolo. Todo parece indicar que la necesidad de compartir vivienda más allá de lo deseado, u optar por vivir en espacios que se acercan a la infravivienda, se está consolidando.”

*Pedro Tomé, antropólogo*





# 2.

## Estilo y Diseño

La tipología, configuración y propiedad de la vivienda han mostrado un posicionamiento todavía conservador de los jóvenes de la generación Z; quizás, por ser elementos de gran calado que parecen poco abiertos a la innovación. ¿Se mostrarán más receptivos a las tendencias actuales de estilo y diseño de la vivienda? Sin duda, las nuevas generaciones tienen hoy acceso a un abanico mucho más amplio de estilos de diseño y, lo que resulta todavía más determinante, a precios más asequibles. ¿Cuál será su opción preferida entre las múltiples posibilidades actuales?

Frente a una mayor libertad de estilo, surge un nuevo condicionante a la hora de definir la esencia de un hogar: la conciliación entre vida familiar y profesional, en una época en la que ambos ámbitos se cruzan inevitablemente. Se trata, sin duda, de una cuestión muy personal, que depende de factores muy diversos y que abre un sinfín de combinaciones posibles..

## ¿Qué estilo de vivienda visualiza para su hogar del futuro?

Expertos y jóvenes coinciden en elegir el estilo minimalista como la tendencia principal de su vivienda del futuro: un hogar sin demasiados accesorios ni colores estridentes. Según los resultados de la encuesta, es la opción favorita para un 41,4% de los jóvenes. Con un porcentaje muy inferior aparecen el estilo clásico/tradicional (15%), la vivienda rústica (13%) y la profesional (11,7%). Las opciones menos citadas son el estilo industrial/loft (7,7%) y el retro-vintage (7,2%).

En esta cuestión, sí se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres: ambos sitúan a la vivienda minimalista en primer lugar, pero con porcentajes muy distintos (36,3% en los hombres y 46,2% en las mujeres). A continuación, las mujeres prefieren el clásico/tradicional (15,5%) y el rústico (15%), mientras que la segunda opción de los hombres es el profesional (16%), por delante del clásico/tradicional (14,4%).

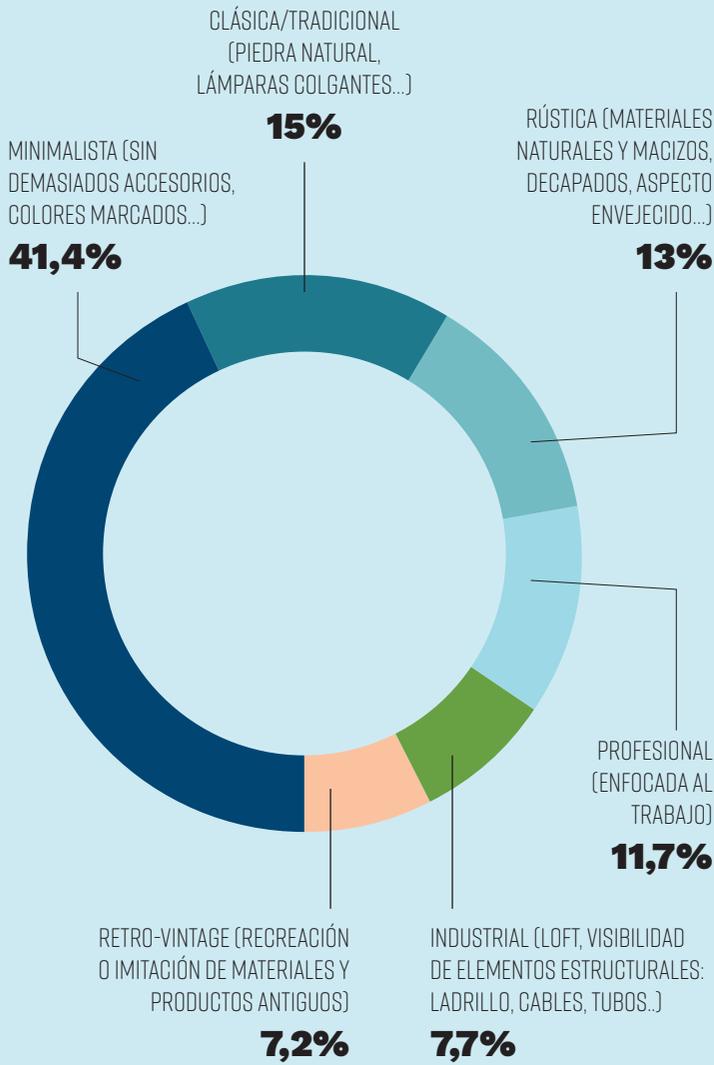
**Expertos y jóvenes coinciden en elegir el estilo minimalista como la tendencia principal de su vivienda del futuro: un hogar sin demasiados accesorios ni colores estridentes.**



### “Veremos ‘revivals’ o refritos de estilos de vivienda”

“Espero que la tendencia que sigan las viviendas del futuro no tenga un nombre. Veremos *revivals* o refritos de estilos, como el minimalismo más radical que se empleó a fondo en los años noventa –esta vez, con elementos de raíz local (referencias próximas y uso de materiales autóctonos)–, en contraposición a los estilos más recargados que hemos ido practicando en la última década.”

**Aureli Mora, arquitecto**



**HOMBRES**

MINIMALISTA	36,3%
PROFESIONAL	16%
CLÁSICO/TRADICIONAL	14,4%
INDUSTRIAL	11,6%
RÚSTICO	10,8%
RETRO-VINTAGE	7,2%



**MUJERES**

MINIMALISTA	46,2%
CLÁSICO/TRADICIONAL	15,5%
RÚSTICO	15%
PROFESIONAL	7,7%
RETRO-VINTAGE	7,3%
INDUSTRIAL	4,1%

**El hogar de l@s influencers**

**Hogar simple, claro y luminoso**

@barnachic

<https://www.instagram.com/p/CbPovOEIuax/?hl=es>

32 años

Barcelona



**Entre lo tradicional y lo minimal**

@carlotaweber

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18067420948241619/?hl=es>

27 años

Madrid



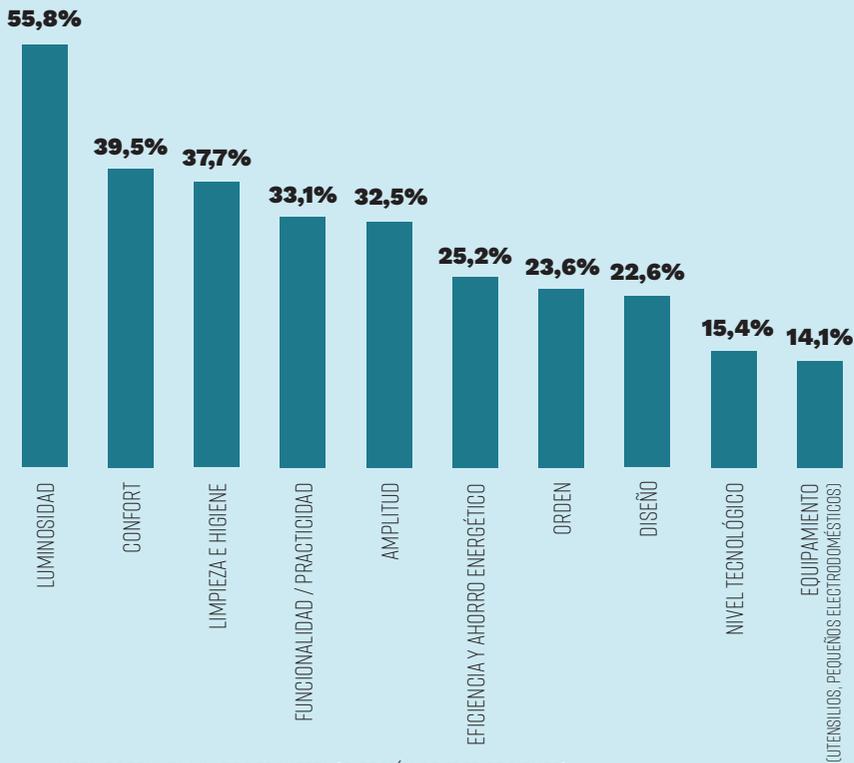
## ¿A qué elementos dará más importancia en el hogar?

Luminoso, confortable y limpio. Así imaginan los *centennials* su hogar del futuro cuando se les cuestiona sobre los elementos a los que darán más importancia en la planificación de su vivienda (pregunta multirrespuesta). La luminosidad aparece como la opción más citada (55,8% de respuestas), por delante del confort (39,5%) y la limpieza e higiene (37,7%). Destaca la baja posición de elementos tradicionalmente vinculados a la generación Z, como el diseño (22,6%) o el equipamiento tecnológico (15,4%).

De nuevo, se observan diferencias significativas entre sexos. Así, aunque ambos lo sitúan como el elemento prioritario, las mujeres dan mucha más importancia a la luminosidad (66,1% de respuestas, frente al 44,8% de los hombres). Otro elemento discordante es el nivel tecnológico, citado por solo un 6,5% de las mujeres frente al 24,7% de los hombres.

La luminosidad aparece como el elemento más relevante para los jóvenes (55,8% de respuestas), por delante del confort (39,5%) y la limpieza e higiene (37,7%), aunque se observan diferencias significativas entre sexos.





NOTA: PREGUNTA MULTIRRESPUESTA (ELECCIÓN DE TRES OPCIONES).

## La apertura al exterior, imprescindible

En coherencia con la relevancia que los jóvenes dan a la luminosidad, la gran mayoría de la generación Z (más del 75%) también considera vital que su vivienda del futuro disponga de un espacio exterior, ya sea una terraza grande o un jardín. El 25% restante se conforma con un pequeño balcón o no da importancia a esta cuestión.



## "Los hogares serán móviles y cambiantes"

"El diseño de la vivienda será fundamental para los jóvenes de la generación Z. Los hogares ya son móviles y cambiantes, y lo serán todavía más, con un mobiliario modular, con ruedas, asas y facilidad de transporte, con varias funciones integradas. Un hogar que pueda variar de actividad en diferentes momentos del día y del año. Cuanto menos espacio, mayor diseño."

*Marisa Santamaría, experta en diseño*



"Diseño, funcionalidad, confort, luminosidad... Son criterios atemporales que cualquiera debe tener en cuenta en el pasado, en el presente y en el futuro. A estos criterios hay que añadir, hoy más que nunca, elementos como la adaptabilidad –a los cambios de uso diarios o a lo largo de los años– o el máximo rendimiento energético. En este sentido, creo más en la 'ciudad de los 15 minutos' que en la vivienda de las 24 horas; esa en la que se realizan todas las actividades diarias de una persona. Otra cosa es que cada vez tengamos viviendas con espacios más dignos como para ser polivalentes."

*Aureli Mora, arquitecto*

## La fusión entre el espacio personal y el espacio profesional

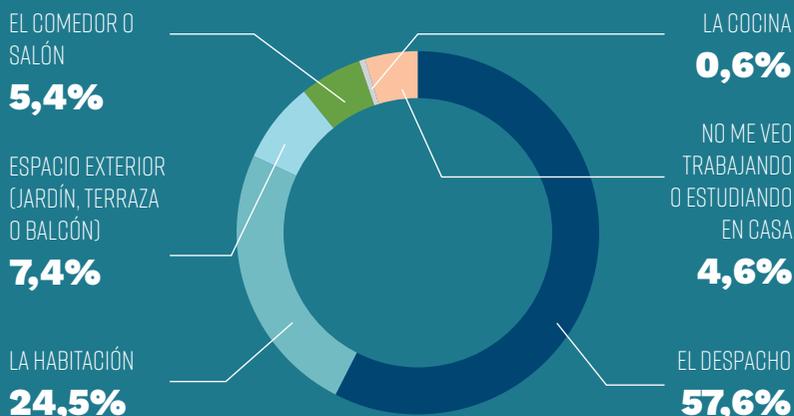
La pandemia de coronavirus intensificó el debate sobre una de las tendencias clave en la vida cotidiana: la mejora de la conciliación entre vida personal y profesional (trabajo o estudios). Es un debate profundo y con enfoques muy diversos, desde el rol del teletrabajo a uno de los puntos clave de este informe: ¿cómo conviven en la vivienda los espacios físicos de trabajo y vida familiar?

A pesar de la tendencia a contar con viviendas más flexibles y adaptables, los jóvenes prefieren mayoritariamente contar con un espacio dedicado específicamente a trabajar o estudiar: un 57,6% elige el despacho como la *habitación* idónea para el ámbito profesional. En segundo lugar, a mucha distancia, se sitúa la habitación (24,5%), mientras que el resto de las opciones ya se sitúan por debajo del 10%. Destaca especialmente que solo un 0,6% elige

la cocina, lo que lleva a pensar a una reconsideración de los usos de esta estancia, como analizaremos más adelante. Por su parte, un 4,6% asegura que no se ve trabajando o estudiando en casa.

Esta cuestión provoca también debate entre los expertos: todos reconocen el nuevo valor que ha tomado el espacio de trabajo en la vivienda, pero hay opiniones contradictorias sobre cómo se integrará con el resto del hogar.

### ¿QUÉ ESPACIO DE LA CASA LE GUSTARÍA USAR PARA TRABAJAR/ESTUDIAR?





### “Es importante saber separar espacios”

“Espero que el espacio para el trabajo no sea lo principal de la vivienda. Es importante saber separar espacios para poder cerrar etapas del día y sentirte en casa. Tener una habitación extra o un espacio en el salón es necesario en la mayoría de los casos.”

*Claudia Rodríguez, directora de Pepita de Oliva*



### “El futuro pasa por un espacio único y poliédrico.”

“Ha desaparecido la necesidad de tener un espacio de trabajo y otro dedicado a vivienda. La perspectiva habitacional se focalizará en un espacio donde también se puedan realizar otras muchas actividades. El futuro de los hogares pasará por un solo espacio, muy versátil, donde coexistan salón, comedor, cocina, zona de trabajo, baño e incluso una zona dónde poder hacer deporte.”

*Jorge Penadés, diseñador industrial*



### “Se ha mejorado la calidad del espacio de trabajo”

“Mucha gente se ha replanteado su hogar y ha buscado o mejorado su mesa de trabajo con nuevos muebles y más espacio. La habitación para trabajar no será la estancia principal de la vivienda, pero está claro que ha ganado protagonismo con la pandemia.”

*Laura Martínez, diseñadora de muebles*



### “Los jóvenes separan claramente vida y trabajo”

“La actividad laboral de los jóvenes parece tender a separar nitidamente los ámbitos vivenciales de los laborales. Aunque haya que teletrabajar, no parece que el trabajo vaya a constituir el núcleo fundamental de la vida si no es compartido con otras actividades que permitan ‘disfrutar’ de ella.”

*Pedro Tomé, antropólogo*



# 3.

## Integración de la tecnología

“**N**ativos digitales” es, como hemos visto anteriormente, uno de los rasgos que mejor identifica a la generación Z. Por tanto, la integración de la tecnología debería ser a priori uno de los elementos que defina con mayor claridad el estilo del Hogar Z. Sin embargo, pese a los innegables avances de los últimos años, la revolución tecnológica del hogar –tendría su máxima expresión en la casa domótica o la *smart home*– es un proceso todavía lento y extremadamente costoso. Así, la presencia de la tecnología en el hogar puede “limitarse” a recursos de conectividad e Internet de las Cosas, con electrodomésticos que aportan mayor confort y calidad de vida. ¿Hasta qué punto los jóvenes imaginan la integración de la tecnología en su hogar futuro? ¿Cuáles son los electrodomésticos de última generación que consideran imprescindibles?

Anticipamos que el uso de la tecnología plantea en este capítulo una reflexión muy interesante sobre la evolución (o no) de los roles de género en las tareas del hogar...

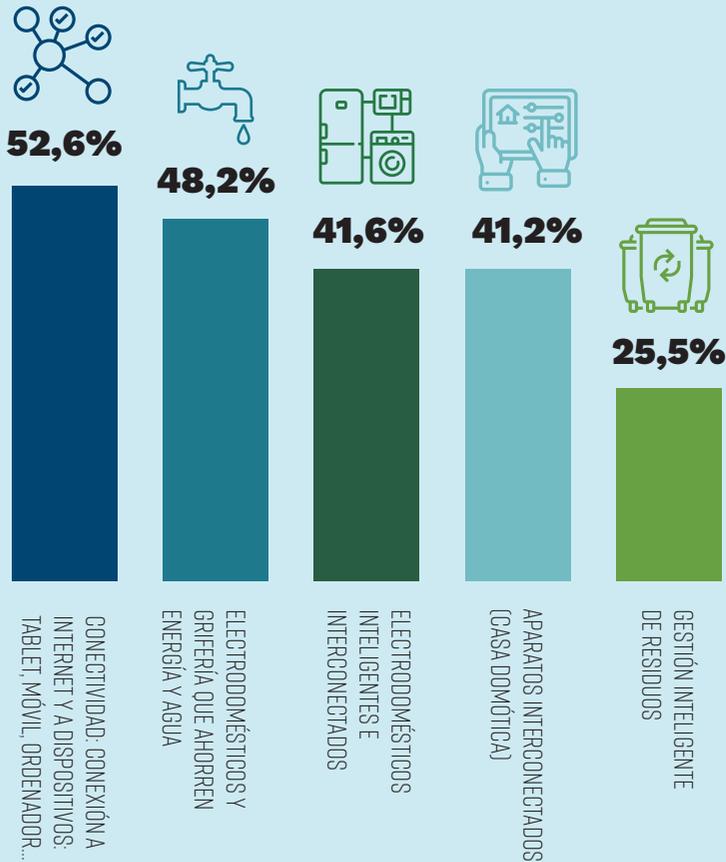
## ¿Cuál cree que son las principales transformaciones tecnológicas que afectarán a la vivienda del futuro?

La digitalización y la sostenibilidad, dos de los principales rasgos de la generación Z, son las prioridades de los jóvenes cuando les preguntamos sobre las principales transformaciones tecnológicas que afectarán a la vivienda del futuro. En primer lugar, aparece la conectividad –entendida como el acceso a internet y la interconectividad entre diversos dispositivos de trabajo y ocio (tableta, móvil, ordenador, etc.)–, que aparece citada por el 52,6% de las personas encuestadas (pregunta multirrespuesta). Destaca un segundo puesto ocupado por tecnologías directamente vinculadas a la sostenibilidad, aunque también al ahorro económico personal: la presencia de electrodomésticos y grifería que ahorren energía y agua. Citan esta opción un 48,2% de jóvenes.

A continuación, aparecen dos ejemplos de la aplicación de la conectividad al uso de elementos específicos del hogar. Estas dos opciones, con porcentajes prácticamente idénticos, son “electrodomésticos inteligentes e interconectados” (41,6%) y “aparatos interconectados (casa domótica)” (41,2%). En último lugar, con un número de respuestas mucho menor, aparece la opción de “gestión inteligente de residuos” (25,5%).

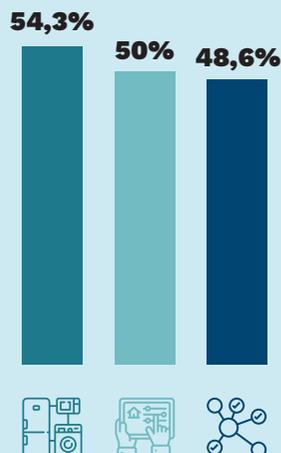
Por sexos, se observa únicamente un porcentaje más elevado de hombres que eligen la opción de interactividad entre dispositivos, mientras las mujeres citan con mayor frecuencia las opciones más sostenibles (ahorro de agua y energía, y gestión inteligente de residuos). En cualquier caso, no se vería modificado el orden final de las opciones. Por territorios, destaca la mayor importancia a la sostenibilidad en las dos grandes áreas metropolitanas (Barcelona y Madrid), que sitúan el ahorro de agua y energía en primer lugar.

**Destaca un segundo puesto ocupado por tecnologías directamente vinculadas a la sostenibilidad, aunque también al ahorro económico personal: la presencia de electrodomésticos y grifería que ahorren energía y agua.**

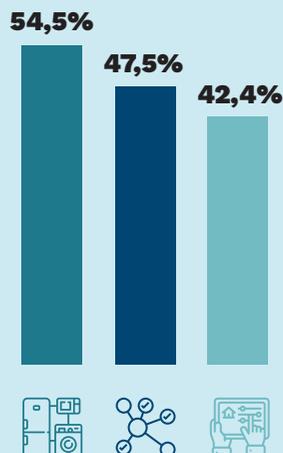


NOTA: PREGUNTA MULTIRRESPUESTA (ELECCIÓN DE TRES OPCIONES).

### BARCELONA (ÁREA METROPOLITANA)



### MADRID (ÁREA METROPOLITANA)



“La sostenibilidad irá acompañada de avances tecnológicos, por ello creemos en hogares inteligentes que nos informen sobre la calidad del aire de la vivienda, capaces de ventilar, abrir o cerrar el hogar de manera automática, para adaptarse a las condiciones climáticas y así reducir el consumo energético.”

*Marta Benedicto, arquitecta de Cierto Estudio*



### “Instalaremos recursos que se responsabilicen de la calidad de vida”

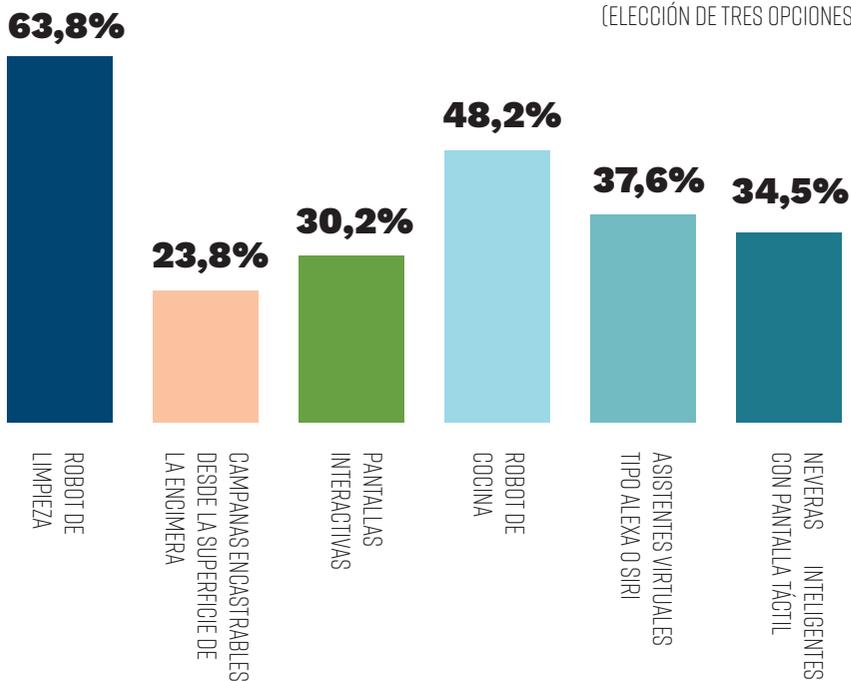
“Vamos a un modelo de sensorización de toda la casa y no solo de emergencias. Instalaremos recursos que se responsabilicen de otros aspectos vinculados a la calidad de vida. Son tecnologías todavía caras, pero sus costes se rebajarán de manera progresiva y se incrementará su accesibilidad y facilidad de uso. Por ejemplo, para alguien que habite en la ciudad, será indispensable el uso de un aparato que mejore la calidad del aire en el hogar.”

*Enrique Dans, profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School*



## ¿De qué aparato de última generación le gustaría disponer en su futura vivienda?

NOTA: PREGUNTA MULTIRRESPUESTA  
(ELECCIÓN DE TRES OPCIONES).



Por delante de asistentes virtuales o pantallas interactivas, la opción más citada con una diferencia significativa es el robot de limpieza. A continuación, aparece también otro dispositivo de carácter funcional: el robot de cocina.

Comodidad y practicidad son los valores que parecen primar los jóvenes de la generación Z cuando se les da la opción de elegir el dispositivo tecnológico que consideran imprescindible en su hogar del futuro. Así, por delante de asistentes virtuales o pantallas interactivas, la opción más citada con una diferencia significativa respecto al resto es el robot de limpieza (63,8%, en opción multirrespuesta). A continuación, aparece también otro dispositivo de carácter funcional: el robot de cocina (48,2%). Ya con porcentajes menores aparecen los asistentes virtuales (37,6%), las neveras inteligentes con pantalla táctil (34,5%) y las pantallas interactivas (30,2%).



## ROBOT DE COCINA

MUJERES: **55,7%**  
HOMBRES: **40,2%**

**+15,5%**  
(EN MUJERES)



## ROBOT DE LIMPIEZA

MUJERES: **66,6%**  
HOMBRES: **60,8%**

**+5,8%**  
(EN MUJERES)



## ASISTENTES VIRTUALES

MUJERES: **33,7%**  
HOMBRES: **41,8%**

**+8,1%**  
(EN HOMBRES)



## PANTALLAS INTERACTIVAS

MUJERES: **23,5%**  
HOMBRES: **37,4%**

**+13,9%**  
(EN HOMBRES)

## Estereotipos inamovibles

Pese a que uno de los rasgos de la generación Z es el empoderamiento femenino y el surgimiento de nuevos modelos de masculinidad, las respuestas a determinadas preguntas de la encuesta muestran como perduran algunos estereotipos tradicionales. Las mujeres citan en muchas más ocasiones los aparatos vinculados a la cocina y la limpieza, mientras que los hombres dan más relevancia a los asistentes virtuales y pantallas interactivas.



### “Las pantallas no pueden sustituir a las relaciones interpersonales”

“Las nuevas tecnologías en la vivienda del futuro jugarán un papel alto. Eso sí, las relaciones interpersonales son fundamentales para el ser humano y no puede ser bueno que se vean sustituidas por una pantalla.”

*Marc Masip, psicólogo y experto en adicción a las nuevas tecnologías*



“Muchas cosas que no imaginamos se convertirán en pantalla; por ejemplo, no existirá una televisión como tal. Si las pantallas se están volviendo tan baratas y grandes, habrá casas en las que serán el principal elemento del espacio y afectarán profundamente a la decoración del hogar.”

*Enrique Dans, profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School*





# 4. Visión sostenible

La concienciación sostenible es, junto al uso de la tecnología, el segundo rasgo que sobre el papel mejor define a los jóvenes de la generación Z en comparación a los integrantes de generaciones anteriores. Sin embargo, como hemos visto en el capítulo anterior, la traslación de esta filosofía al día a día también dependerá en gran medida de las posibilidades económicas de cada persona. En este punto, resulta de especial valor la opinión de los expertos, con mayor capacidad y conocimiento para analizar las posibilidades reales de contar con un hogar sostenible frente a la visión idealizada de los jóvenes.

Sea como sea, quedará demostrado que existen muchas vías para ser sostenibles, no limitadas únicamente al aspecto medioambiental: de la elección de productos de kilómetro cero a las posibilidades del reciclaje en la definición de un estilo propio de vivienda.

## ¿Hasta qué punto considera importante que su vivienda del futuro sea sostenible?

La sostenibilidad es un factor prioritario en la vivienda del futuro para siete de cada diez jóvenes de la generación Z. Es una respuesta sin duda mayoritaria, pero... ¿suficiente para una generación que tiene aparentemente en la sostenibilidad uno de sus rasgos más diferenciales? En este sentido, los expertos se muestran más decididos sobre el valor de la sostenibilidad entre los jóvenes, pero coinciden en incorporar el factor económico como elemento clave para que tenga un impacto real en los hogares.

El análisis específico de la encuesta no muestra diferencias significativas entre géneros, pero sí a nivel regional: los jóvenes que dan más importancia a la sostenibilidad son los de la región metropolitana de Barcelona (81,4%), mientras que los menos preocupados por esta cuestión son los de las regiones Noreste (56%) y Canarias (61,1%).

La sostenibilidad es un factor prioritario en la vivienda del futuro para siete de cada diez jóvenes de la generación Z.



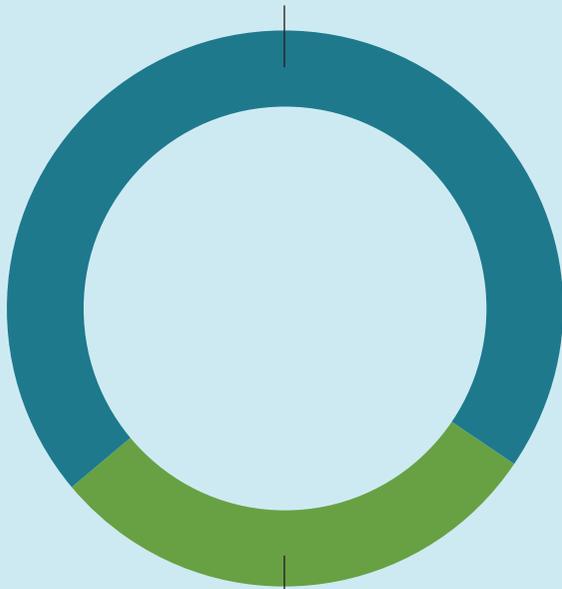
### “La sostenibilidad como valor está abandonando los aspectos sociales”

“El reclamo por la sostenibilidad será imparable entre los más jóvenes, porque se está convirtiendo en un valor sólido. No obstante, la sostenibilidad como valor está abandonando los aspectos sociales y está centrándose exclusivamente en los medioambientales, lo que a la larga sería poco ‘sostenible’. Un ejemplo es la aparición de nuevos materiales, que espero que no implique la explotación desenfrenada de lo natural. No se entiende cómo se denominan ‘sostenibles’ aquellas viviendas cuya construcción ha exigido una explotación de lo natural o lo social.”

*Pedro Tomé, antropólogo*

ES PRIORITARIO: ME PREOCUPA SERIAMENTE EL CAMBIO CLIMÁTICO

**70,8%**



NO ES ALGO PRIORITARIO EN MI VIVIENDA DEL FUTURO

**29,2%**



## El hogar de I@s influencers

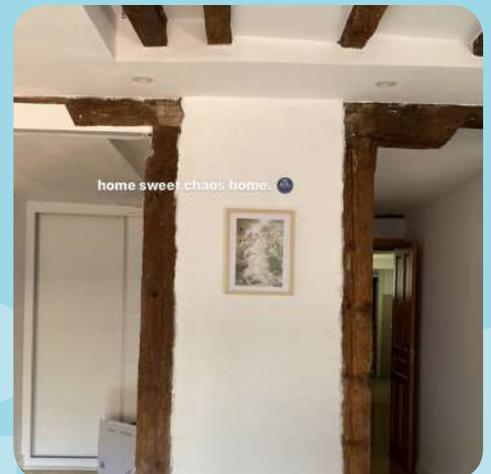
### Vivir sostenible

@carlotaweber

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18067420948241619/?hl=es>

27 años

Madrid



## Sostenibles, si la cartera lo permite

La gran mayoría de expertos consultados se muestra convencida de que la sostenibilidad acabará siendo un factor determinante en los hogares del futuro. Sin embargo, reconocen que la situación económica ralentizará el proceso y será determinante para su consolidación definitiva.



### “¿Tendrán los jóvenes recursos para una vivienda sostenible?”

“Si se impone de una forma normativa, las generaciones futuras optarán por viviendas sostenibles. Sin embargo, aún falta mucho camino por recorrer, además de que supone un cambio económico importante. Si no tienen dinero para vivir solos o tener su propia vivienda, ¿lo tendrán para construirla o reformarla de manera sostenible?”

*Claudia Rodríguez*, directora de Pepita de Oliva



### “Las energías renovables se generalizarán cuando sean asequibles”

“Si tienes posibilidad y recursos de hacer tu vivienda sostenible, la haces. Sucede, por ejemplo, con el caso de las energías renovables: lo normal será usarlas, pues su evolución debe tender a abaratarlas y llegar incluso a la tarifa plana. Con un precio asequible, la nueva generación hará uso de estas energías en sus hogares.”

*Enrique Dans*, profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School



### “El futuro dependerá de la conciencia colectiva frente al uso de recursos”

“Existe un gran movimiento social e institucional para generar conocimiento y conciencia colectiva frente al cuidado de los recursos que nos rodean y la tierra que habitamos. Del éxito de este trabajo colectivo dependerán las preferencias de las generaciones futuras. Esperemos que la respuesta sea afirmativa y crezca la demanda de viviendas sostenibles.”

*Marta Benedicto*, arquitecta de Cierto Estudio



### “La educación debe fomentar el espíritu crítico”

“Claro que los jóvenes están concienciados por la sostenibilidad y el medio ambiente. Todo depende de que la educación fomente el espíritu crítico. Hay un segmento de la juventud preocupado por el cambio climático, pero también hay otro que es meramente utilitarista o que bastante trabajo tiene con conseguir un sueldo precario.”

*Josep Manel Marrasé*, sociólogo experto en educación



### “Somos más conscientes y más responsables”

“A raíz de la crisis del 2008 hubo un cambio de paradigma: me gusta pensar que la gente ahora es más consciente del impacto de cada una de las decisiones que toma en su día a día. Creo que se está volviendo a esta idea tan mediterránea de sacar el máximo partido de los recursos que tenemos alrededor. Se suele decir que la necesidad es la madre de la creatividad.”

*Jorge Penadés*, diseñador industrial

## ¿Qué tipo de materiales imagina como predominantes en su vivienda del futuro?

Un aspecto vinculado a la sostenibilidad es el tipo de materiales que, mayoritariamente, se plantean los jóvenes utilizar en su futura vivienda. En este caso, a partir de un significado extenso de la sostenibilidad que incluye tanto el origen natural o no de los materiales como su cadena de valor (artesanos, grandes compañías, etc.), su calidad o el papel del reciclaje.

Entre las tres tipologías de materiales a elegir como predominantes en el hogar, un 61,5% apuesta por los materiales nuevos; un 22,5%, por los reciclados; y el 16% restante, por materiales de segunda mano. No se observan en este caso diferencias significativas entre hombres y mujeres, aunque ellas se muestran ligeramente más dispuestas a integrar materiales reciclados y de segunda mano.

No se observan en este caso diferencias significativas entre hombres y mujeres, aunque ellas se muestran ligeramente más dispuestas a integrar materiales reciclados y de segunda mano.

### “Valoramos cada vez más lo artesano”



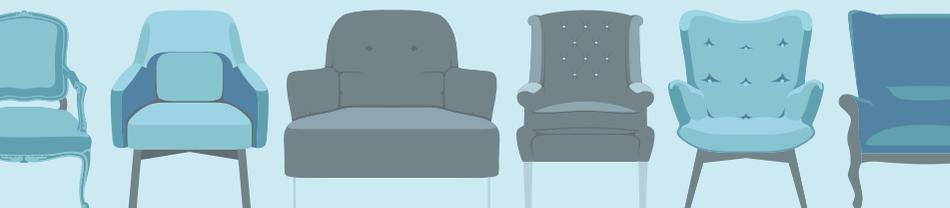
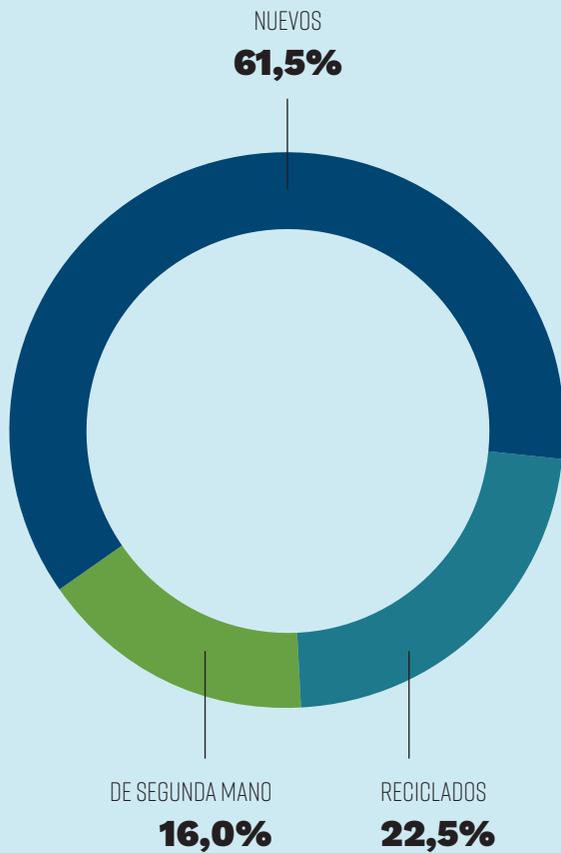
“La artesanía y lo original, lo especial, han vuelto para quedarse. A la gente le gusta sentir que lo que tiene es único o casi único. Cada vez hay más gente que valora lo artesanal, ya sea en mueble o en decoración (más accesible para todos). Por ello, muchas grandes firmas colaboran habitualmente con pequeños artesanos.”

**Claudia Rodríguez**, directora de Pepita de Oliva



“La pandemia nos ha mostrado la importancia de la calidad del espacio donde vivimos. Creo que el fast furniture tenderá a desaparecer. Se invertirá más en mobiliario de calidad, pues son objetos que permanecerán con nosotros mucho más tiempo de lo que hacen hoy en día. Se empezará a tener en cuenta la reparación, retapizado y otras estrategias para alargar la vida útil de los objetos que nos acompañan diariamente.”

**Jorge Penadés**, diseñador industrial



## El hogar de I@s influencers

### El poder del mueble nuevo

@mcasalss, fundador de @weldon.bcn

<https://www.instagram.com/p/CcOZqGMlffz/?hl=es>

27 años

Barcelona



### Hogar en verde, artesanía de color

@carlotaweberm

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18067420948241619/?hl=es>

27 años

Madrid





# 5. El espacio de la cocina

**E**l último capítulo plantea una reflexión específica sobre la consideración de los jóvenes sobre el espacio de la cocina. Los estudios del proyecto Global Kitchen (*La cocina doméstica en la era de la globalización y La cocina, el corazón del hogar*) coincidieron en poner en valor la indudable centralidad de la cocina en los hogares de alrededor del mundo, integrando tanto los usos propios (cocinado y alimentación) como otros usos de socialización (espacio para el juego, la conversación, el estudio o trabajo, el ocio, etc.).

La visión de la generación Z sobre el rol de la cocina dentro del hogar resulta de especial interés, por dos motivos principales: el impacto de la pandemia y sus consecuencias en los usos de las diversas estancias del hogar, y la particular relación de los jóvenes con el mundo de la cocina.

En este capítulo contamos con la participación especial de Miguel Caño, chef del prestigioso Nublo Restaurant.

## Espacio preferido versus espacio diseñado

Los resultados de la encuesta muestran una cierta contradicción cuando se plantea a los jóvenes cuál es su espacio favorito del hogar y en cuál de ellos valora más el diseño. El espacio preferido por los jóvenes encuestados es su propia habitación (39% de respuestas), por delante del comedor o salón (27,3%) y el jardín, terraza o balcón (25%). En esta pregunta, solo un 4,7% citan la cocina.

Sin embargo, la cocina aparece en el primer lugar cuando se cuestiona sobre en qué espacio de la vivienda valoran más el diseño. En este caso (pregunta multirrespuesta), la cocina es citada por un 71,3% de los encuestados, por delante de la habitación (70,4%) y el comedor (66,3%).

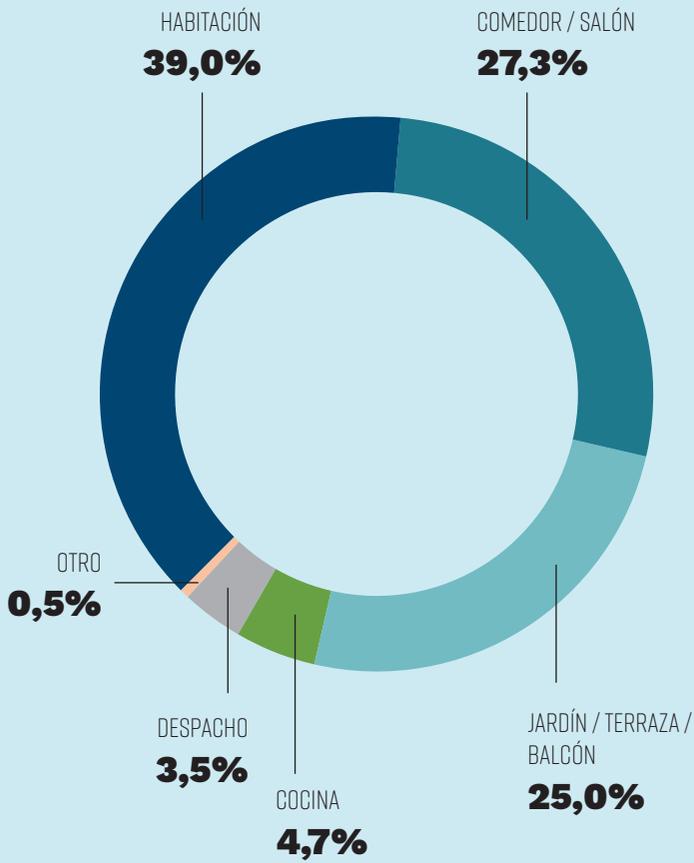
La cocina aparece en el primer lugar cuando se cuestiona sobre en qué espacio de la vivienda valoran más el diseño.



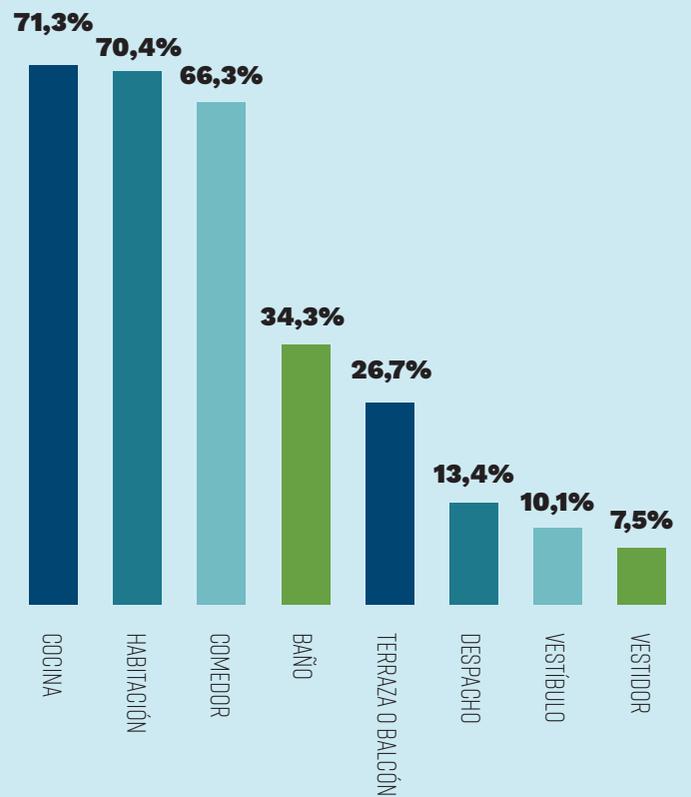
“Los materiales de la cocina del futuro serán cada vez más atractivos: de mármol, en distintos colores y veteados, de madera o aglomerado, de acero inoxidable, de granito pulido, porcelánicas o Silestone. Personalmente, me inclino por las cocinas que mezclan láminas de madera, piedra y aglomerado, todo ello primorosamente pulido y agradablemente colorista. En cuanto a las encimeras, al ser tan versátiles, probablemente se salven de la futura miniaturización de las cocinas.”

**Miguel Ángel Almodóvar**, *sociólogo especializado en nutrición y gastronomía*

### ¿QUÉ ESPACIO DE LA CASA ES SU PREFERIDO?



### ¿EN QUÉ ESPACIO DE LA VIVIENDA VALORA MÁS EL DISEÑO?



NOTA: PREGUNTA MULTIRRESPUESTA (ELECCIÓN DE TRES OPCIONES).



## La cocina, espacio social y sostenible: la visión del chef Miguel Caño

Los diversos estudios realizados por Instituto Silestone demuestran que el rol de la cocina en los hogares está en constante evolución. Como en el resto del hogar, su función futura depende en gran medida de la integración de la tecnología y la sostenibilidad. Miguel Caño, chef de Nublo Restaurant (Haro, La Rioja), reflexiona en este testimonio especial sobre el diseño de la cocina y su uso como espacio social.



“La cocina no deja de ser un espacio creativo, de colaboración y cocreación. Cuando invitas a un amigo a casa no le dices ‘vamos a limpiar el salón’, pero sí le invitas a compartir un rato en la cocina, preparando una receta juntos, tomando un vino... Cuando hablamos de la cocina como arte, es porque se trata de una disciplina en la que intervienen muchos más receptores que en otras ramas artísticas: se

puede ver, tocar, degustar, oler... Hay mucha ritualidad en comer, tanto en un restaurante como a la hora de preparar una comida en casa. Por todo ello, con la llegada del cocinero emprendedor cada vez es más importante el diseño a la hora de construir la cocina.”

“En Nublo, tenemos un sistema en torno al fuego: estamos cocinando con excedente fósil de nuestro entorno, como la madera y el sarmiento (las ramitas de las vides). De este modo, el oxígeno que generó la planta en vida se lo devolvemos a la atmósfera en forma de dióxido de carbono y en el mismo porcentaje. Para nosotros, es más sostenible cocinar con madera, porque al final, restauramos el equilibrio.”





## El hogar de I@s influencers

### Cocina como espacio de exhibición

@laliabenchelef

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18162552589207492/?hl=es>

24 años

Alicante



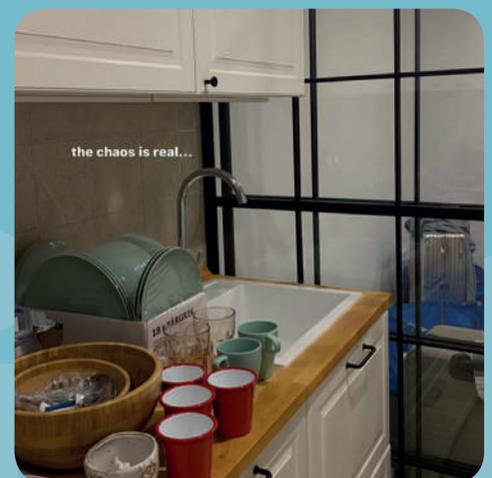
### Cocinando con color

@carlotaweberm

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18067420948241619/?hl=es>

27 años

Madrid



# Conclusiones

Un hogar confortable, abierto al exterior, en el que confluyen con naturalidad el uso de la tecnología y la concienciación sostenible... En cualquier caso, la consideración del hogar personal como medio de expresión de las inquietudes individuales de la generación Z. Las siguientes conclusiones han sido elaboradas a partir de las opiniones expresadas por los mismos jóvenes en la encuesta realizada en toda España y la valoración de la docena de expertos consultados, que contribuyen a contextualizar y equilibrar los deseos de la generación Z.

## 1. Ambiciosos y tradicionales en la tipología y propiedad de la vivienda

¿Deseo contra realidad? Preguntados por la visión de su hogar del futuro, los jóvenes apuestan por un modelo de vivienda más tradicional de lo previsto: seis de cada diez optan por una casa o una casa con terreno (la sorprendente primera opción), mientras que apenas un 30% elige el piso. Esta aproximación conservadora se observa también en la configuración de la vivienda deseada –prima claramente la vivienda con espacios separados frente a ambientes polivalentes– y, especialmente, en el modelo de propiedad: la cultura de la compra permanece inamovible.

Frente a ello, los expertos parecen mostrarse más realistas: recuerdan que las dificultades económicas no desaparecerán para buena parte de esta generación y se mantendrán las dificultades para independizarse. Por ello, apuntan al *coliving* y la vivienda social como soluciones de futuro, alternativas que los jóvenes apenas contemplan.

## 2. Espacios minimalistas, luminosos y abiertos al exterior

Pese a la variedad de opciones actuales en el estilo y diseño de la vivienda, la elección mayoritaria de los jóvenes es clara: un hogar minimalista, sin exceso de accesorios ni colores estridentes. Los expertos coinciden en esta elección, aunque apuntan que está abierta al surgimiento continuo de nuevas tendencias y a la fusión entre ellas, por lo que no identifican estilos puros.

Hay todavía menos dudas al plantear la relación de la vivienda con su entorno: la luminosidad es el elemento al que los jóvenes dan más valor; probablemente, afectados por los meses de confinamiento obligado por la pandemia. Lo mismo sucede al plantear la necesidad de la apertura al exterior: una gran mayoría (cerca de ocho de cada diez) lo considera imprescindible para vivir, ya sea mediante un jardín o una terraza grande.

### 3. Delimitación clara del espacio personal y el espacio profesional

Una de las cuestiones que, sin duda, más ha marcado la transformación del hogar en los últimos meses es la irrupción del teletrabajo y la necesidad (obligada en la mayoría de los casos) de adaptar el espacio personal a la actividad laboral o de estudio. Frente a tendencias anteriores, que apuntaban a una cierta integración de ambas funciones en la vivienda, jóvenes y expertos coinciden en el deseo y la necesidad de delimitar claramente ambos espacios.

El despacho es con gran diferencia el lugar elegido para trabajar o estudiar, con la habitación en segundo lugar (ambas estancias suman más del 80% de las respuestas). En cualquier caso, huyendo siempre de los espacios comunes como el comedor o la cocina. Una opción que también defienden la gran mayoría de expertos consultados para garantizar el confort y bienestar cotidianos.

### 4. Tecnología orientada al confort

Como elemento definitorio de la generación Z, no hay duda de que la tecnología ocupará un lugar predominante en el hogar del futuro. Sin embargo, lejos de la imagen de una vivienda repleta de pantallas interactivas, jóvenes y expertos abogan por una integración tecnológica orientada al confort y el bienestar. Buena muestra de ello es la elección de los robots de limpieza y cocina como los aparatos de última generación preferidos: innovaciones que permiten ganar tiempo y contribuyen a una mejor calidad de vida. Este es el punto del estudio en el que afloran más claramente las diferencias de género: las mujeres eligen estos dos aparatos en un porcentaje mucho mayor que los hombres, que dan mucha más relevancia a los asistentes virtuales o las pantallas interactivas.

Otro factor clave de la transformación tecnológica en el hogar será su vinculación con la concienciación sostenible, dos tendencias transversales que se retroalimentan. Así, entre las principales innovaciones en el hogar aparecen en segundo puesto los electrodomésticos y griferías que ayudan a ahorrar agua y energía, solo por detrás de la conectividad entre dispositivos.

## 5. Vocación de hogar sostenible

Como elemento representativo de la generación Z, la sostenibilidad es también un factor que los jóvenes tienen en cuenta a la hora de imaginar su vivienda del futuro: siete de cada diez lo consideran prioritario para contribuir a frenar el cambio climático. Sin embargo, como sucede también en la definición de la tipología de la vivienda, los expertos alertan que la sostenibilidad en el hogar depende en gran medida de los recursos económicos. En este sentido, abogan por una mayor implicación de las administraciones públicas mediante acciones como las ayudas a las energías renovables.

En una concepción más extensa de la sostenibilidad –no limitada únicamente a aspectos medioambientales–, los expertos ponen también en valor la preferencia de los jóvenes por lo artesano y el interés por la procedencia de los productos y servicios (kilómetro 0).

## 6. La cocina, más cocina que nunca

Los jóvenes de la generación Z siguen dando un valor fundamental a la cocina dentro del hogar. Aunque no aparece como una de sus estancias favoritas de la vivienda –predominan la habitación y el comedor/salón–, sí es el espacio en el que más valoran el diseño; por tanto, es un entorno fundamental para definir el estilo de la vivienda y expresar sus preferencias personales.

A diferencia de los resultados del anterior estudio del Instituto Silestone (*Global Kitchen. La cocina, el corazón del hogar*), la generación Z parece recuperar las funciones tradicionales de esta estancia –el espacio para cocinar y comer–, y rechaza su uso como lugar para trabajar o estudiar. Sin duda, la pandemia y la irrupción del teletrabajo pueden haber tenido una influencia decisiva en esta evolución. Sea como sea, jóvenes y expertos coinciden en señalar a la cocina como un espacio de innovación, en el que confluyen tecnología y sostenibilidad.

# Metodología

Los datos e información incluidos en esta publicación se han recogido a través de tres fuentes principales de documentación: una encuesta a una muestra representativa de jóvenes de la generación Z, también llamados “centennials”; las aportaciones de expertos en distintas disciplinas, y la colaboración de algunos influencers especialistas en lifestyle.

# 1.

## Encuesta a jóvenes

Encuesta *online* ad-hoc a 800 jóvenes españoles de 18 a 25 años (50% hombres y 50% mujeres). El cuestionario constó de 13 preguntas sobre las aspiraciones de los jóvenes respecto a la vivienda del futuro.

**Ubicaciones participantes:**  
toda España (zona Nielsen)

**Tamaño de la muestra:**  
800 personas

**Periodo:**  
mayo de 2022

**Programación, muestra y tabulación:**  
Netquest

# 2.

## Entrevistas individuales a expertos

Cuestionarios personalizados a un total de 11 expertos de diversas disciplinas, con el objetivo de recabar su opinión y valoraciones sobre la futura vivienda de los jóvenes de la generación Z.

### **Miguel Ángel Almodóvar**

Sociólogo, periodista y divulgador especializado en nutrición y gastronomía. Ha publicado 27 libros y actualmente colabora en diferentes medios de comunicación.

<https://arpaeditores.com/collections/miguel-angel-almodovar>

### **Marta Benedicto**

Arquitecta por la Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona (ETSAB) - UPC, es socia fundadora de Cierto Estudio, equipo de jóvenes arquitectas que destaca en el campo de la vivienda colectiva, con diseños innovadores pensados para adaptarse a diferentes estilos de vida.

<https://ciertoestudio.com/>

### **Enrique Dans**

Profesor de Innovación y Tecnología en IE University desde 1990. Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad de Santiago de Compostela. Cursó un MBA en el IE y se doctoró (PH.D.) en Management especializado en Sistemas de Información en UCLA. Volcado en su labor como investigador, divulgador y asesor de los efectos de la innovación tecnológica sobre las personas y la sociedad. Colabora con diversas empresas y medios de comunicación y es profesor visitante en la Escuela Diplomática en España y la Universidad de Oxford (UK).

<https://www.enriquedans.com/>

### Josep Manel Marrasé

Licenciado en Ciencias Químicas por la Universidad de Barcelona y doctor en Sociología y Ciencias Políticas por la Universidad Pontificia de Salamanca. Autor de varias obras de referencia en el ámbito de la enseñanza; entre ellas “La alegría de educar”, “La belleza de las matemáticas”, “La educación invisible” o “Hacia una escuela ecohumanista”.

<https://www.plataformaeditorial.com/bio/264/0/3800/josep-manel-marrase.html>

### Laura Martínez

Ingeniera de Obras Públicas y emprendedora madrileña. En 2013 creó su propio estudio dedicado al diseño de muebles de estética escandinava y vintage, con el objetivo de prestar un servicio de mobiliario nórdico a medida para sus clientes.

<https://enola.es/>

### Marc Masip

Psicólogo, director del Instituto Psicológico Desconnect@ y experto en el tratamiento del uso abusivo de las nuevas tecnologías. En su libro “Desconecta” plantea las bases de una “dieta digital”. Imparte conferencias en escuelas, empresas, colegios profesionales y sindicatos en España y en el extranjero.

<https://www.psicologomarcmasip.com/>

### Aureli Mora

Arquitecto por la Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona (ETSAB). En 2014 fundó junto a Omar Ornaque el estudio AMOO, que aborda la arquitectura, el interiorismo, el diseño de producto y la difusión del patrimonio de forma interdisciplinar.

<https://amoo.cat/>

### Jorge Penadés

Licenciado en Diseño de Producto en el IED de Madrid, estableció su propio estudio en la capital española en 2015. Unos años más tarde fundó Extraperlo, una plataforma curatorial que aboga por una cultura de diseño progresista y que transita entre contextos comerciales, culturales e institucionales.

<https://oficinapenades.com/>

### Claudia Rodríguez

Directora del estudio Pepita de Oliva, ha transformado una tienda de mobiliario nórdico en un estudio de referencia nacional formado por profesionales de la arquitectura, el diseño y la restauración.

<https://www.pepitadeoliva.com/>

### Marisa Santamaría

Licenciada en Ciencias de la Información, Universidad Complutense. Estudió diseño estratégico en el IED Milán. Es investigadora de tendencias globales del diseño y la arquitectura. Asesora, escritora y profesora de análisis del futuro de la sociedad y la cultura a través del diseño.

<https://circulodeorellana.org/team/marisa-santamaria>

### Pedro Tomé

Experto en ecología cultural política, ha analizado cómo los procesos culturales condicionan las prácticas sociales en relación con el medio ambiente. Desde 2005 es científico titular del CSIC. Actualmente es director de Disparidades. Revista de Antropología, la más antigua de las publicaciones periódicas españolas hoy existentes dedicadas a la antropología social y cultural.

<http://www.cchs.csic.es/es/personal/pedro.tome>

A destacar la colaboración especial del chef Miguel Caño y de los arquitectos Marta Peris y José Toral, que han escrito el prólogo de este estudio:

### Miguel Caño

Formado en restaurantes de prestigio de Inglaterra, Cataluña o País Vasco como Mugaritz, este joven chef lidera actualmente la cocina de Nublo (Haro, La Rioja), que alcanzó su primera estrella Michelin a los pocos meses de su apertura.

<https://www.nublorestaurant.com/>

### Marta Peris y José Toral

Con sede en Barcelona y poseedores de numerosos premios, desde su estudio de arquitectura sugieren escenarios en los que el usuario toma el relevo de habitar y aspiran a replantear los estándares para dar respuesta a las formas de habitar que la sociedad precisa en cada momento.

<https://peristoral.com/>

# 3.

## Colaboración *influencers*

Los siguientes *influencers* han cedido la información de sus perfiles en RRSS para la elaboración de este informe:

### **Lalia Benchelef**

[@laliabenchelef](#)

Youtuber con 149.000 suscriptores, tiene también un perfil en Instagram con contenido relacionado con el mundo de la moda y el lifestyle y que cuenta con 64.000 seguidores.

[Lalia Benchelef - YouTube](#)

**Elisabeth Campà**[@barnachic](#)

Licenciada en Publicidad y Relaciones públicas, decoradora de interiores y Living Office, compagina el interiorismo y la creación de contenidos en su blog BarnaChic, creado en el 2012. Actualmente, cuenta con 19.000 seguidores en su perfil de Instagram.

[BarnaChic - InteriorDecor & Lifestyle](#)

**Marià Casals**[@mcasalss](#)

Es fundador y CEO de Weldon BCN, empresa de diseño de mobiliario de estilo industrial. Su estudio trabaja principalmente con metal y madera, de forma artesanal y basándose en la exclusividad de cada pieza. Actualmente cuenta con 519.000 seguidores en su perfil de Instagram.

[Weldon \(weldonbcn.com\)](#)

**Carlota Weberm**[@carlotaweberm](#)

Influencer nacida en Alemania, elabora contenido relacionado principalmente con fotografía, viajes, moda y decoración. Es cofundadora de Siestalsol, tienda on line de productos (ropa, joyería...) elaborados de forma artesana y sostenible. Actualmente cuenta con 358.000 seguidores en su perfil de Instagram.

[Siestalsol](#)



**El Instituto Silestone es una plataforma internacional de investigación y divulgación de conocimiento sobre el espacio del hogar.**

El Instituto Silestone tiene la vocación de mejorar el espacio y la calidad de vida de las personas en el hogar. Impulsada por el Grupo Cosentino es, desde hace años, una entidad de referencia en el conocimiento sobre el espacio de la cocina. En 2021, consciente del protagonismo del hogar como un lugar transformador para las personas y de su importancia en la sociedad, el Instituto Silestone amplía su ámbito de actuación al todo el espacio del hogar.

El hogar es un espacio vital para sentirse a gusto y en perfecta armonía. A su vez, la actuación de las personas en el hogar contribuye a transformar las ciudades y el planeta, haciéndolo más humano, más vivible, más sostenible y social.

En el contexto de esta conexión del hogar con las personas, el Instituto Silestone investiga, reflexiona y extiende conocimiento sobre las distintas estancias de la casa, elaborando estudios y publicaciones divulgativas, organizando debates y talleres y ofreciendo consejos prácticos, entre otros.

[www.silestoneinstitute.com](http://www.silestoneinstitute.com)



**Grupo Cosentino  
es una empresa  
familiar española  
global que produce y  
distribuye superficies  
innovadoras de alto  
valor para el mundo  
del diseño y la  
arquitectura.**

El propósito del Grupo Cosentino es inspirar a las personas a través de espacios innovadores y sostenibles.

Cosentino trabaja junto con sus clientes y socios para ofrecer soluciones que aporten diseño y valor, e inspiren la vida de muchas personas. Este objetivo es posible gracias a marcas pioneras y líderes en sus respectivos segmentos tales como Silestone®, Dekton® o Sensa by Cosentino®, superficies tecnológicamente avanzadas que permiten crear ambientes y diseños únicos para el hogar y los espacios públicos.

[www.cosentino.com](http://www.cosentino.com)

# Agradecimientos

Queremos dar las gracias a los jóvenes que han participado de forma anónima en la encuesta a los *millennials*, a los expertos en diferentes disciplinas y a los *influencers* que con sus contribuciones han inspirado y hecho posible esta publicación:

Miguel Ángel Almodóvar

Lalia Benchelef

Marta Benedicto

Elisabeth Campà

Miguel Caño

Marià Casals

Enrique Dans

Josep Manel Marrasé

Laura Martínez

Marc Masip

Aureli Mora

Jorge Penadés

Marta Peris

Claudia Rodríguez

Marisa Santamaría

Pedro Tomé

José Toral

Carlota Weberm

Nuestro agradecimiento a Marta Peris y José Toral por su contribución con el prólogo de esta publicación.