

Ispo Munich: un dado con muchas caras

Ispo Munich ha vuelto a batir récords. La edición de este año ha contado con 2.732 firmas expositoras; una cifra nunca vista que también se ha correspondido con una generosa afluencia de visitantes que se sitúa por encima de los 85.000. Tanto en los pasillos como en los stands, el tráfico de profesionales quedó patente y el ambiente general, pese a que el clima meteorológico fue durante los días de feria de los más benignos que se recuerdan coincidiendo con la muestra bávara, puede considerarse propicio.

El balance de Ispo, no obstante, presenta múltiples caras; sobre todo si lo vislumbramos desde el punto de vista de la participación española. En cuanto a expositores, la cifra se ha venido manteniendo estable en los últimos años, próxima a la sesentena. Eso sí: al colchón de fieles participantes hay que añadir altas y bajas, con algunas empresas volantes que con su presencia esporádica demuestran carencias estratégicas. También los hay que siguen contemplando esa opción ferial como un gasto. No saber apreciarlo como inversión evidencia otro tipo de carencias.

Otra de las caras de esta poliédrica Ispo nos lleva a fijarnos en los visitantes españoles. Ciertamente, resultaría deseable una mayor presencia de detallistas en la muestra, mostrando que los comercios no solo gozan de buena salud sino que sus gerentes albergan inquietud por conocer tendencias, novedades y espíritu de superación. Ante la cruz de quienes lamentan esa escasa asistencia, también descubrimos la cara optimista de quienes dicen preferir que a su stand acudan pocos y buenos que muchos pero de dudosa profesionalidad.

En el tablero de juego también los hay quienes cuestionan las fechas, alegando que la mayoría de quienes acuden al salón ya han sido testigos de las nuevas colecciones. O visitantes que lamentan que no haya una mayor representatividad de las marcas multideporte, lo cual es muy cierto. Pero, si nos tenemos que quedar con una de las caras sería con la que celebramos en el parchís: el 6; que nos permite repetir la jugada. <<

AGENDA

JORNADAS DE COMPRA

INTERSPORT

Campaña de material de esquí y snowboard otoño/invierno 2017/18.

Fechas:
Del 21 al 23 de marzo.
Lugar: Rubí (Barcelona).

INTERSPORT

Campaña de Nike, Adidas, Reebok, Asics SS 2018.

Fechas:
Del 19 al 22 de junio.
Lugar: Rubí (Barcelona).

BASE-DETALLSPORT

Campaña de primavera/verano 2018.

Fechas: Del 9 al 11 de julio.
Lugar: Cornellà de Llobregat (Barcelona).

GRUPO CRONOS

Campaña de primavera/verano 2018.

Fechas:
Del 14 al 15 de julio.
Lugar: Talavera de la Reina (Toledo).

ATMÓSFERA SPORT

Campaña de textil, calzado y complementos para la temporada primavera/verano 2018.

Fechas:
Del 20 al 22 de julio.
Lugar: Silla (Valencia).

FERIAS

EXPO SPORTS

Fechas: 10 y 11 de marzo.
Lugar: Barcelona.

FIBO

Fechas: Del 6 al 9 de abril.
Lugar: Colonia (Alemania).

UNIGOLF

Fechas: Del 20 al 22 de abril.
Lugar: Madrid.

TECHTEXTIL/ TEXPROCESS

Fechas: Del 9 al 12 de mayo.
Lugar: Fráncfort (Alemania).

GYM FACTORY

Fechas: 26 y 27 de mayo.
Lugar: Madrid.

OUTDOOR

Fechas:
Del 18 al 21 de junio.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

EUROBIKE

Fechas: Del 30 de agosto al 2 de septiembre.
Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

UNIBIKE

Fechas:
Del 21 al 24 de septiembre.
Lugar: Madrid.

CURSOS

MARKETING DE CONTENIDOS PARA ATRAER Y RETENER CLIENTES

Fecha: 29 de marzo.
Horario: De 9:30 a 14:30 h.
Lugar: Sede de Escodi. Colom, 114. Terrassa (Barcelona).
Precio: 65 €.
Inscripciones e información:
Tel. 937 83 97 45.
www.escodi.com

LA BIBLIOTECA

Equipos ideales

Humildad, hambre y empatía. Éstas son las tres virtudes ideales que **Patrick Lencioni** enumera como deseables para cualquier integrante de un equipo humano. Lo hace en este libro publicado por **Ediciones Urano** y que pretende dar con las claves de ese importante factor en las empresas como son sus profesionales. Partiendo de una historia novelada que nos sitúa en el entorno, en la segunda parte el

autor aborda la manera de cultivar las virtudes mencionadas para lograr un equipo cohesionado y efectivo.

