editorial

Distancias y medidas en el siglo XXI

Hubo un tiempo en que las distancias entre ciudades se medían en leguas; o, incluso, en días de viaje. Unas medidas que, con el tiempo, se fueron adaptando a los cambios: con la entrada en funcionamiento del sistema métrico decimal esas distancias se medían en kilómetros, y los avances en los transportes propiciaron que se acortaran los trayectos y que pasaran a calcularse en horas de viaje.

La revolución digital, sin embargo, ha desterrado esas formas de medir. En la actualidad, cualquier persona de Salamanca no sólo puede hablar simultáneamente con otra en Santiago de Chile sino que, incluso, las posibilidades virtuales le permitirían disfrutar de una experiencia similar a la de volar en avioneta por el Gran Cañón de Colorado desde la butaca de su domicilio en la capital salmantina.

Unas décadas atrás, cualquier punto de venta de deporte contaba con un área de influencia en la cual intervenían básicamente factores geográficos (aunque también el grado de compertencia en la zona). En la actualidad, la distancia con el consumidor se ha reducido a un clic, pues el comerciante tiene a su alcance el inmenso mercado mundial. El universo de Internet permite acceder a un público potencial de más de siete millones de habitantes. Para ello, basta con un mínimo de inquietud digital, sacudirse los temores de enfrentarse a la Red y emprender la aventura de la venta online con la máxima ambición.

No estamos afirmando que el ecommerce sea coser y cantar. Es necesario aplicar el mismo esmero que cualquier detallista haría en su tienda a pie de calle: conocer al consumidor, saber seleccionar el producto, diseñar una estrategia, llevar a cabo promociones... Y, por supuesto, controlar las cuentas de resultados.

Las nuevas tecnologías constituyen una gran oportunidad; en todos los ámbitos, incluido el comercio. Y una de las ventajas que entrañan reside en su capacidad para medir. Porque sin medir no existe posibilidad de evaluar. Y, sin evaluar, no hay opciones de mejora. Es tiempo, pues, de tomar medidas. «

AGENDA

EVENTOS

SPORT BUSINESS DAY
Fecha: 20 de septiembre.
Lugar: Madrid.

EUROPEAN OUTDOOR SUMMIT
Fechas: 29 y 30 de septiembre.
Lugar: Barcelona.

WOMEN IN BOARD & ACTION SPORTS
Fechas: Del 29 de septiembre al 2 de octubre.
Lugar: Montgat (Barcelona).

CONVENCIONES

ANZAMAR
Campaña primavera/verano 2017.
Fecha: 17 y 18 de junio.
Lugar: Málaga.

GIRO 180
Campaña de textil, calzado y accesorios primavera/verano 2017.
Fecha: 3 y 4 de julio.
Lugar: Gijón (Asturias).

TWINNER IBERIA
Campaña primavera/verano 2017.
Fecha: Del 7 al 9 de julio.
Lugar: Zaragoza.

TOTALSPORT
Campaña primavera/verano 2017.
Fecha: 8 de julio.
Lugar: Zaragoza.

BASE
Campaña primavera/verano 2017.
Fechas: Del 17 al 19 de julio.
Lugar: Cornellà de Llobregat (Barcelona).

ATMÓSFERA SPORT
Primavera/verano 2017.
Fechas: Del 21 al 23 de julio.
Lugar: Silla (Valencia).

GRUPO CRONOS
Campaña de primavera/verano 2017.
Fechas: Del 15 al 16 de julio.
Lugar: Talavera de la Reina (Toledo).

INTERSPORT
Campaña primavera/verano 2017.
Fechas: Del 24 al 28 de julio.
Lugar: Rubí (Barcelona).

INTERSPORT
Campaña de material de outdoor, raqueta, natación, teamSport, inline y fitness primavera/verano 2017.
Fechas: Del 26 al 29 de septiembre.
Lugar: Rubí (Barcelona).

FERIAS

ISPO SHANGHAI
Fechas: Del 6 al 8 de julio.
Lugar: Shanghai (China).

OUTDOOR
Fechas: Del 13 al 16 de julio.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

EUROBIKE
Fechas: Del 31 de agosto al 4 de septiembre.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

LA BIBLIOTECA

El carpintero

Jon Gordon consigue con este libro de **Ediciones Urano** convertir una lectura amena en un compendio sobre diseño de estrategias. Este coach nortamericano nos propone reflexionar acerca de cómo tiene que ser el auténtico líder; el que es hábil para pilotar equipos y que, a su vez, se ve reforzado por ellos en su posición. A partir de la humilde lección de un carpintero a un ejecutivo que se ha colapsado, descubriremos que el éxito es fruto de la persistencia y que las fórmulas colaborativas son las más indicadas para conseguir los objetivos propuestos.