

# Valores que (nunca) podrán ser sustituidos

**C**recen las voces, para algunos son apocalípticas, respecto a los cambios que se avecinan en el entorno laboral. Si hace unas semanas el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, **Juan Rosell**, sembraba la alarma (de algunos asalariados, dicho sea de paso) al asegurar que el trabajo fijo y seguro es del siglo XIX, cada vez son más los gurus que vaticinan que en los próximos (muy próximos) años los robots van a apoderarse de millones de puestos laborales.

El próximo año, el coste de fabricar un robot caerá un 20%, mientras que el rendimiento de estas sofisticadas máquinas aumentará un 5% y su plazo de amortización se reducirá a apenas dieciséis meses. La llamada cuarta revolución industrial "amenaza" siete millones de empleos de aquí a 2020.

En la primera revolución industrial, la inicial reacción humana consistió en la destrucción de aquellas rudimentarias máquinas de vapor que hoy reposan en museos. Tampoco las primeras respuestas a la llegada del gran operador de la distribución deportiva a nuestro país fue la adecuada y tuvieron que pasar varios años antes que la mirada en perspectiva permitiera a los detallistas darse cuenta que era necesario articular una competencia alternativa. Y algo similar ha ocurrido con la irrupción del comercio online, que poco a poco ha ido siendo incorporado como un recurso más de la tienda tradicional para ampliar su radio de acción. Esas experiencias deberían servir a los profesionales del sector para prepararse ante el nuevo escenario que se avecina. Un escenario que no va a perdonar a los prescindibles, a los susceptibles de ser sustituidos por robots. El futuro será para quienes tengan la capacidad de aportar lo que (al menos hasta ahora) no pueden proporcionar los robots. Esto es empatía, orientación al cliente, flexibilidad, creatividad, talento, capacidad de negociación, persuasión, inteligencia...si bien los progresos experimentados por la inteligencia artificial evidencian su capacidad para sustituir a determinados directivos.

Permitásenos recordar que el 20 de septiembre el futuro del sector se debate en Sport Business Day. <<

## AGENDA

### EVENTOS

**SPORT BUSINESS DAY**  
Fecha: 20 de septiembre.  
Lugar: Hotel Madrid Hesperia.

### 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

**TWINNER IBERIA**  
Campaña de textil, calzado y accesorios primavera/verano 2017.  
Fecha: Del 7 al 9 de julio.  
Lugar: Zaragoza.

### TOTALSPORT

Campaña primavera/verano 2017.  
Fecha: Del 7 al 10 de julio.  
Lugar: Zaragoza.

### BASE

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

Primavera/verano 2017.  
Fechas: Del 15 al 16 de julio.  
Lugar: Talavera de la Reina (Toledo).

### INTERSPORT

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

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

### EUROBIKE

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

### MOMAD SHOES

Fechas: Del 9 al 11 de sept.  
Lugar: Madrid.

### SALÓN NÁUTICO INTERNACIONAL

Fechas: Del 12 al 16 de octubre.  
Lugar: Barcelona.

### SALÓN INTL. CARAVANING

Fechas: Del 15 al 23 de octubre.  
Lugar: Barcelona.

### ISPO MUNICH

Fechas: Del 5 al 8 de febrero de 2017.

## LA BIBLIOTECA

### ¿Por qué trabajamos?

**Barry Schwartz** nos propone en este título de **Ediciones Urano** una reflexión en torno a las motivaciones profesionales. En un tiempo de transformaciones, también laborales, los incentivos económicos o los protocolos implantados en las compañías para conseguir una mayor eficiencia pueden acabar incidiendo de manera negativa en el ambiente de la empresa. Quienes afirman que el dinero no hace la felicidad hallan en el entorno laboral cada vez mayores ejemplos; porque la satisfacción discurre por otro camino.

