

Erre que erre

Running se escribe con "r", la letra más común del verbo correr. La letra con la que empieza rentabilidad, que es la que obtienen muchos detallistas ahora mismo con esta categoría de producto pese a estar en recesión, otro vocablo que comparte inicial con rotación, que es lo que se persigue en las tiendas de Rota, de Reus y de Ribadesella.

Razonable también arranca con "r", como remedios, que son los que habrá que buscar si no hay marcha atrás en esa irresponsable (con doble "r") decisión de la Real Federación Española de Atletismo (advirtiéndose cuál es su primera inicial del organismo) de seguir adelante con ese rechazado, reprobado, roñoso y ridículo Carnet del Corredor.

Ya aludimos, en nuestro editorial del pasado mes de abril, de los peligros de echar a rodar (con "r" por delante y por detrás) uno de los logros que el deporte popular había conseguido en los últimos años. Nuestra denuncia encontró réplica por parte del ente federativo, en un signo evidente que el artículo había escocido entre sus responsables (empleando este político recurso, el término también empieza por "r"). En ese momento, desde la Federación se expuso que el carnet en cuestión era "totalmente gratuito en su forma básica" y se informaba que existía una versión Plus voluntaria de pago. Las ventajas que ofrecía esta segunda opción ni habían sido demandadas por la comunidad corredora ni justificaban el pago del peaje. Pero la RFEA (a quien no discutiremos la "R"), erre que erre en sus planteamientos. Lejos de escuchar a la gran masa de aficionados a las carreras pedestres y menospreciando al mercado del deporte, y más concretamente al del running, continuó con su particular guerra con el propósito de rascar (por delante y por detrás, la "r") algo de negocio sin aportar absolutamente nada ni a corredores ni al deporte en general. Y, tras intentar forzar a los runners a suscribirse sin obtener la respuesta esperada, ahora es el momento de chantajear a los organizadores de las carreras populares, importándoles poco el daño que pueden propinar a eventos atléticos con una consolidada trayectoria como pueden ser las medias maratones de Granollers (considerada por los expertos como la mejor del panorama nacional) o de Barcelona.

Responsable sí ha sido la actitud de algunos de los organizadores, incluyendo ayuntamientos, que se han negado a ceder a las provocaciones federativas, ni que sea escudándose en la improcedencia de facilitar los datos personales de los participantes en las carreras. Erre que erre han sabido mantenerse en respuesta a las presiones de la RFEA, ejecutando sus amenazas de suprimir emblemáticas pruebas de su calendario, retirando a las mismas la internacionalidad e impidiendo el concurso de atletas extranjeros. Incluso la maratón de Barcelona, que al cierre de esta edición ya había superado el récord de 15.000 inscritos, ha tenido que defender a capa y espada su postura ante la intransigencia de un ente federativo que presta más atención a su bolsillo que a la salud del deporte. Bastaría que quienes dirigen los designios del atletismo español se pasearan por los foros de corredores (que más que circulan corren por Internet) para darse cuenta del error cometido. Los aficionados a este sano deporte que es sinónimo de libertad no están dispuestos a tener que pagar un suplemento en unas inscripciones que, ya de por sí, resultan bastante elevadas para que se las embolsen unos representantes federativos que no han demostrado precisamente mucha sensibilidad para con el deporte popular.

Confiamos que finalmente se imponga la cordura y que este invento que no aporta nada al running y que puede restar mucho a la industria y a la distribución deportivas sea definitivamente destrerrado. Desde nuestras páginas, siempre nos mantendremos, erre que erre, en nuestro propósito de apoyar cualquier iniciativa que entendamos que ayuda a cohesionar y a hacer más fuerte el sector (que acaba con "r").

La programación del profesional

✕ Cursos:

LA REVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN EL SECTOR RETAIL

Fecha: 22 y 29 de marzo.
Horario: De 10 a 14 horas.
Lugar: Escodi, Terrassa (Barcelona).
Precio: 112 €.
Más información e inscripciones:
Tel. 93 783 97 45.
Mail: escodi@escodi.com

CÓMO AUMENTAR EL TIQUET MEDIO

Fecha: 12 de abril.
Horario: De 9 a 15 horas.
Lugar: Barcelona.
Precio: 84 €.
Más información e inscripciones:
Tel. 93 783 97 45.
Mail: escodi@escodi.com

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE CENTRALES DE COMPRA Y SERVICIOS

Fecha: De abril a junio.
Lugar: Barcelona.

Precio: 2.300 € (socios Aneco 1.800 €).

Más información e inscripciones:
Tel. 93 783 97 45.
Mail: escodi@escodi.com

✕ Ferias:

MARATÓ EXPO
Fecha: Del 4 al 5 de marzo.
Lugar: Barcelona.

SALÓ DE LA IMMERSIÓ
Fecha: Del 11 al 13 de marzo.
Lugar: Cornellà de Llobregat (Barcelona).

IWA
Fecha: Del 11 al 14 de marzo.
Lugar: Nüremberg (Alemania).

MODACALZADO+IBERPIEL
Fecha: Del 13 al 15 de marzo.
Lugar: Madrid.

PROWINTER
Fecha: Del 13 al 15 de abril.
Lugar: Bolzano (Italia).

SPORTS UNLIMITED VALENCIA

Fecha: Del 17 al 19 de mayo.
Lugar: Valencia.

TECHTEXTIL
Fecha: Del 24 al 26 de mayo.
Lugar: Fráncfort (Alemania).

BREAD & BUTTER BERLÍN
Fecha: Del 6 al 8 de julio.
Lugar: Berlín.

OUTDOOR
Fecha: Del 14 al 17 de julio.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

BIKE EXPO
Fecha: Del 21 al 24 de julio.
Lugar: Múnich (Alemania).

EUROBIKE
Fecha: Del 30 de agosto al 3 de septiembre.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

MODACALZADO+IBERPIEL
Fecha: Del 11 al 13 de septiembre.
Lugar: Madrid.

> ¿POR QUÉ CONSUMIMOS?

El mito de los estudios de mercado y las verdades sobre la psicología del comprador y su comportamiento

Conocer al consumidor y cuáles son sus hábitos de compra resulta fundamental a la hora de decidir qué le ofrecemos.

Ediciones Urano nos propone en esta ocasión adentrarnos en el comportamiento del consumidor para saber cuáles son los factores que intervienen en su decisión de compra y de consumo. Philip Graves es el autor de este título que ayuda a comprender el modo de proceder y de actuar de ese sujeto al que denominamos consumidor y, sobre todo, descubriremos cómo seducirle y conseguir conectar con él de manera eficiente para alcanzar nuestro objetivo: que se decante por nuestra oferta.



FE DE ERRATAS: En la edición nº 417 de Diffusion Sport Gaceta, por un error atribuible a la identificación informática de los archivos, varias de las imágenes aparecidas en el showroom de la marca Atomic no se correspondían con el artículo descrito. Desde Diffusion Sport deseamos pedir disculpas a Amer Sports Spain por este error totalmente ajeno a nuestra voluntad. Los artículos presentados en dicho showroom serán debidamente reproducidos en la próxima edición de Diffusion Sport Magazine.