

Ponencia:

COOLHUNTING EMPRESARIAL: HERRAMIENTAS PARA DETECTAR Y APLICAR TENDENCIAS



TOTS
A UNA
veu

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

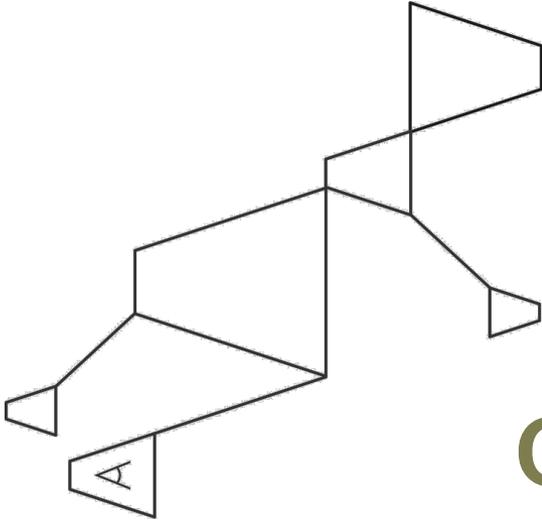


UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"



Coolhunting empresarial: herramientas para detectar y aplicar tendencias

Jueves 27 de abril
CEEI Valencia

FUTURE 

EL FUTURO ES AHORA

◀ ¿QUÉ VAMOS A HACER?

Replicar y aplicar una
investigación de tendencias
en un entorno empresarial



◀ ¿QUÉ VAMOS A HACER?

- Entender qué es el coolhunting y para qué nos sirve
- Preparar la mirada
- Generar nuestro propio sistema
- Descubrir algunas de las fuentes internacionales más importantes

◀ ¿quién soy?

Pepa Casado D'Amato, fundadora e investigadora principal de future-A, empresa dedicada a la investigación y aplicación de tendencias especializada en diseño industrial. Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universitat Jaume I, MD in Development Studies (UNESCO) y posgrado en Content Curation (UOC). Fui responsable del Observatorio de Tendencias del Hábitat (ITC) desde 2006. Además soy periodista especializada en diseño y cultura y colaboradora regular de Houzz y puntualmente con otros como Neo2 o D(x)i.



pepa@future-a.com
@pepadamato

FUTURE

EL FUTURO ES AHORA

Nos dedicamos a la investigación y a la aplicación de tendencias en entornos estratégicos.



◀ ¿quiénes somos?



David Gobert-Cézanne, founder and head of market research.



Pepa Casado D'Amato, founder and head of trends research.



David Riera, founder.

◀ ¿qué hacemos?

Buscamos, vigilamos y analizamos los últimos fenómenos en comunicación, producto y modelo de negocio. Las metodologías utilizadas son fruto de más de 15 años de experiencia en los campos de la **investigación de mercados**, **investigación en tendencias** y la prospectiva.

Aplicamos el conocimiento para crear **estrategias eficaces en contextos específicos** y ayudamos en su implantación en el mercado.



Analizamos las últimas tendencias en sociedad, consumo, producto, marketing...

Ayudamos a conceptualizar y aplicar las tendencias en la empresa.

Acompañamos en la ejecución de acciones. Producto, activar mercados, herramientas de comercialización, comunicación, servicios...

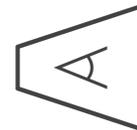
◀ concretamente...



Sistemas de coolhunting y consultoría basada en tendencias

Puesta a punto de sistemas de detección de oportunidades basada en tendencias.

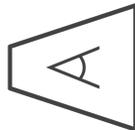
Generación de sistemas para transformar tendencias en valor.



Detección de nuevas oportunidades para la gama de producto

Investigación cualitativa sobre tendencias en determinadas líneas de negocio de la compañía.

Detección de oportunidades en la gama de producto.



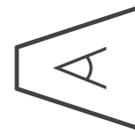
Conceptualización y puesta en marcha de centros de investigación

Creación de metodologías.

Desarrollo, redacción y difusión de investigaciones de mercado y tendencias.

www.tendenciashabitat.es

www.observatoriomercado.es



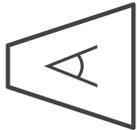
Comité de producto

Conceptualización y gestión de procesos en la formación del comité de producto.

Auditoría de gestión del diseño.

Miembros activos en la toma de decisiones de nuevos productos.

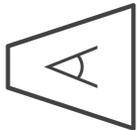
◀ concretamente...



Activación de prescriptores

Conceptualización de plan estratégico orientado a prescriptores.

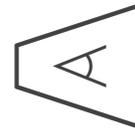
Diseño y ejecución de acciones para activación del canal profesional.



Marketing de contenidos basado en tendencias

Creación de contenidos de alto valor añadido basado en tendencias.

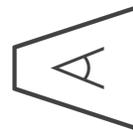
Alimentación de redes sociales y webs, generación de tráfico, publicity, gestión de RR.SS.



Orientación estratégica para lanzamiento de nuevas marcas

Planteamiento estratégico de producto, comunicación y canal de comercialización.

Ejecución de acciones y soportes.



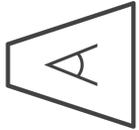
Reestructuración de gama de producto

Auditoría de gama y cruce con datos económicos.

Análisis de productos clave y reestructuración de la cartera de producto.

Determinación de líneas estratégicas de producto

◀ concretamente...



Análisis de tendencias en producto

Seguimiento de las principales ferias, eventos y fuentes de información en diseño de producto.

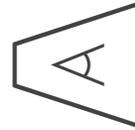
Análisis de tendencias y definición de recursos de diseño para nuevas líneas de producto



Activación de las palancas de reputación del diseño

Planes estratégicos para generar notoriedad de marca en el sector del diseño.

Planificación y ejecución de acciones de comunicación, marketing y publicity.



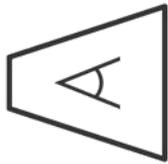
Formación en coolhunting e investigación de tendencias

Formación general e in company para el desarrollo de procesos de coolhunting en empresas de hábitat.



**¿QUÉ SON TENDENCIAS? ¿Y
COOLHUNING?**





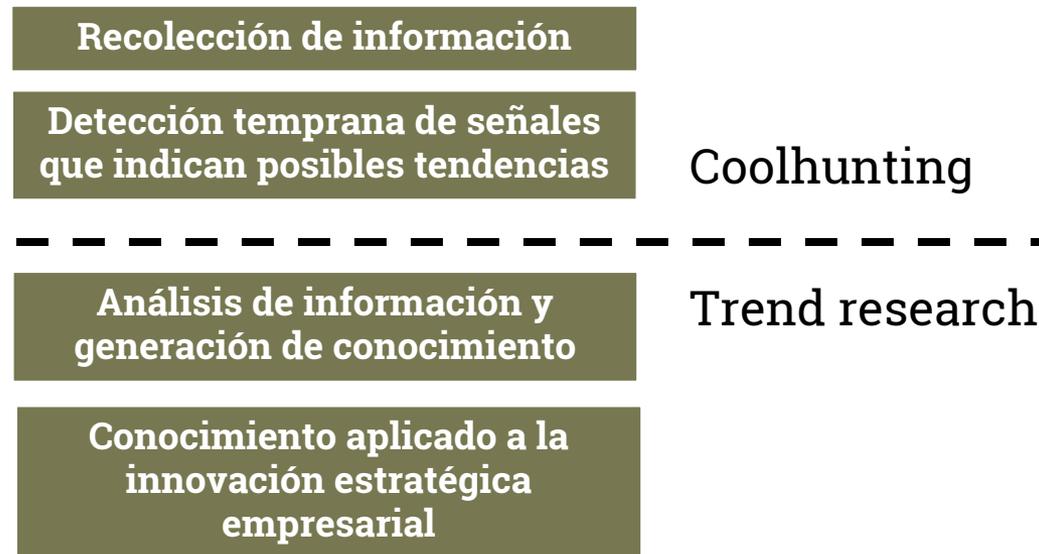
¿Qué es el coolhunting?

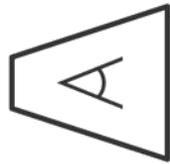
◀ ¿QUÉ ES EL COOLHUNTING?

- Coolhunting es una disciplina nacida en los años 90 en la industria de la moda, que se dedica a entender los gustos y percepciones de los consumidores, basándose en el concepto de lo cool.
- Las primeras empresas dedicadas al cool hunting aparecen a mitad de la década de los 90.
- La primera mención del término aparece en un artículo de Malcom Gladwell para The New Yorker que aparece en marzo de 1997 en el que se habla de los jóvenes que desempeñan esta nueva profesión.
- Se basan en un red de *coolhunters* (cazadores de tendencias) repartidos por todo el mundo que periódicamente aportan información sobre lo más destacado que ocurre en un núcleo de observación (fotos, relatos, artículos).

◀ ¿QUÉ ES EL COOLHUNTING?

La actividad de un *coolhunter* es básicamente, la recolección de información sobre temas de moda o tendencias.





**¿Qué son
tendencias?**



Una tendencias es una palanca de innovación, que me permite adelantarme al cambio y detectar oportunidades de forma temprana



◀ DEFINICIÓN DE TENDENCIA

Real Academia de la Lengua Española.

“Propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados finés”.

“Fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa”.

“Idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección”.

Glosario Prospectiva Madrid 2014.

“Series temporales de datos cuyo análisis y extrapolación nos permite proyectarlos en el futuro. Este método nos permite conocer el futuro tendencial, o libre de sorpresas, aquel en el que las cosas cambian en la misma dirección y al mismo ritmo que en el presente”

◀ DEFINICIÓN DE TENDENCIA

Las definiciones que se aplican a este término, aunque muy diversas, hacen fundamentalmente referencia a:

Propensión, inclinación.

Línea general, camino, dirección.

Movimiento.

Ideas.

Futuro.



DEFINICIÓN DE TENDENCIA

Tiene categorías muy amplias:

Idea religiosa, económica, política o artística.

◀ DEFINICIÓN DE TENDENCIA

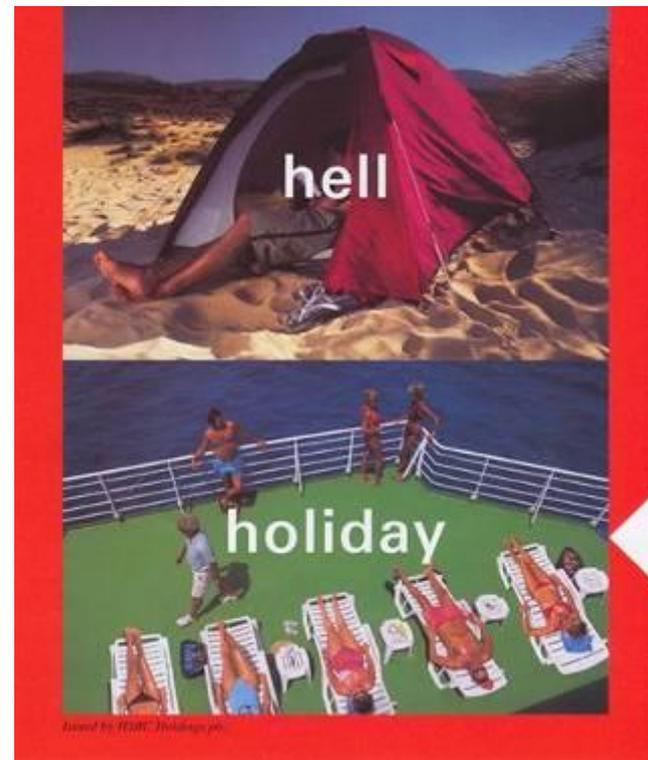
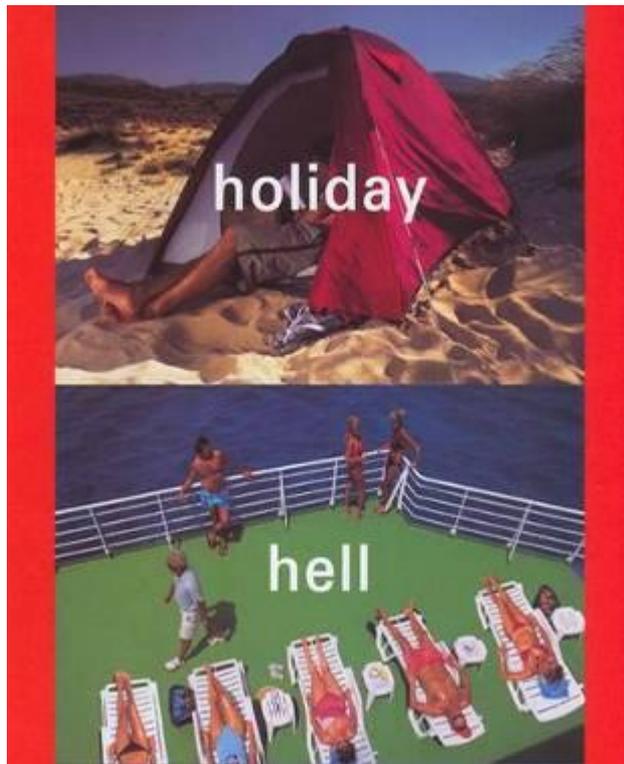
Macrotrend Vs Microtrend



**En el año 2050 las ciudades
acogerán al 70% de la población
mundial**

DEFINICIÓN DE TENDENCIA

No es universal ni sirve para todos por igual



◀ DEFINICIÓN DE TENDENCIA

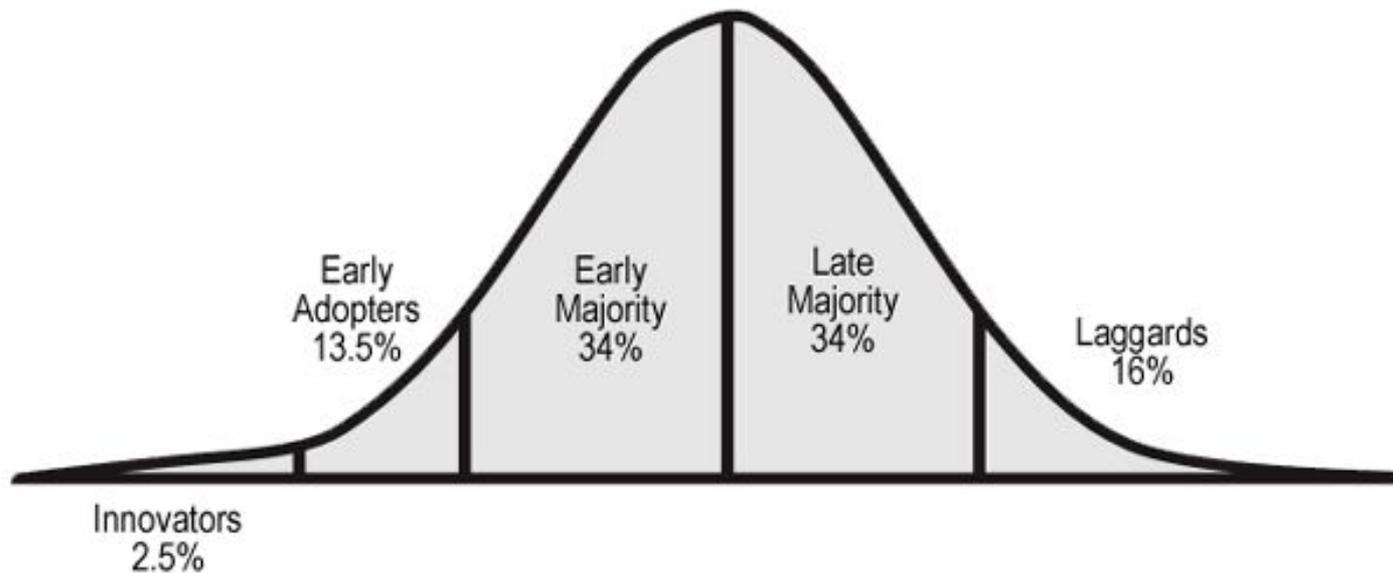
Una tendencia no excluye las otras



DEFINICIÓN DE TENDENCIA

1962

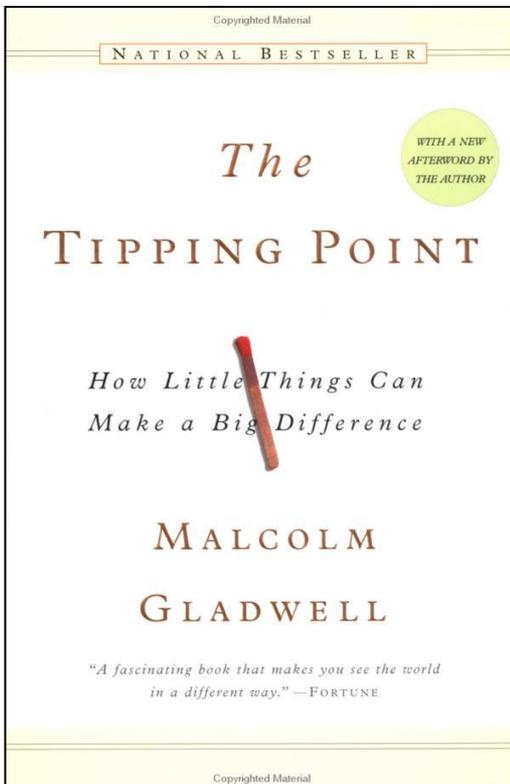
Categories of Innovativeness*



*From E.M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 4th edition (New York: The Free Press, 1995)

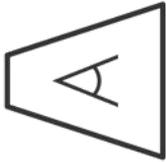
DEFINICIÓN DE TENDENCIA

LECTURA RECOMENDADA



"The tipping point. How little things can make a big difference".
Malcolm Gladwell. Editorial Little Brown, 2000.

1. La ley de unos pocos: buscar las futuras tendencias en el fringe, en lo extraordinario, en la periferia social, donde nadie parece hacer caso.
2. Mensaje pegadizo: la futura moda supone un punto de ruptura con la rutina, es divertida o atractiva, presenta un mensaje cool, que la hace deseable.
3. Poder del contexto: las modas se disparan cuando el entorno es propicio para ello.



**¿Para qué sirven las
tendencias?**

◀ ¿PARA QUÉ SIRVE?

Detectar los cambios que se producen en las motivaciones, gustos y preferencias del consumidor antes de que se conviertan en masivos con la intención de utilizar esta información para **innovar anticipándose a la competencia.**

◀ ¿PARA QUÉ SIRVE?

- Es un escaneo constante del mercado, hábitos y estilos de vida.
- Nos permite reconocer de forma temprana cambios en la sociedad.
- Para entender la manera como los consumidores viven y se relacionan con los productos y servicios. Saber qué quieren, que desean, a qué cosas aspiran y porqué.

◀ ¿PARA QUÉ SIRVE?

- Cuando el ciclo de producto requiere renovación.
- Cuando se quiere ampliar target groups.
- Cuando planeamos lanzar nuevos productos o servicios con éxito.
- Cuando planeamos abordar nuevos mercados.
- Identificar y analizar las tendencias que están alineadas con los planes estratégicos de la empresa y contribuyen a conseguir sus objetivos.
- Para identificar oportunidades de negocio, amenazas y nichos de mercado.
- Anticipar el posible impacto que la entrada de una tendencia puede tener para la organización.
- Conocer la tendencia para analizar cómo aprovecharla con fines comerciales y económicos.
- Monitorizar la evolución de las tendencias, puesto que las tendencias no son algo estático sino dinámico, por lo tanto van cambiando a lo largo del tiempo, debido a una serie de fuerzas o factores que influyen sobre ellas. Esto provoca que se aceleren, se frenen, cambien de rumbo o incluso desaparezcan.
- Conocer nuevas tecnologías y materiales que están tomando fuerza en el mercado.
- Identificar cambios de hábitos en los clientes actuales y potenciales.

◀ EL PODER DE LA EXCENTRICIDAD

**NOVEDAD
SOCIAL**



TENDENCIA



MODA



DIFERENCIA



HOMOGENEIDAD

◀ NOVEDAD, TENDENCIA Y MODA

- Novedad: en nuestro mundo surgen fenómenos novedosos a cada instante. Son hechos que, partiendo de cero o tomando como base otros previos, logran ser percibidos como diferentes.
- Tendencia: es la antesala de la moda. Hablamos de tendencia cuando una novedad comienza a ser adoptada por una masa crítica de consumidores capaz de generar en el grupo la sensación de que esa novedad debe ser adoptada.
- Moda: cuando la mayoría del grupo así lo considera; sólo el grupo decide qué es moda y qué no. No es necesario que todos los miembros del grupo lo adopten; basta con que consideren normal que otros lo hagan.

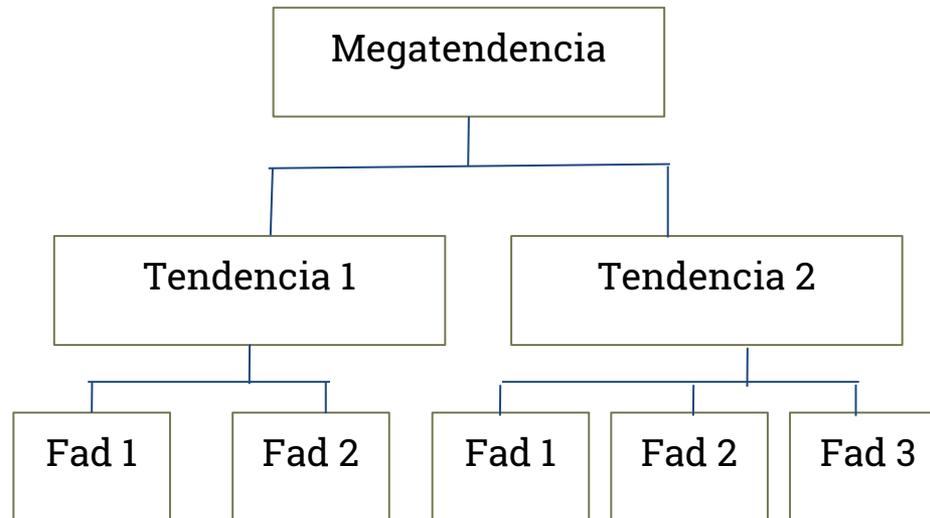
¿Y el fad?

El fad es una expresión de la tendencia efímera (una moda pasajera), mientras que la moda perdura más en el tiempo.

Se caracteriza además por el extremo entusiasmo en el que los usuarios adoptan esta manifestación y lo poco que dura.

Un fad es lo que se denomina una manifestación de la tendencia.

JERARQUÍA EN LAS TENDENCIAS



◀ 11 pasos para detectar y aprovechar tendencias



1

Decidir que quiero
extraer de las
tendencias



PLANIFICAR EL ESTUDIO

¿Para qué vamos a usar el estudio?

¿Qué áreas de la empresa serán afectadas?

¿Cuántos recursos voy a destinar?

¿Cómo se transfiere la información y se convierte en valor?

◀ PLANIFICAR EL ESTUDIO

Tendencias ...¿ en qué?



¿Dónde?



¿Con qué nivel de presencia en la oferta?



2

Las innovaciones:
nuestras unidades
mínimas de medida

◀ INNOVACIONES, PIEZAS CULTURALES

Innovaciones

Las innovaciones son novedades en producto, tecnología, hábito de consumo, comunicación y marketing, servicios...

Las innovaciones no son tendencias, pero son la unidad mínima de medida que nos permite identificarlas.

Sin innovaciones es difícil predecir una tendencia, porque se trata de una oportunidad no comprobada.

Las innovaciones nos permiten validar tendencias, y por tanto detectar oportunidades.

◀ INNOVACIONES, PIEZAS CULTURALES

Muchas innovaciones se convierte en 'experimentos fallidos'. Aún así **detectar las innovaciones que atraen y emocionan a los consumidores/usuarios** es fundamental para conocer las tendencias. **Incluso cuando son raras** y parecen ajenas a nuestro proyecto, pueden convertirse en fuentes de inspiración y abrir oportunidades.

◀ INNOVACIONES, PIEZAS CULTURALES

Evitar lo obvio, centrarnos en
**aspectos residuales pero
sostenidos.**

3

Adopta una visión
panóptica

◀ ANÁLISIS TRANSCULTURAL

- Método por el cual el investigador sobrevuela diferentes culturas y sectores para encontrar avistamientos de una tendencia en un sector que aparece en otros sectores de otros países o regiones.
- En el caso de que esto ocurra es una señal que indica la fortaleza de una tendencia y su capacidad de durar en el tiempo.
- Para ello un captador de tendencias ha de consultar una gran cantidad de medios de comunicación, fuentes de información así como visitar ferias y asistir a eventos, tanto del sector objeto de estudio como de aquellos que no lo son pero que tienen importancia

4

Detectar puntos de
tensión

◀ LOS PILARES DE LAS TENDENCIAS

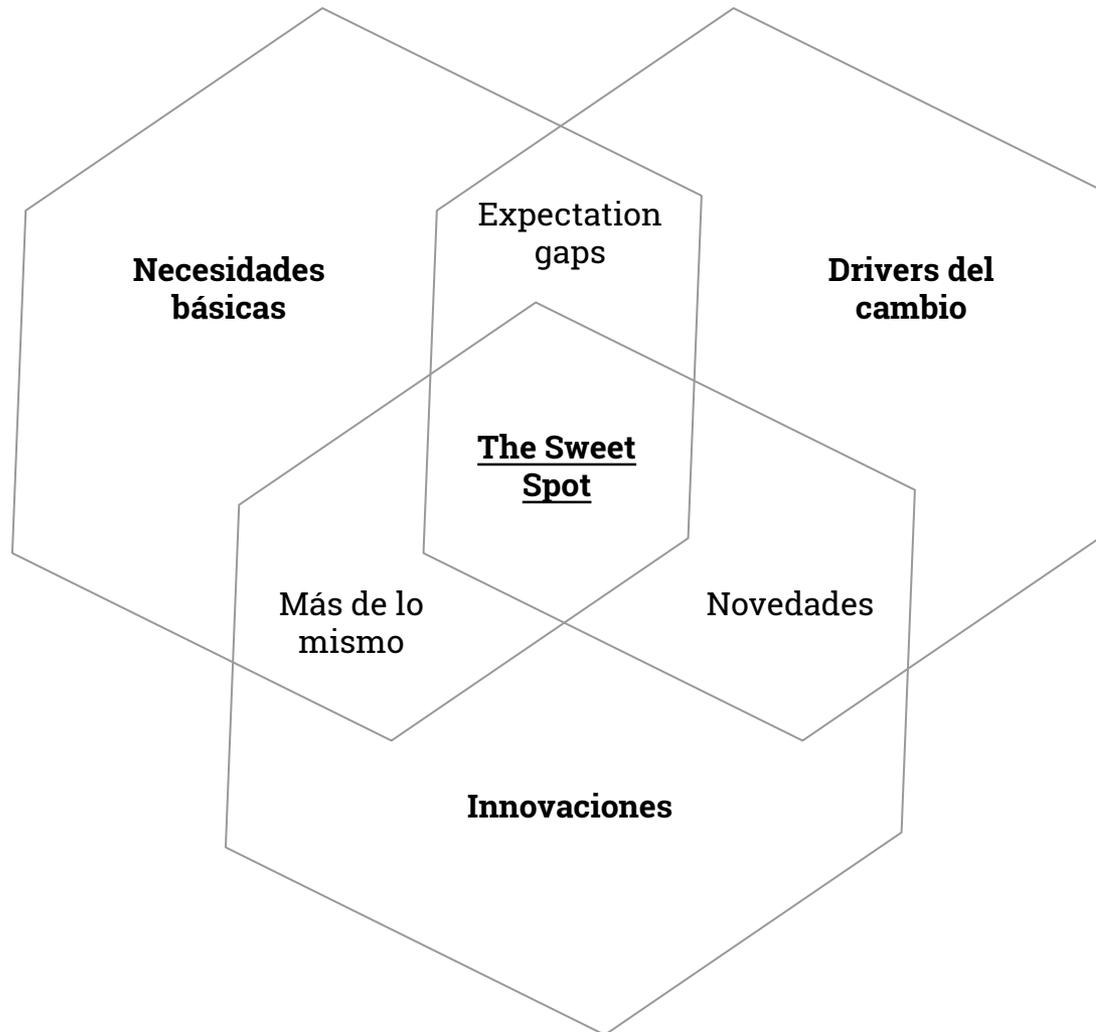
El secreto para aprovechar las oportunidades que generan las tendencias reside en identificar los **puntos de tensión entre lo que la gente quiere y lo que hay disponible** en la actualidad

◀ LOS PILARES DE LAS TENDENCIAS

Existen tres componentes principales que empujan las tendencias:

1. Necesidades básicas
2. Drivers de cambios
3. Innovaciones

◀ LOS PILARES DE LAS TENDENCIAS



5

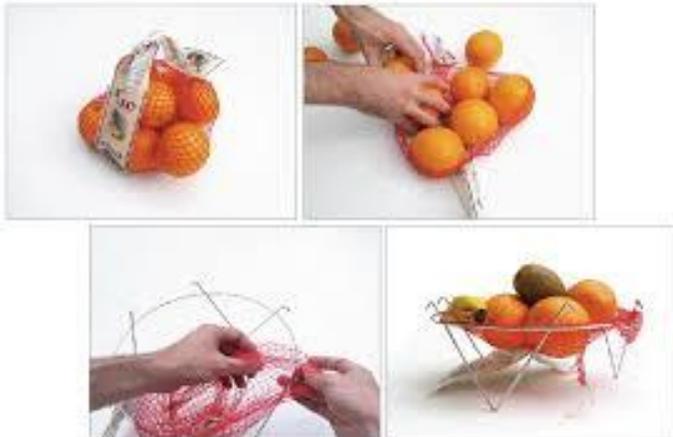
Detecta a los
influenciadores

◀ CREADORES Y DIFUSORES DE TENDENCIAS

Líderes de opinión



Activistas, grupos sociales,
diseñadores independientes...



Grandes empresas y marcas

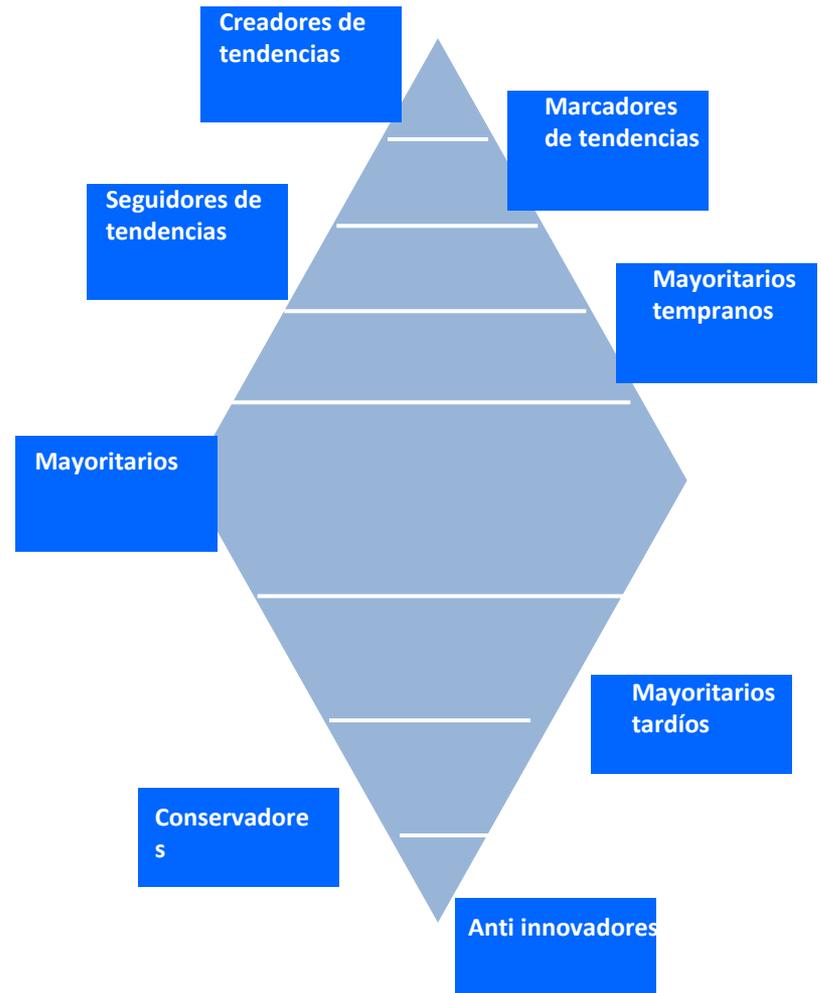


Medios de comunicación,
bloggers, personas marca



◀ CREADORES Y DIFUSORES DE TENDENCIAS

- ¿Qué velocidad tarda nuestro producto en caminar todo el recorrido?
- ¿Cómo son los perfiles concretos en cada uno de esos ciclos?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión en cada grupo?
- ¿En qué segmento se encuentran mis clientes?



6

Localizar los lugares
donde suceden las
tendencias

◀ DÓNDE MIRAR

Debemos adoptar una visión panóptica, pero acotada a todo aquello que puede tener mayor influencia en la evolución de las motivaciones mis usuarios, actuales y potenciales.

◀ DÓNDE MIRAR

- Hubs: El término hub se utiliza como una especie de denominación de origen para el fenómeno cool. Es un **entorno**, normalmente una gran urbe, **que sirve como caldo de cultivo para que el fenómeno cool**, en todas sus manifestaciones, se reproduzca con carácter de continuidad. Tiene una serie de características:
 - Miscelánea
 - Apoyo institucional o corporativo
 - Complicidad mediática
 - Elemento poblacional
- Hotspots: Son espacios que no llegan a ser hubs porque carecen de algunas de las características anteriores, pero cuya unicidad o conceptualización los hace relevantes como fuentes de apropiación precisamente por su originalidad y su aparente inaccesibilidad.
 - Hotspots urbanos: ciudades que reclaman su estatus de hub, pero que no alcanzan la proyección suficiente. Ej. Viena
 - Hotspots conceptuales: agrupaciones o espacios y ciudades que en un determinado concepto se define claramente como el lugar destacado. Ej: Angouleme si hablamos de comics, Disneyworld si hablamos de parques temáticos.
 - Hotspots digitales: determinadas redes sociales, páginas web y productos de entretenimiento audiovisual masivo que incluyen buena parte de los elementos que definen un hub. Ej: HBO, Twitter, Google

7

Definir mis fuentes de
información

**Definir nuestras fuentes es
clave para conseguir
información de calidad**



◀ LAS FUENTES

FUENTES PRIMARIAS

Testimonio o evidencia directa sobre el tema.

FUENTES SECUNDARIAS

Una fuente secundaria interpreta y analiza fuentes primarias.



LAS FUENTES

FUENTES PRIMARIAS

Testimonio o evidencia directa sobre el tema.

- **Contacto directo con los clientes:**
puntos de venta, promotores,
centrales de compra...
- **Charlas informales con colegas**
- **Observación del consumidor en el punto de venta**
- **Ferias y eventos sectoriales**
- **Producto**

FUENTES SECUNDARIAS

Una fuente secundaria interpreta y analiza fuentes primarias.

- **Publicaciones de tendencias**
- **Revistas**
- **Páginas online**
- **Estudios sobre comportamiento de consumidor**
- **Estudios de mercado sectoriales**

◀ LAS FUENTES

Future
LAB concept

English

Overview

Tools

Services

Festival

Publications

Contacts

Search ...



Hits & Hots: March 2017

Free The Feed campaign by Mother London – United Kingdom. [Read more ...](#)

Latest - [View all updates »](#)



Radio 24 – Essere e Avere: Focus sui trend



Radio 24 – Essere e Avere: Il Consum-Autore



InnovAction: Trends, People and Knowledge –



Agorà: Il saliscindi

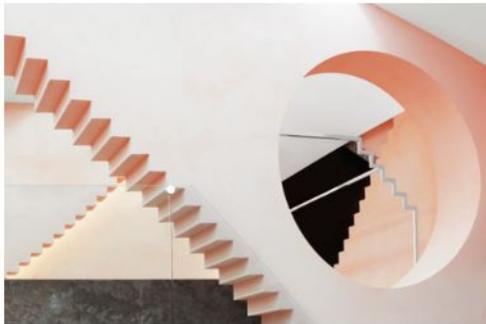


SEARCH

EMAIL
PASSWORD

LOG IN
REGISTER

ALL | REPORTS | TREND PRESENTATIONS | PRODUCTS | WORKSHOPS | EVENTS



Homepage

UK LUXURY FUTURES FORUM 2017

A detailed exploration of the post-Brexit luxury landscape, examining the consumer trends and behaviour set to challenge the sector in the future. DATE : 5 July 2017
LOCATION : 26 Elder Street, ...[READ MORE](#)



Trend Presentations

RETAIL FUTURES

The world of retail stands on unsteady ground in 2017. The ramifications of geopolitical events such as Brexit and the election of Donald Trump as President of the US are...[READ MORE](#)



Reports

THE AGE OF RE-ENGAGEMENT REPORT 2017

The Age of Re-engagement 2017 report explores three key macro trends that will shape the business landscape in the months and years ahead. : Civic Brands With the decline of the...[READ MORE](#)



Trend Presentations



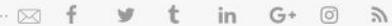
Research Projects & Programs

We put a great deal of effort into our own research, exploring the frontiers of contemporary business and society and developing new tools and methods to be able to better serve our clients' needs. Find some of our research projects and programs [here](#).

Ongoing Research Projects



LATEST INNOVATIONS



 Finance app encourages couples to talk about money and wealth



 Secure application lets parents keep watch on hospitalized babies



 Portable, smart solar panels make renewable energy easy



 Embedded nano-sensors create smart bandages

These ideas are sourced from our network of over

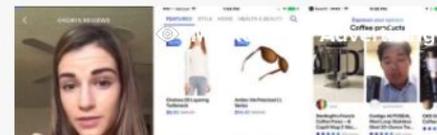
20816



from **190+** countries



 Free smartphone service helps hotel guests enjoy their stay





“What will my customers want next?”

Our consumer trends, insights & tools will empower you to build brands that matter, products that delight and campaigns people can't stop talking about.

Subscribe to our monthly trend and innovation updates:

Sign up



IDEAS

Are Your Buying Habits Remotely Ethical? This Bank Account Will Tell You

FWLA A Meeting of the Most Creative Minds
May 16-17, 2017 / Los Angeles
[LEARN MORE](#)

NEWS

7:44 PM

Kit and Ace closes all U.S. stores and cuts HQ staff

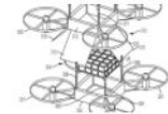


4:00 PM

This startup wants to make a personal air-quality tester that plugs into your iPhone

2:39 PM

IBM patents ability to transfer packages between drones



2:33 PM

Juno is terminating its stock program for drivers

In the terminated (ESU) program, the more you drive, the more you can earn. You will receive an email in the coming days explaining how the new plan will work.
In addition, and in recognition of your efforts, the new plan will give you credit for the driving you have already completed for Juno under the Juno ESU program and implementation. Once you sign up to the new plan and agree to its terms, this will apply regardless of whether or not Juno provided you with a Juno ESU award letter, as we did in July 2016.

ADVERTISEMENT

LIMITED-TIME OFFER

3 ISSUES FOR €1



Instant access to our latest issue featuring Facebook Founder Mark Zuckerberg

[TRY IT NOW →](#)



IBD

The Case Against Empathy

LATEST

IBD

Last Chance To Enter The 2017 Innovation By Design Awards!



GRAPHIC

Designers (Mostly) Love HuffPost's Bold Redesign



IBD

The Case Against Empathy



PRODUCT

One Way To Sell Ivanka Trump's Horrid Design? Debrand It



PRODUCT

These Beautiful Acoustic



Fashion Revolution Week 2017: How Retailers Can Increase Brand Transparency

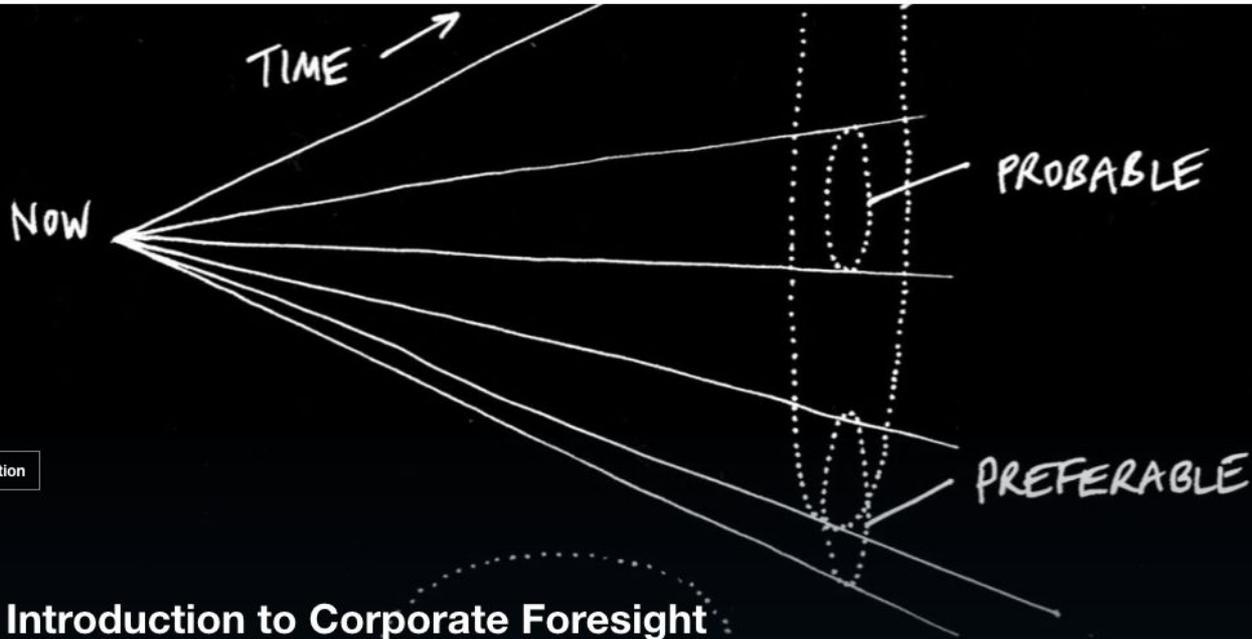
11 hours ago
— Story by [Catarina Lambranh](#)



@wgsn



We facilitate conversations about change. ✕



Publication

An Introduction to Corporate Foresight

Introduction to corporate foresight, including key principles and methods.

Tools



Tools



Services



Protein

[Home](#) [Feed](#) [Observations](#) [Profiles](#) [Tribes](#) [Reports](#) 
 [Fashion](#) [Food & Drink](#) [Music](#) [Science & Technology](#) [Everything else](#) [...](#)



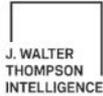
Reprezent: You Can't Stop a Radio Wave

Reprezent Radio has been pushing out quality sound from its home in south London for almost a decade. Already recognised as one of the city's premier stations, it's now starting to step further into the spotlight. We caught up with some of the team to get the story

[Read more →](#)

⁰¹ Meet Sudan, Tinder's Most Desirable Date

[Want to chat](#)



About

Services ▾

Follow us

TECH

LIFESTYLE

HEALTH

CULTURE

RETAIL

FOOD+DRINK

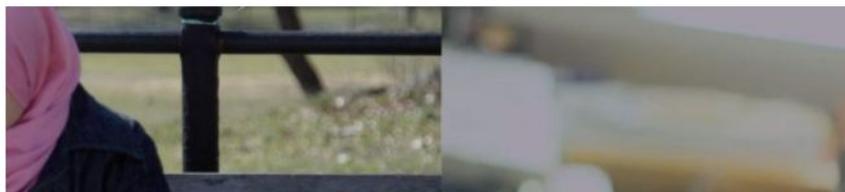
Q&A

TREND REPORTS



HEALTH

New trend report: The Well Economy



POPULAR

1.

The new Muslim consumer landscape



Photography by Ania Wawrzkowicz

◀ LAS FUENTES

MUST READ FAST FASHION, SLOWING DOWN

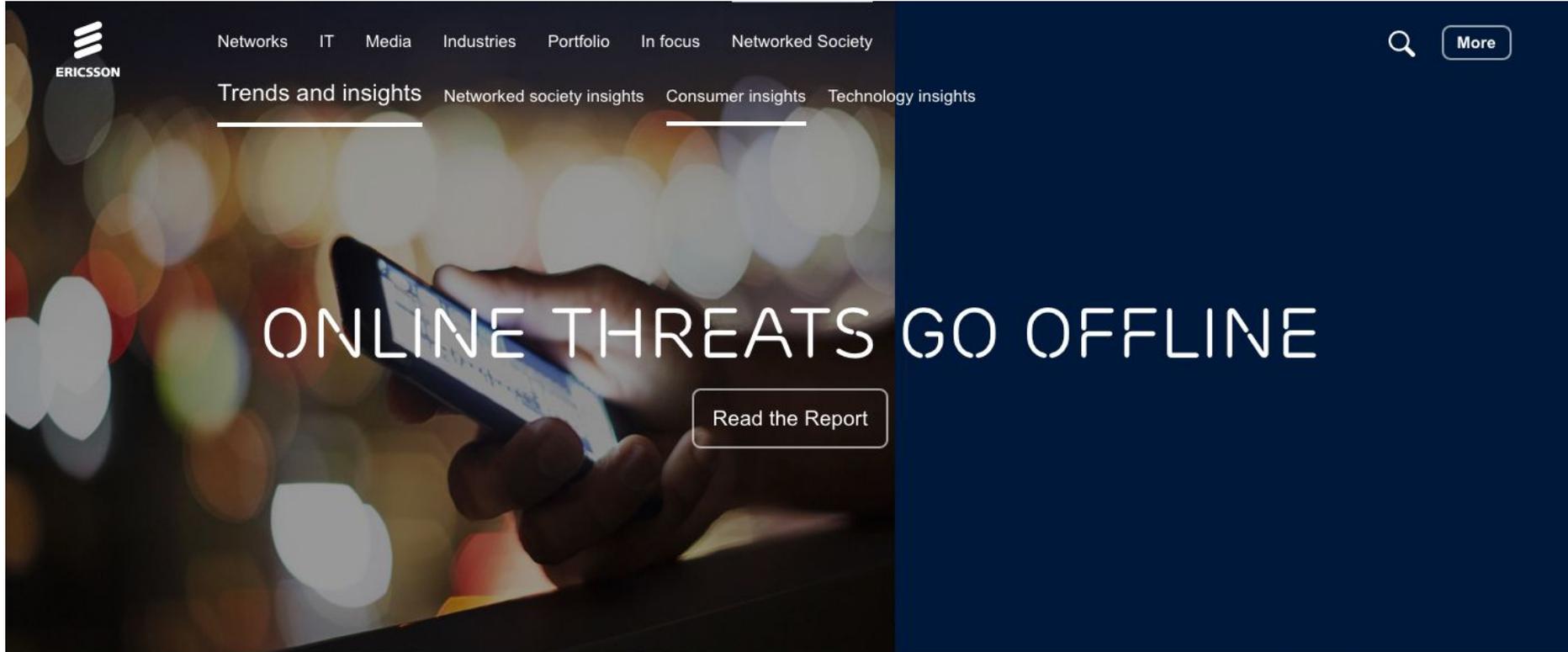
🐦 f in Search... 🔍

SCENARIO MAGAZINE



ABOUT ▾ ARTICLES ▾ BLOG PHOTO SERIES' GET SCENARIO ▾ SCENARIO SIX BELLS ▾ CONTACT ▾





The image shows a promotional banner for an Ericsson ConsumerLab report. The background is a dark blue gradient with a blurred image of a hand holding a smartphone. The text 'ONLINE THREATS GO OFFLINE' is prominently displayed in white, uppercase letters. Below the title is a white button with the text 'Read the Report'. The top of the banner features the Ericsson logo and a navigation menu with categories like Networks, IT, Media, Industries, Portfolio, In focus, and Networked Society. A search icon and a 'More' button are also visible in the top right corner.

ERICSSON

Networks IT Media Industries Portfolio In focus Networked Society

Trends and insights Networked society insights Consumer insights Technology insights

ONLINE THREATS GO OFFLINE

Read the Report

Networked society insights Consumer insights Technology insights

Ericsson ConsumerLab – The voice of the consumer

◀ LAS FUENTES



ABOUT US
CONTACT US

Feedback

PLAY

STUDY

BUSINESS



EST. THE COOL HUNTER 2001

INTERNATIONALLY CURATED, DELIVERED GLOBALLY

HOME

ARCHITECTURE

ART

DESIGN

TRAVEL

LIFESTYLE

ENTERTAINER ICE BUCKET

"Brass with genuine leather handles"

READ MORE



FROM OUR SHOP





Show All The Best

[PRO Filters](#)



TOP 20



PREVIOUS

NEXT

Today Week Month

#20 Englishman-Inspired Drawer Units

The 'Marquis Cherry Valet' is a coat rack, pant rack, drawer unit, and top storage unit all-in-one. This piece is a must-have for any man because it nearly acts as a closet in its own... (GALLERY)

[Full Article]



#1 in Trends

Trend Hunter is the world's largest, most popular collection of cutting edge ideas, fueled by 131,000 insatiably curious people. Our trends and trend reports help brands, media and innovators Find Better Ideas, Faster™ [More]

Join **3,000,000** on the Cutting Edge



Articles:	Monthly Views:	Hunters:
211,905	55,000,000	130,535

About Us	Innovation Keynotes
Newsletter	Trend Advisory
Internships	Trend Reports
Jobs	Workshops
Advertise	Innovation Book
Tips / Contact	Research

Copyright © TREND HUNTER Inc. All Rights Reserved. [Terms of Use](#) [Privacy](#)

COOL HUNTING TODAY

Today



CULTURE / STORY

Making Miniatures Fly at Gulliver's Gate

We talk to Adrian Davies, head of model-making, about the 2,200 square foot airport they're building



Read

Look

Word of Mouth: Adirondacks

Link

Buy

Listen

Travel



Frame The Future

PSFK provides insights to guide strategy in retail, advertising and product.

Learn more about our [PSFK Creative Intelligence Platform](#)



SAVED SEARCH

EMAIL ALERTS

FAVORITES

SHARED

PSFK 2017 CONFERENCE (5)



Join Us For A Dynamic Day Of Learning And Exchange At PSFK 2017!

ADVERTISING

8

Generar una rutina

LA RUTINA

Unpin

Today

Read later

FEEDS

- All 324
- Favorites
- architecture 18
- art 2
- business 41
- Casa del futuro 1
- ceramica 15
- comunicación y grafico 32
- cook 22
- coolhunting
- design 101
- economy 1
- Oficina_trends 1
- OTH
- social 29
- Social media
- sustainability 23
- tech 47
- trends research 77
- Urbanism 17
- Clap!
- Idear Ideas
- materiales

+ ADD CONTENT



Search



All

MOST POPULAR



desktop metal's 3D printer creates objects from steel, titanium + copper

500+ designboom / by martin hislop | designboom / 7h

for the first time precise metal 3D printing for both prototyping and mass production will be available across industries – at speeds 100 times faster. The post desktop metal's 3D printer creates objects from steel, titanium + copper

The race to build the world's first sex robot

300+ Technology / by Jenny Kleeman / 4h

The \$30bn sex tech industry is about to unveil its biggest blockbuster: a \$15,000 robot companion that talks, learns, and never says no In the brightly lit robotics workshop at Abyss Creations' factory in San Marcos, California, a life-size

Sgt Pepper: listen to an unreleased outtake of the Beatles' classic

94 Culture | The Guardian / by Guardian music / 36min

To celebrate 50 years since the release of the Fab Four's masterpiece, we have an exclusive recording from the legendary sessions It was 50 years ago today that Sgt Pepper taught the band to play. Which means it must also have been just

TODAY

How can I free up some disk space on my Windows 10 PC?

4 Technology / by Jack Schofield / 3min

Andy's PC has less storage space on an almost daily basis and he would like to get some of it back ... I frequently use the Disk Cleanup facility in Windows 10, but the amount of disk space taken up increases almost on a daily basis. Despite

324

✓

↻

👤

YOU MIGHT ALSO LIKE



Signal v. Noise
64K followers /



Chips with everything -
The Guardian
1K followers /



The Setup
7K followers /

Constancia
Hábito
Rigor
Flujo

9

Registrar y analizar

SISTEMA DE REGISTRO

NOTAS

1477 notas Opciones ▾

▼ RECORDATORIOS ⚙️

pepacasado's libreta ▶

Inbox – pepadamato@g...
HACE 46 MINUTOS
Inbox – pepadamato@gmail.com De Bla Station para 9:36 Thank you for

Bla Station | iSaloni 2017
HACE 47 MINUTOS
iSaloni 2017

The UA ArchiTech Futu...
HACE 1 HORA
The UA ArchiTech Futurist Floats Atop 3D Printed Midsols Get used to seeing "3D printed

Sale a la venta un tej... 🔖 🕒 ★ 🗑️
HACE 2 HORAS
Sale a la venta un tejido que elimina los agujeros frotando durante 10 segundos Lo

Pequeños placeres que ...
HACE 2 HORAS
Pequeños placeres que nunca pensaste que te fliparían Once cosas en las que antes ni te

feedly: organize, read a...
HACE 2 HORAS
Unpin Today Read later feeds 415 All 415 Estilos de vida y consumo 35 Co.Design 32 Cool

feedly: organize, read a...



Lifestyle Trend Box 17 ▼ Nueva etiqueta...



Compartir ▾



El futuro de la comida es ser Vegano

<http://www.nellyrodilab.com/creative-culture/futur-food-il-vegan.html>

Lorsque Vogue annonce que nous sommes rentrés dans l'ère de l'herbivore sexy, le magazine met en évidence l'évolution rapide des nouvelles pratiques alimentaires du plus grand nombre depuis ces cinq dernières années. Un réveil des consciences, lié à une forte exigence de transparence doublée d'une plus grande accessibilité aux produits. Le manger sain a pris d'assaut les réseaux sociaux et une communauté healthy s'est développée online et offline. Basé sur une alimentation principalement végétale et idéalement bio, on assiste à une forme de démocratisation des régimes alimentaires végétariens voire végétaliens.

Les menus des restaurants du monde entier se mettent à jour, des grandes chaînes à l'instar de « Prêt à Manger » se tournent vers des offres plus saines et végétaliennes tandis que des personnalités comme Beyoncé, Bill Clinton, Gwyneth Paltrow ou encore Bill Gates – celui ci mise sur un futur de la food sans viande – vantent les mérites d'une alimentation vegan.



Leer antes de guardar
Etiquetar y categorizar
Share

SISTEMA DE REGISTRO

exprime
los
megas!

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://news.fastcompany.com/this-startup-wants-to-make-a-personal-air-quality-tester-that-plugs-into-your-iphone-4035810>. The page features a header with the IE School of Human Sciences & Technology logo and navigation links for CONSUMER INSIGHTS, MARKETING, and BUSINESS. The main article is titled "This startup wants to make a personal air-quality tester that plugs into your iPhone" and is dated 04.26.17 | 4:00 PM. The article text describes a Silicon Valley startup, Sprimo Labs, and its product. A sharing menu is open on the right, with "Artículo simplificado" highlighted in red. An advertisement for Adobe is visible on the right side of the page.

04.26.17 | 4:00 PM

This startup wants to make a personal air-quality tester that plugs into your iPhone

A Silicon Valley startup wants to make a personal air-quality tester a reality, and the perfect stocking stuffer for the next Erin Brockovich or [Karen Silkwood](#) in your life. [Sprimo Labs](#), the air fanatics behind a [personal air purifier](#) that was [unveiled at CES](#) earlier this year, came up with a diminutive tester that **plugs into your iPhone to give real-time air-quality scores**. The tiny device reportedly checks the air for VOCs (volatile organic compounds) in your office, home, or the back seat of the car where you're stuck with your brothers on a road trip. The product is currently over at [Kickstarter](#), where it already **blew way past its \$15,000 funding goal**. Check out the videos and decide for yourself if testing VOCs in every room you enter needs to be a part of your daily routine. *—ML*

KAREN SILKWOOD

04.26.17 | 7:44 PM

Kit and Ace closes all U.S. stores and cuts HQ staff

10

Ser capaz de trazar la
tendencia



TRAZABILIDAD

Ser capaces de mostrar:

- Causas de la tendencia: de dónde viene cada fenómeno (necesidades y drivers del cambio)
- Y cuál es su relación con otros fenómenos y sectores.



LA REGLA DE 3 VECES

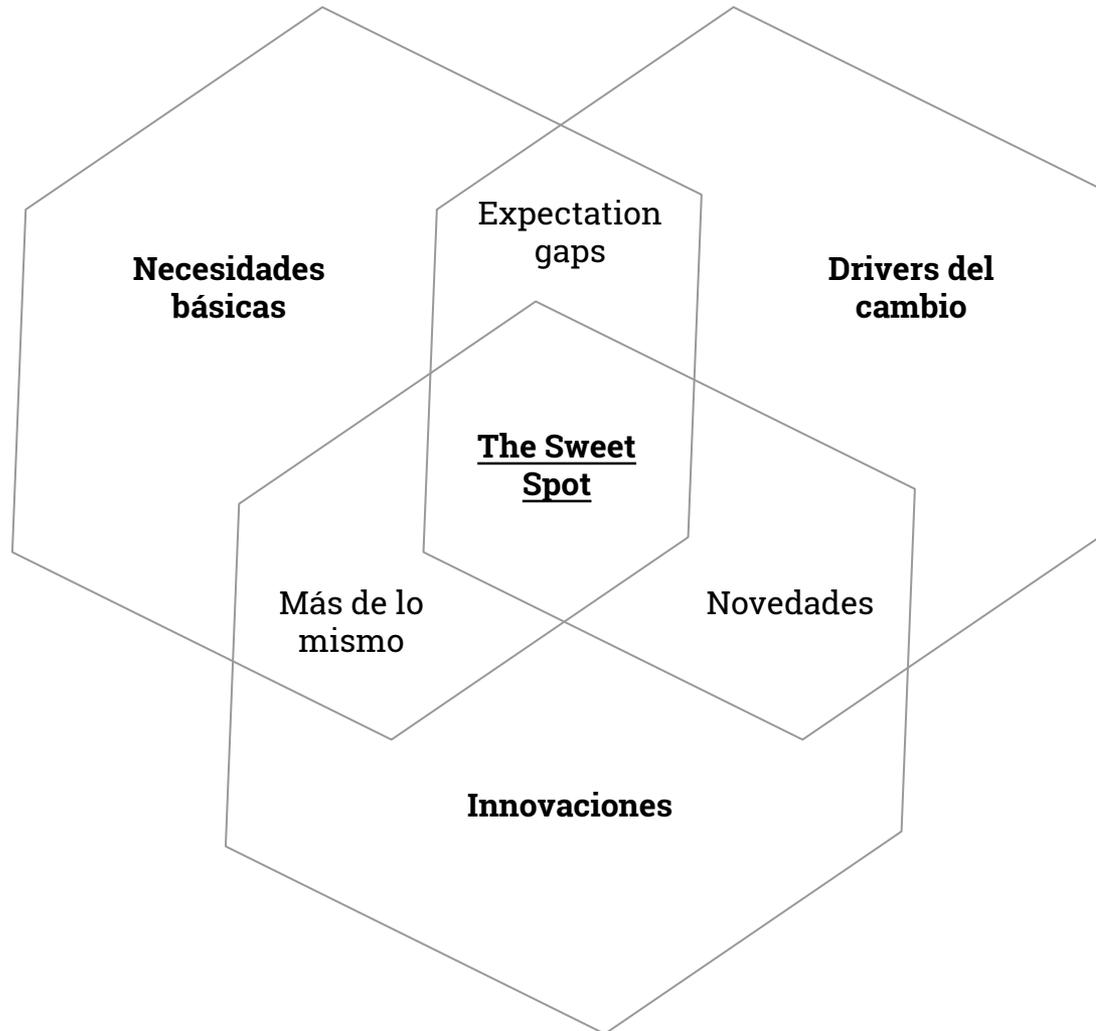
- Se utiliza para poner a prueba la validez de una idea o tendencia en una serie de sectores industriales o disciplinar culturales.
 - 3 ejemplos dentro del mismo sector
 - 3 productos diferentes que compartan referencias estéticas, sociales o intelectuales dentro de otros 3 campos no relacionados entre sí

11

Dar valor



DETECTAR OPORTUNIDADES / FORMULAR PROPUESTAS





SISTEMA DE REGISTRO

All who claim to foretell or forecast the future are inevitably liars, for the future is not written anywhere...Because the future has to be built.

-Gaston Berger

Las tendencias permiten vislumbrar el futuro para afrontar el presente. No son una fórmula secreta para el éxito, sino una herramienta para tomar decisiones.

Porque el futuro es ahora.

www.future-a.com 
future-a@future-a.com 
<https://www.facebook.com/futuraa.ahora>
https://twitter.com/futureA_ 