



PROGRAMA CONGRESO NACIONAL DE TENIS

Valencia, 1 y 2 de diciembre de 2017

TEMA: DESARROLLO DE JUGADORES DE LA INICIACIÓN A LA ALTA COMPETICIÓN

Programas de masificación y desarrollo del tenis

Dr. Miguel Crespo (Gerente de Participación y Formación, ITF)

1. INTRODUCCIÓN: LA CADENA DE SUMINISTRO DEL TENIS

El papel principal de las organizaciones involucradas en la promoción del tenis (clubes, federaciones, asociaciones, etc.) es ayudar a mejorar la cadena de suministro del tenis. Una de las consecuencias de la mejora de la cadena de suministro del tenis es el aumento de la participación.

Esta cadena de suministro está formada por los siguientes componentes: Productos, personas, lugares y promoción.

- **Productos:** El tenis debe tener productos centrales que proporcionen calidad y servicio a cada uno de los usuarios de los diferentes segmentos del mercado. Es fundamental disponer de distintos productos específicos para cada grupo de interesados en participar en programas de tenis de calidad: jugadores menores de 10 años, adolescentes, adultos, jubilados, etc.
- **Personas:** El tenis necesita las personas adecuadas para desarrollar el deporte. Los entrenadores deben estar adecuadamente capacitados y educados para satisfacer las demandas de la profesión. Los recursos disponibles para ellos deben enfocarse adecuadamente en las competencias necesarias para los diferentes roles del entrenador. Los gerentes especialistas en gestión deportiva y del tenis son, igualmente, fundamentales para un adecuado desarrollo de nuestro deporte a todos los niveles. Sin embargo, el tenis también necesita otras personas para posicionar el juego de manera efectiva en el entorno social: jugadores, directivos, padres, árbitros, medios de comunicación, patrocinadores, voluntarios, aficionados, etc.
- **Lugares:** El entorno en el que opera el tenis es crucial para el desarrollo de la industria y el aumento de la participación. El entorno físico debe ser atractivo y debe configurarse de tal manera que motive a las personas a jugar. Por otro lado, el tenis se debe llevar a lugares en los que es menos común: es decir, la escuela, la calle, las instalaciones públicas ... para poder hacerlo, los entrenadores y gerentes deben ser conscientes de la importancia de saber cómo desplegar una eficiente estrategia de gestión del lugar.
- **Promoción:** El tenis debe ser inteligente y eficiente en la promoción de productos de tal manera que la estrategia de promoción sea una llamada a la acción a todos los interesados para presentar



PROGRAMA CONGRESO NACIONAL DE TENIS

Valencia, 1 y 2 de diciembre de 2017

TEMA: DESARROLLO DE JUGADORES DE LA INICIACIÓN A LA ALTA COMPETICIÓN

el tenis como una actividad que vale la pena considerar como un pasatiempo o una profesión. Es necesario “vender” el tenis como una actividad saludable que ayuda a la persona a sentirse mejor y a ser feliz. Debemos posicionar al tenis como una fuente de diversión, felicidad y bienestar para las personas.

2. DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL TENIS

Un factor crucial en este proceso es el desarrollo de la industria del tenis. Una industria del tenis que es más fuerte, más grande e inclusiva y se mueve en la dirección correcta con una estrategia clara y metas definidas es una necesidad fundamental en el mundo competitivo en el que vivimos. Para conseguir este desarrollo sostenible es crucial que la industria del tenis se profesionalice. Los profesionales (gestores, entrenadores, especialistas, etc.) deberían ser quienes guiaran el desarrollo del deporte.

Podemos identificar unos principios básicos que deben sustentar a la industria del tenis: Calidad, servicio, diversificación, innovación, datos y pasión.

- **Calidad:** Todos los involucrados en el tenis deberían tener el compromiso de proporcionar una experiencia de calidad a los usuarios finales. Sólo así nos aseguraremos de que conseguimos el retorno de quienes han probado el tenis por primera vez y la permanencia de los que ya están interesados en nuestro deporte.
- **Servicio:** La mentalidad de servicio al consumidor, jugador, aficionado o socio tiene que situarse como término de referencia si se desea atraer a más personas. La industria del tenis debe ser una industria de servicio que busque la satisfacción de los clientes al situarlos en el centro de su estrategia de funcionamiento.
- **Diversificación:** El mercado del tenis es diversificado, hay diferentes segmentos de la población que están interesados en jugar al tenis. Para atender las demandas de los diferentes grupos sociales, es crucial que el tenis pueda proporcionar varios programas para satisfacer las necesidades de estos grupos.
- **Innovación:** Las organizaciones de tenis deben adoptar una mentalidad abierta en la que la innovación sea considerada como una necesidad imperiosa y no como un obstáculo insalvable. La adecuada combinación entre la experiencia de las actividades llevadas a cabo y el impulso por probar nuevas ideas, métodos y programas es un ingrediente básico para una evolución sostenida y un progreso constante. En este sentido, la ayuda de las nuevas tecnologías y de las redes sociales se presenta como un instrumento al servicio de la eficiencia en la gestión.



PROGRAMA CONGRESO NACIONAL DE TENIS

Valencia, 1 y 2 de diciembre de 2017

TEMA: DESARROLLO DE JUGADORES DE LA INICIACIÓN A LA ALTA COMPETICIÓN

- **Datos:** La participación y el desarrollo del tenis deben medirse de manera efectiva y significativa en todo el mundo. Los puntos de referencia acordados deberían usarse para facilitar el control y seguimiento del progreso. La estrategia de desarrollo de cualquier organización de tenis debe estar dirigida por el análisis de los datos de participación. De esta manera se podrán elaborar e implementar programas claramente dirigidos a las necesidades reales de los interesados
- **Pasión:** No debería haber acción sin pasión. Las organizaciones de tenis deben sentir una absoluta pasión por dar a conocer nuestro deporte a todas las personas. Son tantos los beneficios del tenis que es nuestra obligación mostrarlos a los demás, compartir las ventajas de la práctica del tenis para diseminar el mensaje de bienestar que aporta a todos los practicantes.

3 .PROGRAMAS DE PARTICIPACIÓN PARA TODOS LOS NIVELES DE JUEGO

Durante los últimos años, a raíz de la campaña de la ITF Play & Stay, varias federaciones han diseñado programas de participación para distintos sectores de la población. En esta presentación se incluyen algunos de los programas más interesantes y que han alcanzado un mayor éxito.