



CÓMO CONVERTIR LAS TENDENCIAS DE MERCADO EN OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

OFICINA DE EMPLEO

CONSEJERÍA DE EMPLEO Y MUJER

Casi
5 millones
de parados





Somos
fabricantes de
parados

Lo



tradicional



se

muere

CERRADO





valores

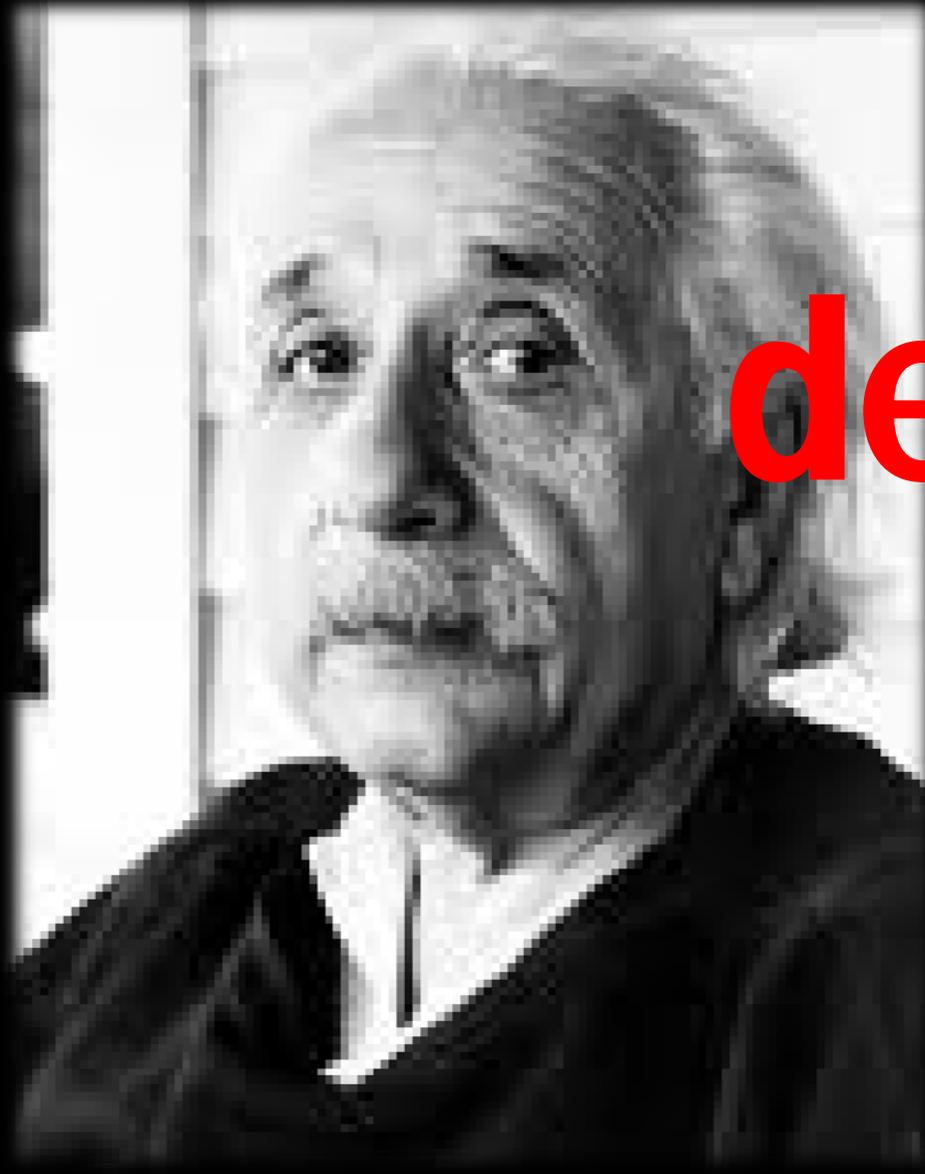
**abre
los Ojos!**



EL CEEI ALCOY

te pueden ayudar

**NO DEJES PASAR
ESTA OPORTUNIDAD**



descubre

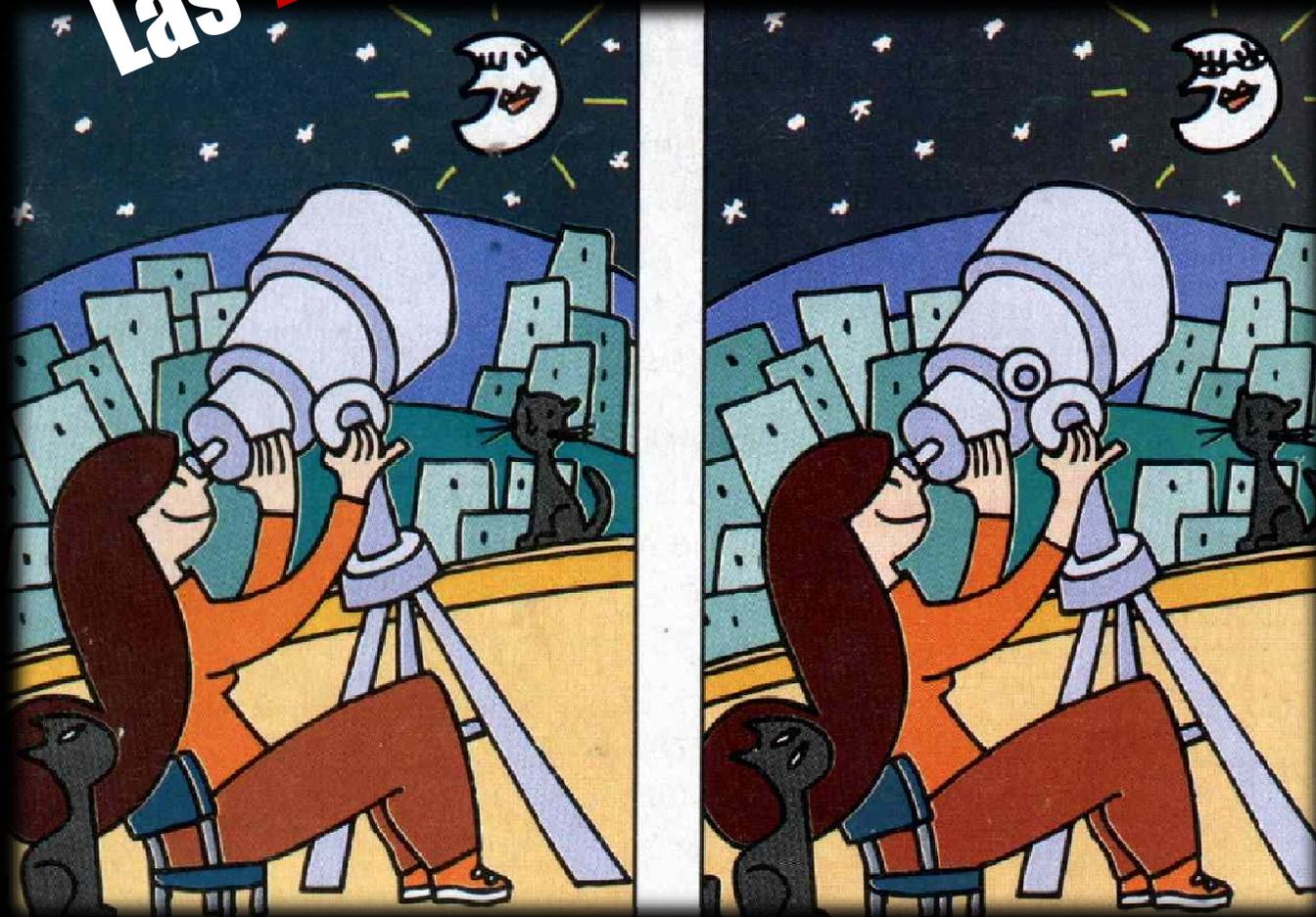


tendencias



oportunidad

Las 7

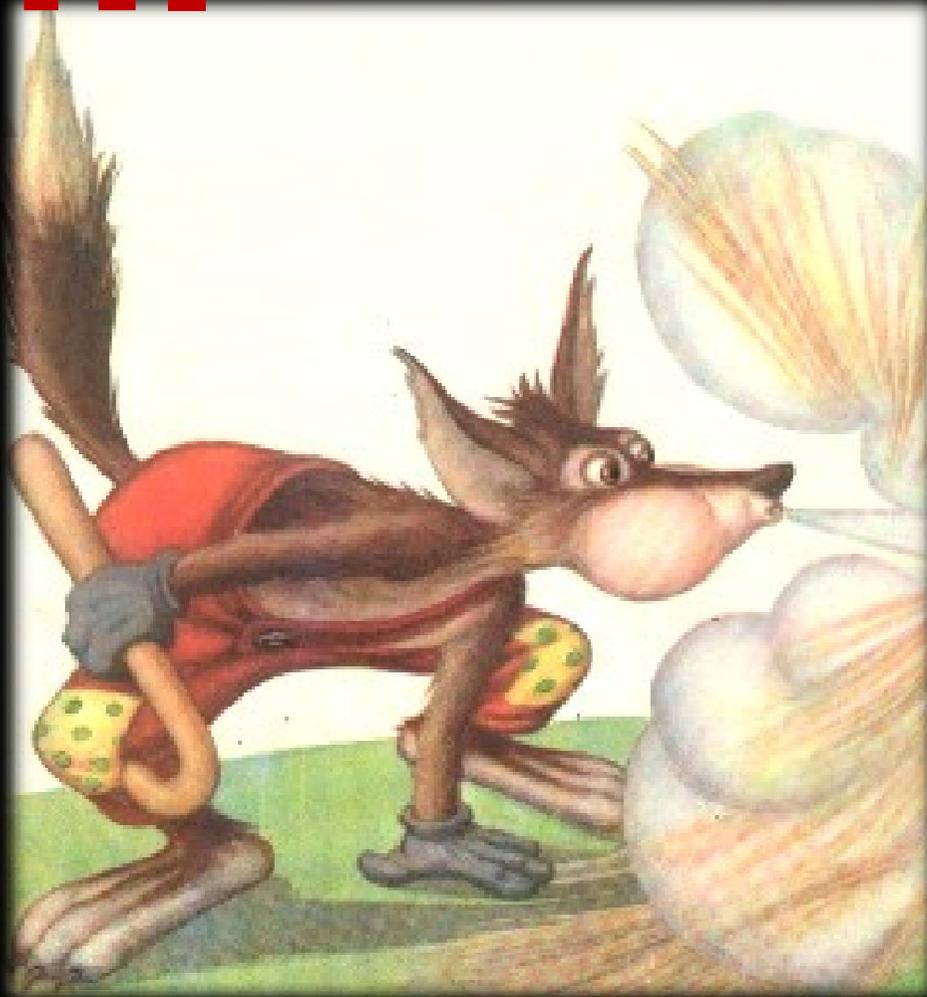


diferencias



**DETRÁS DE SU APARENTE EXCENTRICIDAD, CADA
TENDENCIA ENCIERRA UNA OPORTUNIDAD**

perfil



una disciplina

RECLUTANDO.net

Selección de personal y reclutamiento

Sobre Reclutando.net

Contacto

Publicidad

Aviso Legal

Empleo

Últimas ofertas: [TECNICO/A EN RECURSOS HUMANOS](#)

Nuevas profesiones en Internet: Coolhunter



Bueno, en realidad la profesión de Coolhunter o **Cazatendencias** siempre ha existido... aunque de una forma muy puntual. A finales del siglo pasado, empezó a consolidarse en el ámbito empresarial, sobre todo para empresas relacionadas con la moda (ropa, maquillaje, decoración...).

Pero con la aparición de **Internet** el concepto de **Cazatendencias** ha dado un giro importante.

Un **coolhunter** se dedica a **identificar estilos punteros y minoritarios**, y a vender su talento convenciendo a las empresas de que esos estilos elitistas son **potenciales modas masivas**. Tomando como base toda la información que circula por la red prácticamente cualquier compañía de cierta importancia puede obtener información importante sobre los gustos y preferencias de su público y emplearlos para diseñar productos y servicios, anticipándose a la competencia y obteniendo una significativa ventaja.

La cuestión es ¿cómo entresacar esos datos de **Internet**? Ahí es donde cumple su función el **coolhunter**. Su perfil profesional es relativamente variado, tanto como los retos a los que deben enfrentarse, pero que no existe ningún tipo de formación reglada sí hay asociaciones y escuelas de formación dedicadas a esta especialidad.

100VEN

Coolhunting, una herramienta de futuro para las empresas

Publicado el 18-01-2010 por Á. Méndez. Madrid.

Víctor Alejandro Gil Martil, sociólogo, CEO de Cool Insights y autor del libro *Coolhunting*, analiza las causas por las que el coolhunting se está convirtiendo en una herramienta que las empresas tienen que tener muy presente.

- ¿Por qué el coolhunting se está convirtiendo en una herramienta fundamental para las empresas de cualquier sector?

- En una sociedad en continua evolución, anticiparse a las demandas del consumidor ha sido desde siempre una necesidad de cualquier organización. Sin embargo, hasta tiempos bien recientes, no hemos contado con el conocimiento y las técnicas necesarias que permiten llevar a cabo esta tarea con un mayor rigor. En la medida en que, gracias al desarrollo de las ciencias sociales, sabemos mejor cómo funcionan los procesos de difusión de la innovación y las tendencias en la sociedad de consumo, ahora nos resulta más sencillo aventurar lo que va a suceder en el medio y en el largo plazo.

El coolhunting se vale de todos estos avances en el conocimiento para llevar a cabo una función

ES NOTICIA



UNA NOTICIA COMO OTRA

Una alternativa para mayores de 70 a residencias y centros de día públicos **Centros de día privados para ancianos**

Si hacemos caso a las proyecciones demográficas de la población española para las próximas décadas, en 2010 habrá 15.323.916 españoles mayores de 50 años y en 2020, 18.178.239. ¿Existe una oferta de ocio más allá del Inmerso? ¿Y una oferta de ocio de alta gama...?

Rafael Galán

Comentar Enviar Imprimir Valoración: ★★★★★ Vota pulsando: ★★★★★

¿Quién dijo que el futuro es de los jóvenes? En 1995, los grupos de edad más numerosos en Europa eran los de 25-29 años y los de 30-34. Sin embargo, las previsiones de la Oficina comunitaria de Estadísticas (Eurostat) para el año 2015 apuntan a que el grupo más numeroso será el de edades entre 40-59 años. En el periodo 2005-2015, los países de la Unión Europea tendrán la fuerza de trabajo de mayor edad de su historia. **Los datos que ofrece confirman que la población española será la más anciana de la Unión Europea en el año 2050: el 36,5% de la población tendrá más de 65 años.**

La oferta actual de servicios públicos (listas de espera mediante) y privados (cuotas mensuales de infarzo mediante) para personas enfermas a partir de esa edad está clara, pero ¿qué ocurre con los ancianos que no están enfermos, pero que necesitan una oferta de ocio? ¿Hay suficiente oferta?

En un reciente estudio publicado también por Eurostat se apuntaba: “Las generaciones en cualquier parte del mundo están siempre interesadas en entrar en contacto con personas de su misma edad y en encontrar información que pueda ser relevante para esta etapa de su vida. Y los anunciantes están esperando a que les pongan en contacto con una demanda que tiene tiempo libre y dinero”.



En menos de 30 años, el 13% de la población española tendrá más de 80 años

VIAJES INTERGENERACIONALES

Viajar y conocer mundo es una forma más de conocerse. Unas vacaciones interesantes para la tercera edad son aquellas que le dan la oportunidad de **viajar con sus nietos**. Ambas generaciones verán que tienen mucho más en común de lo que creían.

La creciente longevidad posibilita, en mayor grado, el conocimiento entre generaciones, además de poder servir de apoyo entre éstas. Se trata de que toda la familia se vea compensada, incluso los padres, que no viajan pero pueden seguir trabajando o disfrutar de unos días de relax.

Viajar en un grupo intergeneracional, abuelos junto a sus nietos, significa abrir el turismo a **nuevas oportunidades de negocio** y son varias las agencias de viajes que contemplan esta opción como parte de su oferta. Por el momento, los **parques Disney** y los viajes internacionales ofrecidos por **Grand Travel o Generations Touring Company**, entre otros, son algunos de los destinos más solicitados por estos nuevos subgrupos familiares.



En 2050 el 70% de la población vivirá en las grandes ciudades

Sólo en Europa existen unos 300 millones de conductores y los atascos provocan pérdidas cercanas al 1% del PIB europeo

PUBLICO.ES | Madrid | 24/09/2009 13:22 | Actualizado: 24/09/2009 13:50

f Recomendar

18 Comentarios



Media: 4.17

Votos: 6



Un estudio de [IBM](#) pone de manifiesto que, a medida que las ciudades cobran mayor protagonismo en la economía global, aumenta la preocupación por la **eficacia de sus sistemas de transporte**, debido al importante impacto que tienen a la hora de atraer comercio y generar empleo.

Muchas ciudades cuentan ya con incipientes formas de transporte inteligente, pero no dejan de ser una serie de tecnologías sin una visión global. Según el informe, denominado [Transporte Inteligente](#),

las ciudades deben evolucionar desde los actuales sistemas independientes de transporte a un **sistema de transporte multimodal e integrado**.



DOCUMENTOS RELACIONADOS

[Informe 'Transporte Inteligente' \(inglés\)](#)





Los edificios del futuro

Más vídeos de Tecnología y Ciencia.

274 vistas. | 0 com. | 0 fav.



NUEVOS GRUPOS DE **CONSUMIDORES**



*Antes se hablaba de
niños, adolescentes y
adultos....*

ADULTESCENTES



MUJER ALFA

COSMO



www.cosmopolitantv.es

★ Año 4 - Número 7
Mayo 2007 // Octubre 2007

tyWeens

The Party has begun!

Súper Test
para elegir
tu vestido

Media Pila
Moda Solidaria!

Fiesta temática
Cenicienta
Moderna!

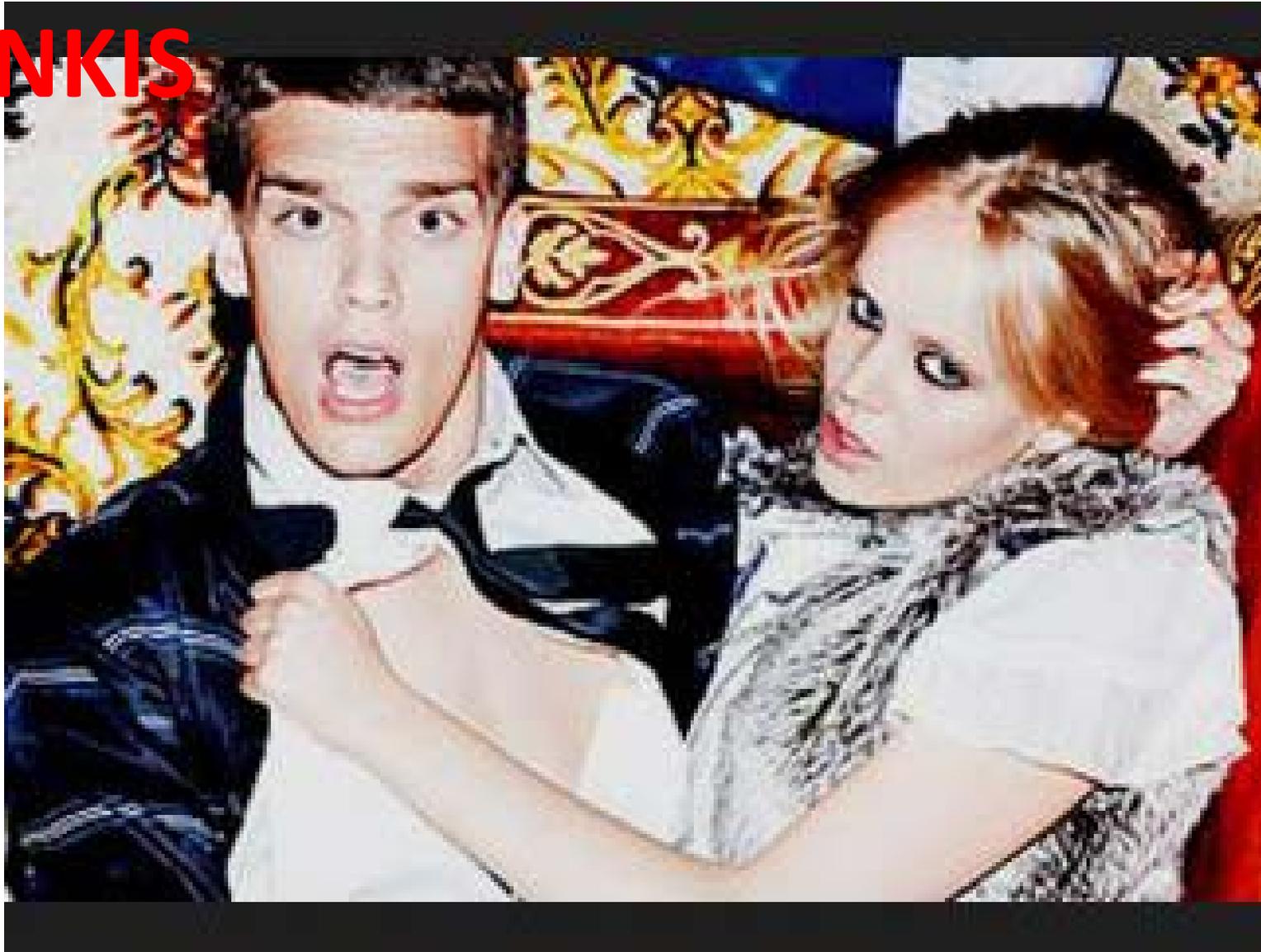
Los mejores
vestidos para
tu fiesta!

Brenda Asnicar nos cuenta
como vive sus

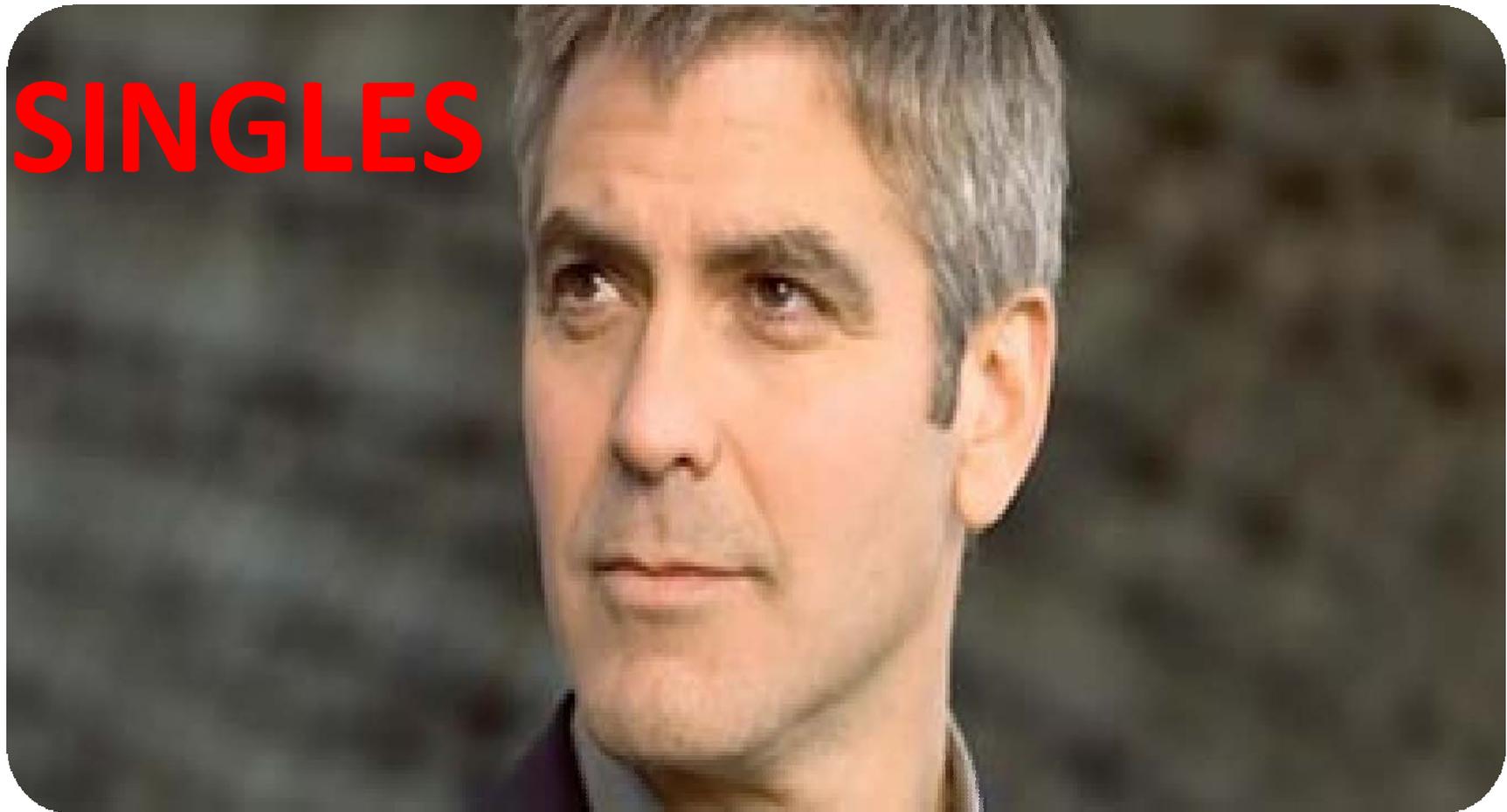
15 años!



DINKIS



SINGLES





GEEKS

Y VAN APARECIENDO MAS...



BIO PIJOS



OTAKUS



Perfil de un otaku



No es que se haya dejado el pelo largo, es que cuando se ha dado cuenta, ya estaba así.

Gafas de pasta o con la montura plateada. La tendencia es ir a contracorriente.

Mochila. Imprescindible para cargar material y tener las manos libres.

Camisa de manga corta sobre camisa de manga larga. Abrochada hasta el cuello y metida en el pantalón.

Cazadora

Portamóviles. Va enganchado al cinturón y se usa para guardar el móvil.

Pantalón chino. Cómodo y funcional.

Calzado deportivo. Apto para salir de compras.

Nombre común: *Densha otoko* (電車男)

Nombre científico: *Homo ferrocarrilis*

Hábitat: Barrio de Akihabara (Tokio)

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **1. Adiós al “Business as usual”**
Por primera vez con cierta sensación de urgencia, la sostenibilidad -en su sentido más amplio y en todas sus manifestaciones- se instala , en el eje de las expectativas.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **2. La cultura urbana es "la" cultura.**

Un siglo atrás, menos del 5 % de la población mundial vivía en ciudades. En 2008, por primera vez en la historia, esa cifra excedió el 50 por ciento.

Y, según el "Global Report on Human Settlements 2009" de las Naciones Unidas, en el 2050 alcanzará el 70 por ciento (el 63, en Asia!). Consecuencia: aumentará el nivel de exigencia de un número también creciente de consumidores.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **3. Crítica en tiempo real.**

La instantaneidad hace tiempo se consagró como mega tendencia, igual que la colaboración, las redes y la transparencia y sus derivados: los comentarios, las recomendaciones, la conversación real y constante sobre marcas, productos, empresas.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **4. El Flujo del Lujo.**

El significado del lujo se reescribe a medida que se multiplican los segmentos de clientes. ¿Cómo se definirá el lujo? "El lujo será lo que usted quiera que sea." Porque lo lujoso se asocia con lo escaso y el significado de escasez depende de quién lo define..

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **5. Encuentros masivos.**

Contra el pronóstico de un futuro de aislamiento, virtualidad y encierro, la misma gente que "vive" mucho tiempo online socializa, comparte, se reúne en el mundo real, se conecta de manera ubicua, integrando en uno los mundos online y offline. Porque el motor de los medios sociales es la gente, no la información.

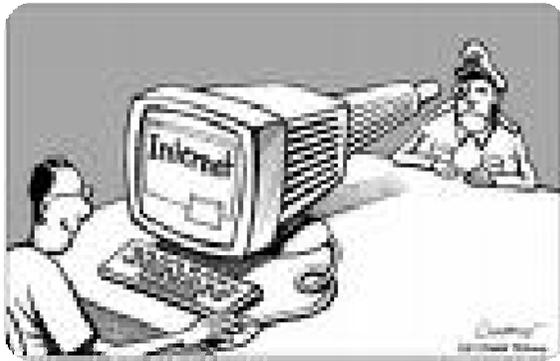
10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **6. Cada vez es más fácil ser "verde" .**

La presión en la Conferencia sobre Cambio Climático en Copenhague, en las postrimerías de 2009, fue un ejemplo. Las buenas intenciones no alcanzan, se demanda acción. Desde la política pública al acto individual, pasando por la responsabilidad empresaria.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **7. El seguimiento y el control son el nuevo fenómeno de internet.**

Ahorra tiempo cuando es relevante

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **8. La generosidad como valor.**

La filantropía, el altruismo, la colaboración están de moda; si se invita al cliente a co-donar o co-decidir el destino de su aportación, mayor será la respuesta.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **9.¿Es éste mi perfil?**

Producto del auge de los medios sociales, disponer y sacar provecho de los perfiles personales de los consumidores se ha convertido en un activo deseable para los “marketineros”.

Te miraban raro. Nadie creía en tus **ideas**.
Te decían que terminarías cambiando.
Que estabas en la **luna**
Que la realidad te devolvería a la tierra.

Ahora, estás en la tierra.

Has **aterrizado** y lo has hecho con tus **ideas**.
Ideas convertidas en **proyectos**, en **empresas**.
Ideas que generan desarrollo económico y social.

Has aterrizado y lo has hecho con fuerza.
Pero recuerda, nunca dejes de **volar**.

**“QUIEN SIGUE AL REBAÑO ACABA
PISANDO UN EXCREMENTO”**

