

Editorial

Bienvenidos al número 33 de la Revista de la ITF sobre Entrenamiento y Ciencias del Deporte. Este segundo número de 2004 trata del amplio tema del desarrollo del tenis. Hemos seleccionado algunos de los temas sobre desarrollo que consideramos más importantes a los que tienen que enfrentarse tanto las asociaciones nacionales como los entrenadores que hacen todo lo posible para desarrollar nuestro deporte al máximo.

Algunos de los expertos mundiales sobre "desarrollo del tenis" han contribuido con sus artículos a este número 33:

- Kirk Anderson (Director de Tenis Comunitario, Asociación de Tenis de EEUU).
- Karl Davies (Oficial de Desarrollo de la ITF para el Sur y Este de África).
- Frank van Fraayenhoven (Directo de Educación de la Real Federación Holandesa de Tenis).
- Peter Johnston (Director de Marketing y de Tenis Masculino de Tennis Australia).
- Suresh Menon (Oficial de Desarrollo de la ITF para Asia).
- Miguel Miranda (Oficial de Desarrollo de la ITF para Sudamérica).
- Ari Novick (Director de Desarrollo de la Educación de Tenis Canadá).
- Anne Pankhurst (Directora de Educación de Entrenadores de la Asociación de Tenis de Gran Bretaña).
- Brenden Sharp (Coordinador del ITN de la ITF).

Nos gustaría agradecer su colaboración en este número.

Las sedes y fechas de los Workshops Regionales de la ITF para este año se han decidido y la información se ha enviado a todas las asociaciones nacionales respectivas. Los entrenadores interesados en asistir a estos eventos deben contactar con sus asociaciones nacionales para obtener más información si no lo han hecho ya. Por favor consulten en el interior más detalles adicionales incluyendo las sedes y los ponentes. ¡Esperamos verlos en alguno de los Workshops!

Como continuación del proyecto de Marketing del Tenis y del Grupo de Trabajo sobre la Clasificación Internacional del Tenis, en 2003 se creó el Grupo de Trabajo sobre Introducción al Tenis. Su objetivo fundamental es investigar y realizar propuestas sobre como enseñar a jugar al tenis a niños y adultos de todo el mundo de una forma más eficiente.

Tras la primera reunión celebrada en junio de 2003, se crearon varios subgrupos:

- Tenis para adultos.
- Mini tenis.
- Formatos de competición.
- Material (pelota, raqueta, y cancha).

En los próximos números de nuestra revista les informaremos de los progresos de estos subgrupos.

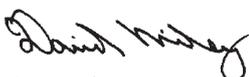
En 2003, la Comisión de Entrenadores de la ITF eligió a Anna Skorodumova (Rusia) para recibir el Premio por sus Servicios al Tenis. En la Asamblea General Anual de la ITF en Barcelona (España) en Junio, se aprobó dicho premio. Anna es una científica del tenis de fama mundial que ha escrito multitud de libros y artículos especializados y ha trabajado con jugadores de la talla de Kafelnikov, Safin, Medvedev y Medvedeva entre muchos otros. Nos gustaría felicitarla por este premio ya que su nombre se añade al conjunto de grandes entrenadores a los que se ha reconocido su permanente y distinguido servicio a nuestro deporte tanto a nivel nacional como internacional.



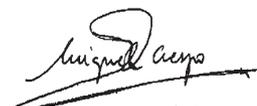
Miguel Miranda, Oficial de Desarrollo para Sudamérica, llevando a cabo la "Evaluación en cancha del ITN" un programa de desarrollo de la ITF, en Perú.

Por otro lado, en respuesta a un artículo publicado en el número 32 de nuestra revista, nos gustaría agradecer a algunas empresas que nos han proporcionado material para el control del entrenamiento en la cancha, tales como: SiliconCoach: www.siliconcoach.com, Ace Tennis: www.acetennischarting.com, y Procompare: www.procompare.net.

Como siempre, esperamos sus comentarios sobre cualquier artículo publicado en la revista y les recordamos que la misma está disponible en la página de internet de la ITF, www.itftennis.com/coaching.



Dave Miley
Director Ejecutivo,
Desarrollo del Tenis



Miguel Crespo
Responsable de Investigación para
el Desarrollo



Machar Reid
Asistente del Responsable de
Investigación para el Desarrollo

Contenidos

- 2 LA ÉTICA EN EL TENIS**
Anne Pankhurst (Inglaterra)
- 3 CUÁNDO, CÓMO Y QUÉ MEJORAR COMO ENTRENADOR DE TENIS**
Frank van Fraayenhoven (Holanda)
- 4 COMO TENER ÉXITO DANDO CLASES DE TENIS**
Tenis Canadá
- 5 COMPUTADORAS DE BOLSILLO**
Brenden Sharp (ITF)
- 6 COMO CREAR UN PLAN DE DESARROLLO DEL TENIS**
Suresh Menon (ITF)
- 8 UN PLAN ESTRATÉGICO DE TENIS PARA TENISLANDIA**
Karl Davies (ITF)
- 10 MARKETING DEL TENIS - ¡ES TAN FÁCIL!**
Peter Johnston (Australia)
- 11 HACER CRECER EL TENIS: ESTRATEGIAS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**
Kirk Anderson (USA)
- 13 PROGRAMAS DE TENIS PARA TODOS EN CLUBES Y MUNICIPIOS**
Miguel Miranda (ITF)
- 15 LIBROS RECOMENDADOS**
- 15 WORKSHOPS REGIONALES DE LA ITF PARA ENTRENADORES 2004**
- 16 NUEVA PUBLICACIÓN: TÁCTICAS DE DOBLES**
Louis Cayer y ITF

La Ética en el Tenis

Por Anne Pankhurst (Directora de Formación de Entrenadores, LTA, Inglaterra)



La ética se basa en nuestros propios valores como seres humanos y como entrenadores de tenis.

INTRODUCCIÓN

¿Cuál es la realidad de ser un entrenador de tenis? ¿Cuáles son los aspectos más controvertidos y a qué cosas hemos de enfrentarnos diariamente?

Pensemos en lo siguiente:

- Algunos jugadores hacen trampas en la cancha.
- Hay entrenadores que critican a otros jugadores y entrenadores.
- A algunos jugadores jóvenes se les entrena de forma inapropiada y se lesionan – a menudo durante mucho tiempo.
- Hay algunos casos de abusos físicos o sexuales de entrenadores a jóvenes jugadores.
- Ciertos entrenadores utilizan su posición para beneficiarse.

¿QUÉ ES LA ÉTICA?

Todas estas situaciones se dan en algún lugar y, si bien no ocurren todos los días, algunas son frecuentes. Como entrenadores que somos, desgraciadamente estamos familiarizados con algunas de ellas. Todas tienen que ver con las elecciones que nosotros u otros hacemos sobre lo que debe ocurrir en situaciones específicas. Surgen porque la gente escogió lo que tiene que decir o hacer, pero tienen sus propias interpretaciones sobre lo que es correcto o no lo es. Esto ocurre porque todos tenemos nuestros propios valores y estos están relacionados con nuestra propia filosofía. Las situaciones anteriormente mencionadas son

reales y todas tienen que ver con la ética. *La ética está relacionada con elecciones morales y con el comportamiento resultante.* Está basada, pues, en nuestros propios valores. Está íntimamente relacionada con la filosofía y ambas influyen en nuestra conducta y en nuestro trabajo como entrenadores.

La ética es un tema que nos importa a todos como entrenadores y como personas. Algunas veces la ética también está relacionada con las leyes del país o, como mínimo, con las reglas del tenis.

Muchas asociaciones nacionales de tenis y la ITF han creado Códigos Éticos para entrenadores, como algo necesario para aquellos que enseñan nuestro deporte. No son requisitos legales, aunque, como muchos sabemos, si los entrenadores no los cumplen pueden llegar a quebrantar la ley. Estas federaciones los aplican y, a menudo, tratan de forma severa a aquellos que no siguen los principios establecidos. Si consideramos el contexto internacional, hemos de reconocer que en ocasiones existen distintos principios éticos según las culturas. Sin embargo, al mismo tiempo debemos saber que como entrenadores hemos de mantener y aplicar en nuestro trabajo unos valores y principios éticos sólidos independientemente de la cultura y del lugar en que nos encontremos. Si las federaciones nacionales y la ITF han establecido unos principios para la profesión de entrenador, nosotros como entrenadores hemos de aplicarlos. Por otro lado, también tenemos el derecho a esperar que otros tengan principios de exigencia altos cuando trabajen con nosotros.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPIOS ÉTICOS PARA EL ENTRENADOR DE TENIS?

- Juego limpio – el juego sucio y las trampas no son juego limpio. Jugar limpio significa respetar al contrario y al deporte. Sin respeto por parte de los jugadores y de los entrenadores, cualquier deporte puede llegar a desaparecer.
- Abuso – hay que ser consciente del ‘poder’ que tiene el entrenador sobre sus jugadores. Los entrenadores tienen que adoptar siempre el principio de ‘buena práctica’ cuando trabajan con jugadores. Las relaciones son a menudo muy estrechas, pero han de mantenerse en el terreno profesional. La peor situación es cuando la situación pasa a ser una relación sexual, especialmente cuando el jugador es menor. El abuso físico tiene que ver con el trabajo inapropiado para la edad y el nivel del jugador – llegando posiblemente a la lesión. El abuso emocional se da en el tenis – cuando se critica al jugador por haber perdido un partido o por ser incapaz de mejorar. Hay que recordar que el abuso está relacionado con el mal uso del poder y

todos los jugadores están en una posición de poder, especialmente con jugadores jóvenes.

- Debemos comportarnos de forma profesional– hay que ser un buen modelo. Los entrenadores no deben utilizar su posición para obtener ventajas.
- Los entrenadores siempre tienen que respetar la confidencialidad como parte de su relación con el jugador.
- Hay que tener principios personales altos– se deben cumplir las promesas y los acuerdos. Es fundamental reconocer la diversidad de los jugadores y sus distintas características al tiempo que se respeta a los padres y dirigentes.
- Es crucial reconocer la responsabilidad que el entrenador tiene hacia el deporte, hacia otros entrenadores, jugadores y dirigentes – esto significa comportarse con integridad. Hay que evitar las críticas a los colegas y a los jugadores. Por ejemplo, cuando empezamos a trabajar con un jugador, siempre hay que comentar el tema con el entrenador anterior, y cuando otro entrenador empiece a trabajar con un jugador con el que nosotros hayamos estado trabajando, hemos de ayudarles a que empiecen bien su relación.
- Es importante intentar trabajar lo mejor posible. Tratemos a los otros con respeto. Asegurémonos de que mantenemos nuestros principios en público – hemos de tener un seguro profesional, actualizar nuestros conocimientos y creer firmemente que nunca deja uno de aprender.
- Hay que velar en primer lugar por las necesidades de los jugadores– hemos de tener en cuenta su edad, habilidades, pero también debemos considerar sus intereses a largo plazo como personas, no sólo como tenistas.
- Creemos un buen ambiente con los jugadores que están aprendiendo y mejorando en nuestro deporte – hemos de ser positivos y no críticos.
- Fomentemos también la independencia en nuestros jugadores.

RESUMEN

Tal vez el aspecto clave sea recordar que el deporte– en nuestro caso, el tenis – es más grande que todos nosotros. El tenis y los jugadores seguirán estando ahí cuando nosotros ya no estemos, pero mientras sigamos en este mundo del tenis nuestros valores éticos y nuestra conducta tendrán una gran importancia. Influirán en otros y, en muchos casos, determinarán la vida tenística y personal de aquellos con los que estemos relacionados.

Cuándo, Cómo y Qué Mejorar como Entrenador de Tenis

Por Frank van Fraayenhoven (Director de Enseñanza de Entrenadores de la KNLTB, Holanda)

INTRODUCCIÓN

La sociedad está cambiando rápidamente e igual lo hace el mundo del tenis. El correo electrónico e Internet nos dan la oportunidad de comunicarnos más rápidamente y de encontrar información más fácilmente que antes. Los entrenadores necesitan no solo estar al tanto de estos avances generales sino también de aquellos que se producen más específicamente en el tenis. La evolución en la forma de jugar al tenis a nivel mundial se produce de forma paralela al desarrollo de nuevas ideas y tecnologías en los campos del aprendizaje motor, metodología del entrenamiento y de la psicología del deporte. Por ejemplo, los programas de ordenador y los paquetes informáticos son capaces actualmente de realizar análisis sofisticados de partidos y de movimientos con relativa facilidad. ¡Aunque muchos entrenadores expertos tienden a quitar importancia a estos avances tildándolos de “simplemente teóricos”, no dudan al utilizar teléfonos celulares de última tecnología o electrodomésticos ultramodernos para sus casas!

Es importante comprender que los métodos de enseñanza ‘antiguos’, ‘tradicionales’ más comunes no están ‘equivocados’ ni son ‘pobres’ comparados con las nuevas metodologías. El motor de un avión DC-8 que fue popular en los años 60 y 70 era lo mejor que se podía construir en esa época y cumplió su papel durante mucho tiempo, pero la mayoría de la gente preferiría volar en la actualidad con aviones que tuvieran motores modernos por varias razones. El hecho de que el sistema utilizado hace 10 años ayudara a un entrenador a ‘producir’ un buen jugador, no es garantía de que se tendrá el mismo éxito utilizando un sistema similar con otro jugador.

MEJORANDO COMO ENTRENADOR

Por tanto, ¿Cuándo necesitamos “mejorar” nuestras habilidades como entrenadores de tenis? Bueno, ¡Realmente todos los días! Los jugadores de nivel mundial nos muestran diariamente como se juega al tenis hoy en día. Podemos pensar en los métodos que

utilizamos y reflexionar sobre los resultados potenciales de nuestro trabajo diario en relación con lo que vemos en la TV. Sin embargo, a estos jugadores de gran nivel se les enseñó a jugar al tenis hace 10 años y obviamente sus entrenadores les han proporcionado las bases fundamentales que les han permitido mantenerse dentro de la evolución del tenis moderno. Al evaluar continuamente los cambios que se producen en el tenis de alto nivel, en la metodología del entrenamiento, en la técnica, la táctica, la preparación física, la psicología, etc., los entrenadores pueden intentar mejorar su eficiencia. En lugar de sufrir un ataque repentino de “inseguridad profesional”, el proceso de mejora lo impulsa el efecto contrario: la curiosidad profesional y el interés por aprender, mejorar y crecer como entrenador.

Entonces, ¿Cómo podemos “mejorar”? Hablar con otros entrenadores puede ser una forma de mejorar profesionalmente. Sus distintas áreas, experiencias e información, nos pueden dar ideas sobre libros, videos, revistas, cursos y otras formas en las que podemos encontrar información útil. Internet nos permite buscar información específica y, a menudo, proporciona la oportunidad de “descargar” artículos o comprar libros. Los cursos para entrenadores organizados por la ITF, las asociaciones nacionales o entidades locales, proporcionan a los entrenadores una gran oportunidad de actualizarse con los avances en el tenis y les ayudan a establecer relaciones profesionales. ¡Esta información no tiene que ser difícil de entender ni complicada de aplicar! Muy a menudo, lo que determina el grado de aprendizaje es la voluntad de pensar sobre lo que se escucha y la habilidad de traducir los principios expuestos en los cursos a la situación laboral de cada uno. El orgullo personal mal entendido es, desgraciadamente, una barrera a la hora de intentar algo o ‘admitir’ que hemos aprendido algo nuevo.

¿Qué “mejorar”? Cada entrenador tiene unas competencias específicas requeridas que reflejan su trabajo actual y sus objetivos futuros. Por tanto todos tenemos ciertas

virtudes y ciertas limitaciones que, como profesionales, hemos de ser capaces de reconocer. Un entrenador preocupado por su aprendizaje y mejora ha de continuar teniendo más virtudes al tiempo que mejora sus limitaciones para que, con el tiempo, estas también se añadan a sus cualidades como entrenador. Como parte de esto, el entrenador también necesita mantenerse al día de las nuevas tendencias en las ciencias del deporte y ha de experimentar con el trabajo empírico efectivo que lleven a cabo otros entrenadores. Un buen consejo es que, al menos una vez al año, el entrenador se sienta a pensar en sus características y dedique algo de tiempo a pensar como mejorarlas. A lo largo de este proceso, es importante no echarle la culpa a otras personas o a las circunstancias, sino buscar la mejora en las propias habilidades, pensamientos y comprensión.

RESUMEN

Si seguimos activamente todo lo que ocurre en el mundo del tenis y nos ‘miramos al espejo’ de forma regular, seremos capaces de estar a la altura de las grandes exigencias de los jugadores actuales solicitan de los entrenadores. Esto nos permitirá disfrutar más de nuestro trabajo con los jugadores con lo que podremos entrenar durante más tiempo y de forma más eficiente. El mejor halago que podemos recibir, además de que nos digan que nos hemos esforzado al 100% en nuestro trabajo, es cuando un jugador, años después de haber trabajado con nosotros, diga que siempre estábamos muy al día de todo lo nuevo en el tenis y que algunas veces parecía que nos adelantábamos a nuestro tiempo.

Albert Einstein dijo una vez: “No se puede alcanzar un nuevo objetivo aplicando el mismo nivel de pensamiento que nos llevó donde hemos llegado hoy”. Como profesionales interesados en el aprendizaje continuo ¡Apliquemos esta cita a nuestra vida y a nuestra filosofía de entrenamiento!



Los cursos para entrenadores son oportunidades excelentes para actualizar nuestros conocimientos.

Como Tener Éxito Dando Clases de Tenis

del Manual Club Pro 1 de Tenis Canadá

INTRODUCCIÓN

¿Por qué algunos profesores de tenis tienen mucha clientela para sus clases privadas? ¿Por qué los socios del club a menudo prefieren a un profesor más que a otro cuando se trata de recibir clases u organizar una liga o un entrenamiento? ¿Por qué algunos profesores son mejores en la cancha que otros?

Este artículo va a intentar responder a estas preguntas examinando los factores que influyen en como ser un excelente profesional en la cancha.

1. SATISFACER LAS EXPECTATIVAS DE LOS ALUMNOS

Como entrenadores hemos de comprender las metas y expectativas de nuestros alumnos. Si no sabemos lo que quieren, satisfacerles va a ser difícil. Para conseguirlo es fundamental comunicarse adecuadamente (expresarnos con claridad, escuchar bien y aprender a observar aspectos no verbales).

Algunas de las expectativas más comunes que pueden tener los alumnos cuando quieren recibir clases privadas o en grupo pueden ser las siguientes.

a. Clases privadas

- Esperan un programa individualizado.
- Quieren aprender a su propio ritmo.
- Quieren pegar más pelotas y, por tanto, mejorar más rápidamente de lo que podrían hacerlo en una clase en grupo.
- Esperan poder jugar con el profesor.
- Esperan que el entrenador domine la técnica que ha de enseñar y sea capaz de utilizarla al demostrar y jugar.

b. Clases en grupo

1. Programas pre-planificados (p.e. cursos, campamentos, ligas con entrenamiento). Los alumnos de estos programas:

- Esperan un programa interesante en el que tengan la posibilidad de “aprender, moverse y competir”.
- Esperan encontrarse amigos y poder jugar con ellos.

2. Programas establecidos para gente que viene en grupo para entrenar uno o varios aspectos que les interese.

- Estas clases hay que enfocarlo de la misma forma que se enfocan las clases privadas.
- Una clase de este tipo nunca ha de parecerse a una colección de clases privadas para el grupo.

2. HACER LAS CLASES DIVERTIDAS

Un problema común de los entrenadores es que se centran solamente en la técnica y se olvidan de que la diversión real del tenis se obtiene jugando. Como entrenadores siempre hemos de recordar esto y, por tanto, algún tipo de juego o competencia ha de formar parte integral de todas nuestras clases. Incluso cuando enseñemos a iniciantes totales, es fundamental que experimenten

como es el juego del tenis desde la primera clase. La principal misión del entrenador es ayudar a que la gente se divierta jugando al tenis. Todo lo demás es secundario.

Para que las clases sean una experiencia realmente divertida para los alumnos, hay que actuar de muy diversas formas: como maestro, entrenador, animador, organizador... por mencionar unas pocas. Algunos consejos que pueden ayudarnos a conseguirlo son:

- Hay que satisfacer las necesidades básicas de nuestros clientes: Aprender — Moverse Jugar.
- Debemos proporcionar el nivel adecuado de dificultad.
- Hemos de asegurarnos de que los alumnos tienen éxito y de que se sienten bien jugando al tenis.
 - o Es conveniente adoptar la mentalidad de “mejorar” en lugar de “corregir”.
 - o Es fundamental realizar siempre comentarios (feedback) positivos.
- La variedad en las clases es un ingrediente crucial.
- Hemos de animar nuestras clases con entusiasmo y humor.
- Debemos finalizar cada clase con algo que guste a los alumnos (un ejercicio exigente, jugando puntos contra el profesor...).
- Hemos de hacer la clase también divertida para los jugadores de las canchas adyacentes. No hay que olvidar que hemos de respetarles y no molestarles. Por ejemplo:
 - o Hay que dar las instrucciones cerca de la red y no debemos gritar de un extremo a otro de la cancha.
 - o Es conveniente utilizar palabras claves para hablar lo menos posible.
 - o Hemos de mantener las pelotas de nuestra cancha bajo control.

3. CREAR Y MANTENER EL NEGOCIO

Conseguir y mantener alumnos es crucial para nuestro futuro como profesionales del tenis. Es igualmente importante para la supervivencia del club o instalación que nos emplea. Algunas de las cosas que podemos hacer para atraer y mantener alumnos son las siguientes:

a. Crear negocio

Cuando trabajamos como entrenadores de un club es posible que seamos o no responsables de crear el negocio inicial (encontrar alumnos por primera vez).

Si es nuestra responsabilidad:

Algunas sugerencias son:

- ¡Lo más importante es pasar muchas horas en el club! Muchas clases se consiguen simplemente porque estábamos allí disponibles para enseñar.
- ¡Hemos de interesarnos activamente en el tenis de los demás! Hay que observar como juega la gente, hablarles de su juego, decirles lo fácil que sería que lo mejoraran simplemente si trabajaran en alumnos

aspectos específicos.

- ¡Tenemos que ser el entrenador más activo del club! Debemos organizar muchas actividades, pero siempre con el objetivo prioritario de que la gente se divierta. Hemos de participar en las actividades sociales del club.
- Si es apropiado, podemos crear nuestro propio material de marketing y promociones especiales. Por ejemplo:
 - o Tener tarjetas de negocio.
 - o Colocar fotos nuestras con algún jugador profesional.
 - o Ofrecer paquetes de clases, p.e. 6 clases por el precio de 5. Garantizar nuestras clases... ¡Si no está satisfecho le devolvemos su dinero!
 - o Escribir artículos para periódicos locales y para la publicación del club.

Si no es nuestra responsabilidad:

Si impartimos excelentes clases de forma profesional y divertida, conseguiremos dos beneficios:

1. Tendremos una gran reputación, y esto nos garantizará que seamos uno de los profesores que trabajará en otros programas para el club.
2. Los alumnos que participen en estas clases podrán pedirnos más clases en el futuro.

b. Mantener el negocio

“El mejor negocio es repetir el negocio!” Nuestra responsabilidad es siempre asegurarnos de que nuestros alumnos vuelvan para recibir nuevas clases. Dos cosas importantes que podemos hacer son:

Mantener a los alumnos tras la primera clase o curso

Hay dos cosas fundamentales que podemos hacer para conseguirlo:

1. Aseguramos de que se han divertido.

¡Cada clase que demos— especialmente la primera— tiene que ser divertida para los alumnos! Hemos de recordar de que nos pagan no solo por nuestro conocimiento de tenis, sino porque quieren pasarlo bien jugando al tenis.

2. Vender la siguiente clase o curso.

Al finalizar la primera clase es básico que hagamos tres cosas:

- **Repasar** todo lo que hayan aprendido nuestros alumnos y recordarles lo mucho que han aprendido.
- **Vender** la siguiente clase. Hay que ser entusiasta y comentar lo que se trabajará en futuras clases, los ejercicios y los nuevos juegos que se aprenderán. Esto aumentará el interés de los alumnos.
- **Finalizar** preguntándoles a los alumnos si les gustaría volver a recibir o inscribirse para una nueva clase o curso.

Mantener a los alumnos mediante un “servicio al cliente” excelente

Si proporcionamos un muy buen servicio al

cliente— tanto dentro como fuera de la cancha— generaremos fidelidad entre nuestra clientela y, por consiguiente, repetiremos mucho el negocio. Algunas de las cosas que, como profesores de tenis, podemos hacer son:

- Respetar a nuestros alumnos:
 - Ser siempre puntual.
 - Ser siempre amigable y preocuparnos por ellos.
 - Siempre devolver las llamadas.
 - Hacer que los alumnos se sientan bien felicitándolos y animándolos.
 - Asegurarnos de que satisfacemos sus expectativas y necesidades.
- Atender de forma especial a nuestros alumnos:
 - Enviar tarjetas de felicitación (cumpleaños, Navidad)
 - Organizar partidos entre nuestros alumnos.
 - Proporcionar información sobre material o actividades del club
- Mantener archivos de los alumnos (en cada página podemos incluir información importante como):
 - Nombre e información de contacto del alumno



Una de las expectativas que los jugadores tienen a la hora de participar en clases en grupo es hacer nuevas amistades.

- Cumpleaños y otras celebraciones especiales
- Nivel de juego
- Perfil del jugador
- Resumen de como mejora
- Un resumen de cada clase, con notas sobre

aspectos que deben trabajarse en el futuro.

Referencias

Tennis Canada (2004). *Club Pro 1 Manual*. Tennis Canada.

Computadoras de Bolsillo

Por Brenden Sharp (Coordinador del Número Internacional de Tenis, ITF)

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años las computadoras de bolsillo han seguido mejorando y evolucionando hasta un punto en el que en la actualidad les hace ser unos instrumentos muy útiles y válidos para ser utilizados por los entrenadores de diversas formas. Inicialmente las computadoras de bolsillo se utilizaban fundamentalmente como diarios digitales. Actualmente son mucho más versátiles.

Como se entiende del famoso dicho - ¡Una imagen vale más que mil palabras!

CAPACIDAD Y SELECCIÓN DE LA COMPUTADORA DE BOLSILLO

Recientemente las computadoras de bolsillo han ganado en potencia y han integrado tarjetas de almacenamiento de memoria. Esto ha permitido a los fabricantes incorporar pequeñas cámaras de vídeo que pueden grabar tanto imágenes fijas como vídeo. En la actualidad las cámaras más potentes, de 2 megapixels, proporcionan a los entrenadores la posibilidad de grabar vídeo con sonido e incluso utilizar el zoom para centrarse en un área específica lo cual puede beneficiar a los jugadores pues les permite verse a sí mismos instantáneamente.

Muchos teléfonos celulares han incorporado estas mini cámaras digitales. Uno de los beneficios de la computadora de bolsillo sobre el teléfono celular al grabar pequeños vídeos de los jugadores es el tamaño y la resolución de la pantalla de las computadoras de bolsillo. Si desea utilizar estos vídeos con sus jugadores, la calidad de la pantalla es fundamental para poder ver los

vídeos en distintas condiciones de luminosidad.

De todas formas, igualmente importante es que estas mini-cámaras digitales de vídeo son sólo realmente útiles para tomar vídeos de imágenes muy próximas. Más específicamente, son aconsejables para grabar el servicio de un jugador y reproducirlo instantáneamente sin necesidad de equipo extra alguno, pero la resolución no es de calidad suficiente para grabar partidos desde fuera de la cancha.

Cualquier secuencia de vídeo que se grabe puede guardarse junto con la fecha de grabación. Estos archivos pueden catalogarse (o enviarse por correo electrónico) para comprobar la mejora de los jugadores con el tiempo. De esta forma no solo seremos capaces de reforzar positivamente los hábitos de juego sino también facilitar el desarrollo futuro de otros jugadores, en los que podamos encontrar retos de desarrollo similares. Estos métodos han sido bastante caros e incómodos y en el pasado, pero ahora todo lo que se necesita es una computadora de bolsillo.

Mi recomendación es que, antes de adquirir una computadora de bolsillo, evalúe las diferentes características de las cámaras digitales de distintos modelos en varias condiciones de luminosidad. Si fundamentalmente las clases de tenis se van a impartir al aire libre, es necesario probar la imagen en dichas condiciones para asegurarse de que se adapta a nuestras necesidades. No hay que esperar que la calidad del vídeo sea igual a la de las cámaras digitales de vídeo normales. Pero la calidad y resolución de los vídeos va a mejorar progresivamente ya que

los fabricantes intentan mejorar sus productos.

Otros beneficios de las computadoras de bolsillo son las utilidades de calendario / agenda y contactos actualizados y accesibles en todo momento. Han cientos de programas que se han creado específicamente para las computadoras de bolsillo.

Hay dos tipos fundamentales de computadoras de bolsillo. El sistema Pocket PC fue creado por Microsoft y puede ser conocido por aquellos que utilizan el sistema operativo de Microsoft Windows. El otro sistema más conocido, y principal artífice del lanzamiento del mercado de los computadores de bolsillo hace varios años, es el sistema operativo Palm.

Ambos sistemas son fabricados por distintas empresas entre las que escoger. Los fabricantes de Pocket PC son HP, Dell, Toshiba entre otros, mientras que los del sistema Palm son Palm y Sony.

La siguiente lista incluye algunos aspectos que es conveniente tener en cuenta a la hora de decir el computador de bolsillo que se desea adquirir.

1. Facilidad de uso: Queremos ser capaces de empezar a utilizar y a sacarle provecho a nuestro aparato lo antes posible. Y no hemos de ser unos genios de la computación para conseguirlo.
2. Resolución de la pantalla: Hay que asegurarse de que compramos la pantalla con mayor brillo y más fácil de ver en todas las condiciones, tanto al aire libre como a cubierto.



Las computadoras de bolsillo pueden ser un excelente instrumento educativo para los entrenadores de tenis.

3. Memoria interna: Cuanto mayor sea, más cantidad de programas podemos tener instalados y menos tenemos que comprar.
4. Velocidad del procesador: Igual que en el caso de la memoria, cuanto más rápida mejor, especialmente si queremos tomar muchas fotos y videos.
5. Conectividad: Idealmente queremos acceder a nuestros correos electrónicos y utilizar internet con la tecnología 802.11b sin cables o Bluetooth la cual se incluye en muchos de estos aparatos.
6. Cámara: Generalmente, cuanto mayor sea la resolución, mejor. Los modelos están disponibles actualmente con zoom y flash lo cual permite tomar mejores videos y fotos.
7. Compatibilidad con otras computadoras: Hemos de asegurarnos de que nuestro nuevo aparato es compatible con nuestra computadora de sobremesa para compartir toda la información y los archivos.

RESUMEN

El mejor lugar para llevar a cabo un estudio preliminar, incluso antes de ir a la tienda, es en internet. Sugiero que visiten la página <http://reviews.cnet.com> y seleccionen el botón de computadoras de bolsillo. Esta página tiene la información más actualizada con pruebas y noticias sobre computadoras de bolsillo. Para encontrar más información se puede buscar en www.google.com y realizar una búsqueda de computadoras de bolsillo.

Como Crear un Plan de Desarrollo del Tenis

Por Suresh Menon (Oficial de Desarrollo de la ITF para Asia)

Un Plan de Desarrollo del Tenis (PDT) puede definirse como un conjunto de acciones dirigidas a la mejora del tenis en poblaciones específicas. Estas acciones pueden tomar la forma de políticas o directivas que operarán o evolucionarán dentro de un cierto período de tiempo. Proporcionan la vía a seguir y aumentan el significado del trabajo que lleva a cabo la organización.

Las organizaciones de tenis como las asociaciones nacionales (ANT), regionales y locales, clubes, etc., existen para ponerse al servicio del deporte y de sus practicantes. Todos los jugadores tienen un deseo común de jugar al tenis y mejorar su juego. Los mejores jugadores son aquellos que llegan a serlo gracias a la confluencia de muchos factores como talento, oportunidad y trabajo duro. ¡Es extraño que este tipo de jugador simplemente aparezca de la nada! Típicamente siguen un trayecto o plan de desarrollo estructurado que los guía a lo largo de su

carrera.

El desarrollo de jugadores de alto nivel y el aumento de la participación en el tenis son responsabilidades clave de cualquier organización dedicada al tenis. El éxito en ambas áreas, considerado como el aumento en el número de jugadores de alto nivel, jugadores amateur y aficionados al tenis, puede llegar a ser muy satisfactorio y es, por tanto, la mejor publicidad de la eficiencia de cualquier organización dedicada al tenis.

¿POR QUÉ PLANEAR? (PROPÓSITO DE UN PLAN DE DESARROLLO)

Un plan de desarrollo formal es igual de importante para una ANT ya en funcionamiento, independientemente de sus dimensiones, como para una que está empezando. Las ventajas de dicho plan son las siguientes:

- Ayuda a la ANT a clarificar, centrarse y

buscar sus proyectos de desarrollo.

- Proporciona una estructura lógica desde la que la ANT puede desarrollar e implementar estrategias para los próximos 3 a 5 años.
- Sirve como base de discusión con terceras partes como la comunidad tenística, patrocinadores, dirigentes, etc.
- Ofrece unos criterios sobre los que se puede evaluar y revisar el rendimiento real.

Como no hay dos ANT que sean iguales, sus planes de desarrollo tampoco pueden serlo. Debido a que algunos aspectos del plan serán más importantes para una ANT que para otra, es fundamental adaptar el plan a las circunstancias individuales de cada organización. De todas formas, la mayoría de los planes siguen una estructura bien establecida y evaluada de manera que podemos proporcionar unas guías generales para preparar dicho plan.

Un plan de desarrollo ha de ser una visión realista de las expectativas y objetivos a largo plazo para una ANT en funcionamiento o una recién creada. Proporciona la estructura sobre la que funcionar y, en último término, triunfar o fracasar. Para aquellos dirigentes que busquen apoyo externo, el plan es el documento más importante de que puedan disponer pues puede ser crucial para conseguir patrocinios, etc. La preparación de un plan global no garantizará el éxito en la consecución de patrocinadores o ayuda, pero la falta de un plan sólido será, casi con toda seguridad, la causa de un sonado fracaso.

Planificar puede ayudar a la organización



Los entrenadores juegan un papel importante a la hora de diseñar planes de desarrollo.

dedicada al tenis a:

- Clarificar su meta final, sus objetivos y propósitos.
- Comprender y aprender de experiencias anteriores.
- Examinar y redefinir la situación actual.
- Prepararse para el futuro.
- Aprender a trabajar como un equipo.
- Utilizar recursos humanos y materiales de la manera más eficiente posible.

¿QUIÉN PLANIFICA?

Las personas o grupos que deben tener el papel activo en el establecimiento de planes de desarrollo de una organización tenística son:

- Dirigentes, socios, jugadores, entrenadores, miembros de la industria deportiva, medios de comunicación, etc.

¿CUÁNDO HAY QUE PLANIFICAR?

Si su organización no tiene un plan de desarrollo ¡Debe tenerlo! Si lo tiene, debe ser evaluado regularmente de forma que la organización se mantenga en las líneas establecidas para conseguir sus objetivos. Las reuniones periódicas (3, 6, 12 meses) o las sesiones de trabajo han de planificarse para facilitar la implementación del plan o su revisión.

¿QUÉ INFORMACIÓN SE NECESITA PARA CREAR UN PLAN?

La preparación de un PDT requiere que se obtenga información específica proveniente de distintas fuentes sobre el estado del tenis en ese contexto (Menon, 2001):

- Escuelas, universidades, ayuntamientos, gobiernos, etc.
- Asociaciones regionales, nacionales y locales, y clubes.
- Encuestas a socios, etc.
- Empresas privadas.
- Prensa y medios de comunicación.
- Patrocinadores (tanto actuales como potenciales).

¿CÓMO PLANIFICAR? (PASOS PARA CREAR UN PLAN DE DESARROLLO)

Los distintos pasos en la creación de un PDT pueden resumirse como sigue (Menon, 2001):

Planificar para el cambio

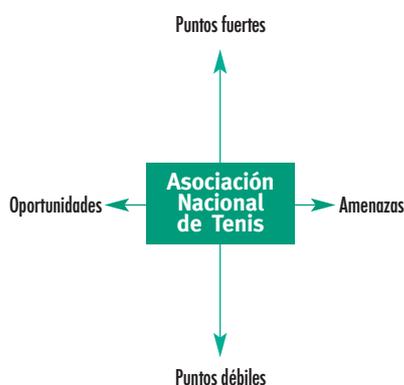
El sistema actual está obsoleto o no produce los resultados deseados. La creación de un plan de desarrollo probablemente cambiará la manera en que se hacen las cosas dentro de la ANT. Esto siempre produce cierta resistencia. Por tanto es importante obtener el apoyo y el compromiso de las personas de la siguiente manera:

- Promocionar la necesidad de una nueva dirección.

- Educar a la gente sobre como el plan de desarrollo puede ayudar a la ANT.
- Clarificar los resultados deseados del proceso de planificación.
- Involucrar a todas las partes relacionadas con el proceso de toma de decisiones.
- Mantener a la gente informada sobre el proceso y el resultado.

Realizar un análisis de la situación

Para formular un plan, es imprescindible empezar con un punto de referencia. Por ello es fundamental llevar a cabo un análisis "SWOT" que significa analizar los puntos fuertes (strengths), débiles (weaknesses), las oportunidades y las amenazas (threats) – tanto actuales como potenciales.



Crear una estructura estratégica

La estructura estratégica es la parte del plan de desarrollo que define hacia donde quiere ir la ANT y lo que va a hacer para conseguirlo. Para ello es importante definir la visión y la misión de la ANT.

Visión: El primer paso es formular una visión realista para la ANT. Es una proyección de la imagen de la ANT en 3 ó más años: su posible imagen, dimensiones, actividades, etc. Por ejemplo: "Situarse entre los 3 países tenísticamente más potentes de Asia para el año 2010".

Misión: La naturaleza de un negocio se expresa a menudo en términos de su misión, lo que en este caso indica los objetivos de la ANT. Un ejemplo sería el siguiente: "Popularizar el tenis, producir jugadores de tenis de alto nivel y motivar a los ciudadanos a jugar al tenis con el objetivo de mejorar su salud".

El PDT debe tener en cuenta varias áreas. Algunas de las áreas que han de incorporarse en todo plan de desarrollo son:

- Efectividad de la estructura y de la organización.
- Marketing y Comunicaciones.
- Arbitraje.
- Eventos.

- Entrenamiento y entrenadores.
- Desarrollo de jugadores.
- Instalaciones.
- Patrocinadores.

Cada una de las áreas anteriores debe tener sus propios objetivos y metas los cuales han de alcanzarse en el período de tiempo determinado.

Crear un plan operativo

Una vez que se haya definido la estructura del PDT, se puede utilizar como una lista de control y como base para la formulación del programa de trabajo y del calendario de actividades. El programa de trabajo puede referirse a las secciones clave del plan propuesto y puede incluir calendarios, previsión de fondos y estimación de costes.

En términos organizativos, es importante asignar a las personas adecuadas en las distintas áreas de trabajo. Puede ser aconsejable contratar los servicios de profesionales para conseguir la adecuada combinación entre objetividad y competencia.

Implementación del plan

La implementación del plan supone acción. Hay que dejar claro a la gente que cada actividad está relacionada y contribuye a la implementación del plan de desarrollo.

CONCLUSIÓN

Es importante presentar y explicar el plan en público, al tiempo que se solicita la ayuda de las organizaciones pertinentes. Igualmente hay que evaluar regularmente la efectividad del plan ya que, aunque es fundamental mantener la visión que se ha fijado para el mismo, la flexibilidad, adaptación y modificación de dicho plan son cruciales para su éxito.

La preparación por escrito de un plan de desarrollo no es el resultado final del proceso de planificación. La meta final es la realización de dicho plan. De todas formas, la puesta en escrito de dicho plan es un paso intermedio importante – errar en planificar es planificar para errar. Para una ANT ya en funcionamiento demuestra que hay un interés fundado en el desarrollo, mientras que para una que inicia sus actividades muestra que sus dirigentes han hecho sus deberes.

"Si no sabes donde quieres ir, es posible que acabes llegando a donde no querías"

Referencias

- ITF (1999). *Leadership, Management and Administration Manual*. ITF Ltd. London.
- Menon, S. (2000). *Creating a Development Plan*. ITF Regional Coaches Workshop. Kuala Lumpur.
- [www:http://www.planware.org](http://www.planware.org)

Ejemplo de un Plan de Desarrollo para una Asociación Nacional de Tenis (Año 1 – Año 3)

Áreas de Trabajo	Año 1	Año 2	Año 3
Administración			
Desarrollo de infraestructuras			
Instalaciones de Tenis			
Canchas de Tenis			
Desarrollo de jugadores (Juniors)			
Desarrollo de la base (4 - 9)			
Desarrollo de Juniors (10 - 14)			
Desarrollo de Juniors (14 - 18)			
Desarrollo de jugadores (nivel señor)			
Hombres			
Mujeres			
Veteranos			
Tenis Amateur			
Tenis en los colegios			
Tenis en los clubes			
Tenis en Municipios, parques			
Competiciones			
Competiciones Junior			
Competiciones Profesionales			
Hombres			
Mujeres			
Competiciones veteranos			
Formación de Entrenadores			
Titulación de Entrenadores			
Cursos para Entrenadores			
Tenis en silla de ruedas			
Arbitraje			
Patrocinadores			

Un Plan Estratégico de Tenis para Tenislandia

Por Karl Davies (Oficial de Desarrollo de la ITF para África del Sur y del Este)

El presente artículo es un Plan de Desarrollo creado para una asociación nacional ficticia.

ANTECEDENTES

En los últimos años el éxito deportivo internacional no ha sido una gran prioridad para Tenislandia. De todas formas,

recientemente el gobierno ha ofrecido algunos incentivos para aquellos atletas que ganen medallas en competiciones regionales e internacionales.

a. Formación de la Federación de Tenis de Tenislandia (FTT):

La Federación de Tenis de Tenislandia se

formó en 1943. Tiene una constitución, que ha de revisarse y, a pesar del crecimiento continuo anual del número de torneos desde dicho año, los porcentajes de participación de algunos segmentos de población (p.ej. mujeres y jóvenes) son bastante bajos.

b. Relaciones con la Federación Internacional de Tenis (ITF):

El desarrollo del tenis en Tenislandia no ha sido todo lo positivo que sería deseable por varias razones. Aunque durante los últimos años ha habido más gente que pudiera acceder a jugar al tenis (gracias al apoyo financiero de la ITF), la falta de instalaciones adecuadas para jugar sigue siendo una de las razones más evidentes.

c. Compromiso de los nuevos miembros de la Junta Directiva de la FTT:

Además del apoyo económico de la ITF, la FTT también ha recibido apoyo logístico y subvenciones del Comité Olímpico de Tenislandia (COT). Con este apoyo, los nuevos miembros de la Junta Directiva de la FTT se comprometen a promocionar y mejorar el nivel de tenis en Tenislandia. "Los jóvenes tenislandeses tienen talento y poseen las habilidades necesarias para convertirse en buenos jugadores de tenis en el futuro" comentó un entrenador visitante del país vecino, la Isla de Netpost.



Compartir experiencias permite a las naciones mejorar y desarrollar el tenis.

Area	Puntos fuertes	Puntos mejorables	Acciones que deben llevarse a cabo A corto plazo (1-6 meses)	Acciones que deben llevarse a cabo A medio plazo (6 meses-1 año)	A largo plazo (1-4 años)
Desarrollo de jugadores	<ul style="list-style-type: none"> Los jugadores surgen debido a su propio esfuerzo individual Buena tradición y apoyo familiar Jugadores con potencial En Tensilandia, el tenis es uno de los 10 deportes más practicados 	<ul style="list-style-type: none"> Débil base: no existe el mini-tenis No estudios son más importantes No existe un sistema de desarrollo de jugadores La participación casi es exclusiva de familias con recursos o con antecedentes deportivos Ignorancia de la importancia de buenos sistemas de preparación física Carencia de apoyo económico Falta de competición internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Crear un Sistema para el Desarrollo de jugadores Establecer un programa de mini-tenis en la escuela: incluir el mini-tenis en el currículum Objetivo: 12.000 nuevos jugadores. Identificar y proporcionar formación básica a maestros para que se involucren activamente en la promoción del tenis en el colegio. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Nombrar un director técnico para el programa de desarrollo de jugadores Incluir el tenis como deporte universitario Hacer accesible el minitenis al gran público (colegios) Crear políticas estrictas de selección para equipos nacionales. Mejorar la calidad del entrenamiento para los mejores tenistas. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Tener jugadores profesionales Motivar al sector privado a participar en el desarrollo del tenis. Crear un Centro de Alto Rendimiento. Crear un programa de becas para jugadores profesionales. Presupuesto estimado: ...
Sistema de competiciones, Torneos, Sistemas de clasificación	<ul style="list-style-type: none"> El número de eventos internacionales ha aumentado en los últimos 2 años Hay más jugadores participando en torneos internacionales. Los medios de comunicación prestan bastante atención al tenis. Existe un calendario de torneos. 	<ul style="list-style-type: none"> Faltan torneos en todos los niveles, especialmente para las mujeres. El calendario de torneos es pobre. La promoción de los torneos es escasa. Faltan premios en metálico en los torneos. No existe una clasificación amateur. 	<ul style="list-style-type: none"> Eliminar los obstáculos en los clubs: p.ej. vestimenta, niños que participen en torneos. Aumentar el número de campeonatos por equipos a todos los niveles. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar el número de torneos Futuros. Organizar torneos interescolas en el país. Aumentar el número de torneos junior, nocturnos, y en silla de ruedas. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinar el calendario nacional y el de los países vecinos. Aumentar el número de torneos amateurs. Crear un sistema de clasificación amateur. Presupuesto estimado: ...
Desarrollo de Infraestructuras y disponibilidad de Material	<ul style="list-style-type: none"> Hay disponibilidad de instalaciones de nivel adecuado. Se dispone de canchas de todas las superficies. 	<ul style="list-style-type: none"> Las instalaciones públicas no son adecuadas. Faltan canchas cubiertas. Muchos de los programas de tenis sólo se organizan en las ciudades. Faltan canchas duras en la mayoría de las provincias. Falta de material a precios asequibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Motivar al sector privado a que invierta en instalaciones de tenis. Contactar con el Gobierno para que ceda terreno a las Federaciones Provinciales. Aumentar un 5% el número de canchas públicas. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Obtener ayudas del Ministerio para mejorar las infraestructuras. Negociar acuerdos con fabricantes de material para venderlo a precio asequible. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Convencer a las autoridades del Ministerio para que inviertan en instalaciones de tenis en las localidades pequeñas. Presupuesto estimado: ...
Administración y Trabajo con Voluntarios	<ul style="list-style-type: none"> Existe personal administrativo. Algunos voluntarios cooperan con la federación. 	<ul style="list-style-type: none"> El personal carece de conocimiento específico de tenis. Salarios bajos. Falta de voluntarios para cargos específicos (p.ej. doctores, gerentes, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> Crear un programa de formación de administrativos. Empezar el primer curso para el personal actual. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar los salarios del personal profesional. Implementar la administración "sin papeles". Crear bases de datos para todos los programas. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar voluntarios con conocimientos específicos Crear la página de internet de la federación. Crear el programa de licencias para jugadores. Presupuesto estimado: ...
Formación y Desarrollo de Entrenadores	<ul style="list-style-type: none"> Tensilandia tiene un programa de formación de entrenadores. El programa está teniendo cada vez más popularidad y aceptación. 	<ul style="list-style-type: none"> El único programa universitario de formación de entrenadores no ofrece información actualizada. No se dispone de revistas con material actualizado sobre entrenamiento. No se organizan congresos nacionales para entrenadores. No se dan a los entrenadores oportunidades para viajar con equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> Continuar implementando el sistema de formación de entrenadores. Empezar nuevos cursos. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el programa universitario. Crear una revista para entrenadores. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Bechar a los entrenadores nacionales para que asistan a cursos internacionales. Organizar un congreso nacional para entrenadores. Presupuesto estimado: ...
Formación y Desarrollo de Árbitros	<ul style="list-style-type: none"> Existe un programa de formación de árbitros. Los árbitros tienen oportunidad de trabajar como tales. 	<ul style="list-style-type: none"> Los sueldos son bajos. Hay un número insuficiente de árbitros. 	<ul style="list-style-type: none"> Continuar implementando el programa de formación de árbitros. Organizar nuevos cursos. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar los salarios de los árbitros que trabajen en torneos nacionales. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Crear una revista para árbitros. Implementar políticas para conseguir más árbitros. Presupuesto estimado: ...
Marketing, Promoción y Relaciones Públicas	<ul style="list-style-type: none"> Algunas empresas están interesadas en invertir en tenis. El tenis tiene distintos productos que "vender" (tenis en los colegios, torneos, formación de entrenadores, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> No existe un plan de marketing. No hay unas relaciones firmes con las autoridades gubernamentales y otras entidades deportivas. 	<ul style="list-style-type: none"> Crear un plan de marketing. Promocionar una mejor coordinación entre la asociación nacional y las provinciales creando un programa unificado. Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Organizar eventos para conseguir fondos. Aumentar el número de notas de prensa y de actividades promocionales Presupuesto estimado: ... 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar el número y las fuentes de ingreso. Contar con un patrocinador oficial de la federación. Crear una revista trimestral que incluya detalles sobre la federación, eventos, etc. Presupuesto estimado: ...

2. VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS PARA EL TENIS EN TENISLANDIA

a. Nuestra visión

Llegar a estar entre los 30 países más potentes del panorama tenístico mundial.

b. Nuestra misión

- Aumentar la popularidad del tenis en toda Tenislandia;
- Conseguir y mantener tenistas profesionales de alto nivel;
- Motivar a todos los ciudadanos a que jueguen al tenis para la mejora de su salud.

c. Objetivos específicos:

1. Centrarse en las nuevas generaciones que están en los colegios para que el tenis se empiece a jugar en todas las provincias de Tenislandia (21) para el final de este año.
2. Conseguir jugadores (hombres y mujeres) clasificados a nivel mundial para 2007.

3. ÁREAS (PUNTOS FUERTES, MEJORABLES Y ACCIONES)

Hemos identificado las siguientes áreas que necesitan de atención para desarrollar el tenis en Tenislandia: (Ver página anterior).

4. CONCLUSIÓN

Este artículo pretende ayudar a los entrenadores, dirigentes y gerentes a la hora de desarrollar un patrón que les permita elaborar un plan estratégico que pueda utilizarse para facilitar el desarrollo del tenis a nivel nacional o regional. Por ello, los contenidos presentados pueden considerarse como la aplicación práctica de las ideas expresadas en el artículo escrito por Suresh Menon publicado en este mismo número.

Marketing del Tenis - ¡Es tan Fácil!

Por Peter Johnston (Director de Marketing Director y Responsable de Tenis Masculino, Tennis Australia)

INTRODUCCIÓN

Aquellos de nosotros relacionados con el tenis, bien porque somos entrenadores, directores de torneos, gerentes de clubes o instalaciones, o dirigentes federativos, estamos centrados diariamente en nuestros quehaceres específicos. Tenemos eventos que organizar, jugadores que entrenar, facturas que pagar, informes que escribir, patrocinadores que encontrar...

Lo que a menudo se deja para el final es el marketing del evento o programa que estemos organizando. Incluso a nivel de una federación nacional, estamos tan centrados en la organización del evento que el marketing generalmente ocupa la "última fila". Por regla general, si el presupuesto es ajustado, la primera partida de gastos que se reduce es el marketing.

Por todo ello, tenemos que ser inteligentes con nuestros planes de marketing.

Probablemente, lo mejor para empezar es comprender lo que intentamos conseguir con el marketing.

En términos sencillos, el marketing comprende las estrategias e iniciativas llevadas a cabo para hacer que los productos y servicios sean más atractivos para los consumidores potenciales. Relacionándolo esto con el tenis, se trata de hacer que nuestros eventos, nuestros programas de entrenamiento, formatos de competición, servicios técnicos, el Número Internacional de Tenis, nuestros jugadores, etc., sean más atractivos para el público al que le pueda interesar.

A veces esto se ve como una misión imposible pero, realmente, todo lo que se necesita es que observemos nuestros eventos, jugadores, iniciativas y programas **a través de los ojos de nuestros potenciales consumidores**. Entonces, hemos de llevar a cabo las estrategias apropiadas preguntándonos a nosotros mismos, "¿Cómo podemos hacer que nuestros eventos, jugadores, programas e iniciativas sean más atractivos?"

En 1998, Tennis Australia encargó una investigación a la compañía Sweeney y Asociados sobre niveles de participación en el tenis. El estudio claramente identificó que

había tres razones fundamentales que hacían que gente mayor de 15 años no jugara al tenis o no lo hiciera más a menudo. Estas razones eran:

- Limitaciones de tiempo;
- Necesidad de un compañero (accesibilidad);
- El juego es demasiado difícil.

Sabiendo que estas tres razones pueden ser los principales puntos débiles de nuestro deporte, necesitamos darles una respuesta apropiada a la hora de organizar nuestros eventos, programas e iniciativas.

En primer lugar, hemos de crear un mensaje común que responda a las razones anteriormente mencionadas- utilicemos mi slogan favorito: "Tenis - Para todo el mundo, en todo el mundo"- (claramente da una respuesta a los temas mostrados por la investigación de Sweeney. El eslogan claramente implica que el tenis es accesible, global y puede jugarlo gente de todas las edades y condiciones). En segundo lugar, hemos de asegurarnos de que el mensaje se refuerza continuamente en todos los eventos, programas e iniciativas: en los encabezamientos de cartas, tarjetas de visita, entradas, hojas de inscripción, material de promoción y publicidad.

EVENTOS

Veamos los eventos...¿Cómo podemos utilizar nuestros eventos para contrarrestar las razones anteriores?:

- Utilizar el slogan en todos los materiales impresos de los eventos - entradas, firmas, ...
- Si el evento es televisado, hemos de trabajar con la cadena para promocionar el tenis **durante la retransmisión** p.ej.: "¿Necesitas un compañero, un entrenador, cuál es tu número? Llama para saber más detalles". A las cadenas de televisión también les interesa asegurar el crecimiento del deporte.



El ITN y la evaluación del ITN son medios excelentes para hacer el tenis más accesible.

- Utilizar la puntuación "al mejor de 2 sets" para promocionar un formato que soluciona el tema de la limitación de tiempo.
- Crear zonas o actividades interactivas (p.ej. velocidad del servicio, evaluaciones del ITN) para los espectadores (y los periodistas) que acuden al evento.
- Organizar clases para espectadores, patrocinadores, etc.
- Organizar barbacoas / fiestas para jugadores, padres, entrenadores, patrocinadores o socios del club.
- Organizar clases para los periodistas por la mañana.
- Programar partidos por las noches siempre que sea posible, planificar días de la familia o de los niños.
- Realizar emisiones de radio en directo desde el club.
- Disponer de instalaciones para atender a niños muy pequeños.
- Organizar eventos en zonas en las que se producirá un efecto multiplicador - la organización de un nuevo evento provocará la modernización de instalaciones, la ayuda

de las autoridades locales, la prensa local y patrocinadores locales— que contribuirá al crecimiento del deporte.

JUGADORES

- Conseguir grabaciones de jugadores en las que promocionan el slogan para utilizarlas en televisión y radio.
- Utilizar a los jugadores como “embajadores” de los programas. Por ejemplo, en Australia John Fitzgerald es la cara de “Milo Tennis en toda Australia” nuestro programa nacional de participación.
- Organizar pro-ams de jugadores con patrocinadores (mediante los programas de la ATP y la WTA en estos días los jugadores son mucho más accesibles).
- Educar a los jugadores e involucrarlos en los programas e iniciativas de desarrollo. Son aquellos con los que hablan los periodistas, por tanto hay que asegurarse de que comprenden completamente todos estos temas.

ENTRENADORES

- Asegurarse de que todos los entrenadores utilizan el eslogan – en los encabezamientos de las cartas, tarjetas de

visita, canchas. Teniendo en cuenta el número de entrenadores que hay en todo el mundo (más de 2000 sólo en Australia) esto puede tener un gran impacto. ¡Y también le evita al entrenador el tener que crear su propio eslogan!

- Crear una base de datos en una página de internet con nombres y detalles de contacto de entrenadores, con conexiones a páginas y números de teléfono particulares.
- Motivar a que los entrenadores adapten el ITN y la Evaluación del ITN (recordando que al ofrecer un servicio inicial de evaluación, se está solucionando los temas de la “accesibilidad” y de la “dificultad del juego”).
- Considerar al entrenador como un preparador físico, compañero de peloteo y profesor. Hay que recordar que estamos en el “negocio del bienestar” no únicamente en el “negocio del tenis”
- En mi opinión es importante que las federaciones promocionen la formación de entrenadores. Los entrenadores son, a menudo, el primer punto de contacto para una persona que empieza o vuelve a jugar al tenis.
- Un consejo para entrenadores: preguntadle

a vuestros clientes: “¿Qué es lo que quieren conseguir del tenis? ¿Quiere ponerse en forma, ganar a tu amigo, mejorar tu ITN?” Hay que esforzarse para saberlo y adaptar las clases a los gustos. No hay que distribuir a la gente en grupos y pensar que se está satisfaciendo sus necesidades.

- Utilizar el video. Hoy en día hay programas como “SiliconCoach” y “Swinger” que pueden proporcionar un CD Rom instantáneo de la clase. A todos, independientemente de nuestro nivel, nos gusta vernos en un video. ¡Y además es un gran instrumento para conseguir que la gente repita y vuelva a jugar.
- Organizar fiestas durante los eventos más importantes; p.ej. una fiesta de “fresas y nata” durante o una que se llame “¿Quién ganará el Abierto de EEUU?” para los socios. Esto aumentará su interés por el tenis.

Obviamente, muchas de las ideas expuestas anteriormente son aplicables tanto a clubes como a otros centros de tenis.

Espero que este artículo les haya proporcionado algunas razones para considerar que el tenis, en realidad, es un deporte fácil de promocionar y vender, así como algunas ideas sobre como hacerlo...!Lo único que hay que hacer es ser consciente de lo que requiere el mercado!

Hacer Crecer el Tenis: Estrategias en los Estados Unidos de América

por Kirk Anderson (Director de Tenis Comunitario, USTA, EEUU)

INTRODUCCIÓN

En 2003, por segundo año consecutivo, la Asociación de Tenis de los EEUU (USTA) y la Asociación de la Industria del Tenis (TIA) recopilamos datos en lo que se ha convertido en la investigación más completa sobre un deporte individual nunca realizada. Los resultados están ayudando a nuestro deporte y a nuestra industria a establecer una base desde la que se pueda medir el desarrollo futuro y la mejora así como definir con precisión nuestro éxito colectivo en nuestra misión común— hacer crecer la participación en el tenis. Específicamente, el objetivo del estudio fue:

- Determinar el número de tenistas en las 17 secciones de la USTA y utilizar los resultados como base cuantitativa para evaluar iniciativas anuales para aumentar la participación en el tenis.
- Conocer mejor las actitudes y motivaciones de los tenistas en activo, de los que han jugado y no siguen haciéndolo, y de los que no juegan, sobre distintos aspectos de nuestro deporte.
- Finalmente y lo que es más importante, utilizar la información obtenida de este estudio para definir estrategias más adecuadas en nuestros esfuerzos para hacer crecer el tenis.

Por tanto, este estudio representa el instrumento más útil para aquellos

interesados en nuestro deporte. Nunca antes habíamos tenido un análisis tan exhaustivo de la población que juega al tenis; una imagen que nos permite ver quien juega, donde y por qué lo hace (o por que no lo hace). Con esta “radiografía” como deporte y como industria podemos centrar mejor nuestros esfuerzos colectivos de marketing. Para ello, otra conclusión directa del estudio del pasado año es la creación a nivel nacional de una campaña publicitaria, “Tennis. Come Out Swinging,” (Tenis, ven a jugar) que ayuda a elevar la imagen de nuestro deporte y dirigir a los nuevos jugadores a los **Centros de Bienvenida del Tenis** de todo el país.

Queremos ver a más gente en las canchas. Pensamos que los Centros de Bienvenida del Tenis suponen un gran paso para alcanzar ese objetivo. Sabemos que la información obtenida en el estudio anual es también un gran paso en nuestro camino para cumplir nuestra misión.

ASPECTOS CLAVES DEL ESTUDIO SOBRE PARTICIPACIÓN

Signos de éxito

- 5.9 millones de personas aprendieron a jugar al tenis el año pasado (por 5.1 millones en 2002).
- De estos 5.9 millones una gran cantidad son jóvenes. La media de edad de estos nuevos jugadores es de 15 años, y casi

dos tercios de los nuevos jugadores son menores de 18 años.

- Estos nuevos jugadores añaden diversidad a la población que juega al tenis – especialmente por lo que hace referencia a la etnia, pero también por lo que se refiere al sexo y a los ingresos.
- En 2003 5.2 millones de personas volvieron a jugar al tenis como “reenganchados” tras dejar de haber jugador como mínimo durante un año.
- La mayor concentración de “reenganchados” se encuentra entre el grupo de edad de 35 a 49 años.
- Hay alguna evidencia que sugiere que el grupo de los jugadores frecuentes (21+) puede estar creciendo en diversidad en términos de edad, etnia e ingresos anuales familiares.

Signos de mayores posibilidades

- Comparándose con la población general en los EEUU, los tenistas (y especialmente los tenistas frecuentes) son habitualmente de raza blanca, viven en zonas, suburbanas, y emergentes. Centrarse en individuos y comunidades que cumplen esta descripción es una forma de hacer crecer el tenis.
- La mayoría de los jugadores actuales quieren jugar más de lo que lo hacen ahora. Y cuanto menos juegan ahora, mayor es su deseo de jugar más.



Las estrategias para hacer que el tenis crezca en los EEUU tienen como fin primordial hacer que haya más gente jugando en las canchas.

- Tener una primera experiencia positiva en el tenis es crucial para que los 5,9 millones de nuevos jugadores lo sigan haciendo— lo cual resalta la importancia de la campaña de este año de Centros de Bienvenida al Tenis.
- Las clases son otra forma comprobada mediante la que se mantienen nuevos jugadores y se aumenta la frecuencia en la que la gente juega al tenis.
- Más que ninguna otra cosa, los jugadores actuales dicen que los partidos programados regularmente con amigos son el factor más importante a la hora de determinar lo frecuente que juegan al tenis.

Retos continuos

- La población de tenistas envejece, especialmente en el segmento de jugadores frecuentes, lo cual crea la necesidad de abrir el tenis a una nueva generación de jugadores.
- El “cubo” del tenis tiene “agujeros”. Cada año, el tenis pierde el mismo número de jugadores que gana. Por tanto programas de enseñanza a iniciantes y de mantenimiento de jugadores son esenciales para asegurar la salud de nuestro deporte.
- La frecuencia de juego disminuye, especialmente entre los jugadores que acaban de aprender a jugar.
- Esos “reenganchados”, que volvieron a jugar el año pasado, también lo hacen con menor frecuencia.
- Mas de 72 millones de personas han tenido algún contacto con el tenis (“lo intentaron”), pero realmente nunca han jugado más debido a que su experiencia inicial fue desafortunada.
- Los “nuevos” jugadores tienden a jugar en instalaciones públicas, colegios, institutos, o parques. De todas formas, la mayoría de los profesores de tenis trabajan en instalaciones privadas donde es menos probable que encuentren nuevos jugadores.
- Aunque hay 22 millones de personas que han jugado al tenis regularmente en alguna ocasión, hay pocas posibilidades de que los podamos incorporar de nuevo
- Más de un cuarto de los jugadores que han dejado de jugar (al menos en parte), lo hicieron porque no tenían con quien jugar.

Tendencias generales

- En 2000, el 8.9% de toda la gente mayor

de 6 años había jugado al tenis, como mínimo, una vez. En 2003, la cifra fue del 8.7%.

- En números absolutos, estos porcentajes significan que aproximadamente 23.7 millones de personas jugaron al tenis en el año 2000, comparado con los 24.0 millones tanto en 2002 y 2003.
- De 2000 a 2003 el aumento de 300,000 jugadores indica un aumento del 1% (24.0 millones frente a 23.7 millones), pero no es estadísticamente significativo. El aumento de la población en este período de cuatro años (según el censo) es la razón que justifica el aumento en el número absoluto de jugadores.
- Aunque el número total de jugadores ha aumentado, el número de jugadores habituales (de 4 a 20 años) se mantiene prácticamente igual entre 2002 y 2003, mientras que en el segmento de edad de mayores de 21 años se redujo un 7% durante este período anual.

Actitudes y comportamiento de los practicantes de tenis

- Tienen a practicar deportes de equipo como baloncesto, fútbol Americano, béisbol y fútbol.
- Sólo el 10% de los nuevos jugadores dicen que dedican la mayor parte de su tiempo al tenis, mientras que el 53% dice que hay otro deporte que es su favorito.
- Las razones principales por las que juegan al tenis son:
 - o Ejercicio (69%)
 - o Diversión (67%)
- Juegan mayoritariamente en instalaciones públicas (71%)
 - o Colegios o institutos (36%)
 - o Parques públicos (31%)
 - o Clubes comerciales (4%)
- Sus jugadores favoritos fueron Andre Agassi, Serena Williams, Pete Sampras y Venus Williams.
- Comparados con los reenganchados y los jugadores habituales, durante el último año, los nuevos jugadores han:
 - o Comprado una raqueta nueva (54%)
 - o Recibido una clase (32%)
- Jugarían más al tenis si:
 - o Supieran más como jugar al tenis con el objetivo de hacer ejercicio.
 - o Pudieran tomar lecciones para mejorar sus habilidades.
 - o Tuvieran partidos programados regularmente con amigos, dos veces a la semana, una vez por semana o por mes.

LA CAMPAÑA DEL TENIS – LOS CENTROS DE BIENVENIDA AL TENIS

Esta iniciativa ofrece a todo el mundo la posibilidad de jugar al tenis. Se proporcionan materiales a todos aquellos que están en contacto con la población tenística y con aquellos que son nuevos en el tenis. Estos grupos son:

- o La Asociación de la Industria del Tenis
- o La Asociación de Tenis de los EEUU
- o Las secciones y los voluntarios de la Asociación de Tenis de los EEUU
- o Los profesionales de la enseñanza del tenis
- o Los propietarios de los clubes
- o La Asociación Nacional para la Recreación y los Parques
- o Institutos y Universidades
- o El canal de televisión de tenis
- o Los fabricantes de productos de tenis
- o Los agentes
- o Los puntos de venta de descuento
- o Las tiendas de productos deportivos
- o Las publicaciones de tenis
- o Los escritores de tenis
- o Los anunciantes en televisión

Las investigaciones nos indican que la gente a la que le gustaría empezar a jugar al tenis no saben donde hacerlo. El porcentaje mayor de respuestas se obtuvo de Internet. Los Centros de Bienvenida al Tenis están combinando los potenciales tenistas con miles de instalaciones de tenis de todo el país dando la bienvenida a estos nuevos jugadores a nuestro deporte.

¿Qué es un Centro de Bienvenida al Tenis?

Ciertas instalaciones de tenis que cumplan determinados requisitos pueden llegar a convertirse en Centros de Bienvenida al Tenis y beneficiarse de la mayor campaña nacional de marketing para atraer nuevos practicantes de tenis. Mediante la página de internet www.TennisWelcomeCenter.com, los jugadores que lo desean pueden escribir su código postal y conocer los cursos de enseñanza del tenis para iniciantes que se organicen cerca de su residencia. El objetivo es que exista un Centro de Bienvenida al Tenis en cada localidad de los EEUU.

¿Por qué una instalación debe convertirse en un Centro de Bienvenida al Tenis?

1. Se benefician de publicidad gratuita a nivel

- nacional y local como parte de una campaña global que dirige a la gente hacia su instalación mediante la página de Internet TennisWelcomeCenter.com. La campaña de marketing alcanzará a millones de potenciales nuevos jugadores mediante diversas promociones.
- Se incluyen gratuitamente en el listado de la página de Internet TennisWelcomeCenter.com que promociona su instalación y sus programas.
 - Las instalaciones reciben gratuitamente:

- pancartas, carteles, folletos, descuentos en pelotas y raquetas...y muchas cosas más.
- El programa está patrocinado por la USTA, la TIA y las organizaciones industriales en un esfuerzo para hacer que más gente empiece a jugar al tenis y se mantenga jugando.

¿Cuáles son los requisitos para convertirse en un Centro de Bienvenida al Tenis?

- El programa de tenis ha de llevarse a cabo

- en los EEUU y ha de ser abierto al público al tiempo que ha de contar con un número de teléfono disponible.
- El programa debe ofrecer distintos tipos de clases para iniciantes durante todo el año o en determinadas temporadas.
 - El programa ha de enfatizar la “experiencia social” que supone jugar al tenis mediante: torneos sociales, ligas, campeonatos, etc.

Programas de Tenis para Todos en Clubes y Municipios

Por Miguel Miranda (Oficial de Desarrollo de la ITF para Sudamérica)

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el tenis amateur se ha convertido en una faceta cada vez más importante para el desarrollo del tenis. La poca participación en el segmento de edad de 18 a 35 hace necesario que las organizaciones tenísticas mejoren sus programas y sus metodologías de manera que puedan adaptarse mejor a las expectativas sociales en cuanto a actividades deportivas y de tiempo libre.

Estos programas pueden establecerse mediante una serie de pasos (Grover et al., 1991):

- La creencia de que todo el mundo quiere divertirse, conocer a otras personas, y aprender a jugar al tenis, será el **punto de inicio**.
- Investigación inicial:** Recoger cuanta más información ‘demográfica’ posible sobre las áreas cercanas a nuestra instalación de tenis: número y tipo de colegios, número

de familias y de personas solteras, otros deportes populares, tipos de negocios / industrias locales, horas de tráfico más congestionado, etc.

- Los **programas** tienen que ser accesibles, flexibles y estar al alcance de los bolsillos de los clientes. Los programas de fin de semana pueden incluir clases con familias con clases conjuntas o separadas para padres e hijos, torneos de 2-días con partidos de individuales y dobles, eventos en formato liga, etc. Un ejemplo de la planificación de distintas actividades semanales se incluye en la siguiente tabla.
- Hay que solicitar que los socios y las personas que participan en los programas den sus opiniones (**Feedback**) para poder llevar a cabo mejoras en los mismos de manera que se adapten mejor a sus necesidades.

OTROS PROGRAMAS DE TENIS EN CLUBES E INSTALACIONES PÚBLICAS

Tenis familiar

La mayoría de las actividades sociales están diseñadas bien para adultos o para niños pero no suelen estarlo para ambos grupos. El tenis proporciona a la familia la oportunidad de participar todos juntos en una actividad. Además, la familia es una gran fuente de motivación para jugar al tenis, muy a menudo, la gente empieza a jugar al tenis porque los miembros de su familia ya juegan. Por ello es muy importante “vender” el ambiente de grupo y la diversión que el tenis puede proporcionar a toda la familia (FFT, 2000).

La participación de la familia en el tenis puede llevarse a cabo de las siguientes formas:

- Entrenamientos conjuntos.
- Clases en grupo organizadas para toda la familia.
- Clases en grupo organizadas para los niños y para los alumnos.
- Eventos y torneos familiares (padre e hijo, madre e hija, Olimpíadas familiares, etc.).

Tenis divertido- Día de puertas abiertas

Este evento puede organizarse a nivel de club, colegio, local, regional, nacional o internacional. Es una gran oportunidad para aumentar la popularidad del tenis, incrementando el número de practicantes y de socios.

El “día del tenis” puede constar de actividades de tenis y de otros deportes como subastas de antigüedades, demostraciones de material, rifas, partidos entre famosos, etc. En 1996, el Día Nacional del Tenis de Australia logró una participación de 48.000 personas y más de 500 entrenadores (los cuales impartieron clases y clínicas gratuitas). Como consecuencia de este éxito, más de 1.000 participantes en este evento se hicieron socios de clubes o centros de tenis.

En la tabla siguiente se incluyen varios ejemplos de programas de tenis que pueden llevarse a cabo para aumentar el número de tenistas aficionados (USTA, 1989).

Período	Hora	Dirigido a	Programa
Mañana	Primera hora	Ejecutivos	Clases individuales y en grupo.
	Media	Señoras, tercera edad y veteranos	Clases en grupo combinadas con otros deportes o actividades sociales (jugar a cartas, etc.).
	Toda	Jugadores profesionales	Entrenamiento del Equipo de Alto Rendimiento (Tenis y preparación física).
Hora del almuerzo		Ejecutivos	Clases individuales y en grupo combinadas con partidos de liga.
Tarde	Primera hora	Párvulos	Clases en grupo (con servicio de transporte en autobús).
	Media	Colegiales	Clases en grupo (con servicio de transporte en autobús) combinadas con otros deportes o partidos de liga.
	Última hora	Universitarios	Clases individuales y en grupo combinadas con otros deportes y partidos de la liga de tenis.
Noche		Ejecutivos	Clases individuales y en grupo combinadas con partidos de la liga de tenis

Programa	Características
Diferentes formatos	<ul style="list-style-type: none"> Torneos mixtos, grupos de edad, grupos de nivel, etc. Jugar con la mano contraria, competiciones o campeonatos de club de mini-tenis o paddle-tenis. Variación de botes de la pelota, servicios, dimensiones de la cancha, número de jugadores, handicaps, etc. Torneos para jugadores en silla de ruedas.
Enseñanza	<ul style="list-style-type: none"> Días o clínicas gratuitas. Clases en las que se juega contra el entrenador. Pro-Am tenis. Partidos de exhibición entre jugadores o entrenadores profesionales. Clínicas sobre táctica. Clínicas de análisis en video. Clases sobre el golpe / juego del día (saque, golpe de fondo, voleas, etc.). Clases individuales o en grupo. Programas de mini-tenis, iniciantes, intermedios, avanzados, de competición, adultos y veteranos, etc. Programas de entrenamiento y competición para el equipo del club
Otros deportes	<ul style="list-style-type: none"> Eventos multi-deportivos. Olimpiadas de Tenis. Tenis voleibol.
Nuevos socios	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas ligas. Desafíos entre clubes. Dobles con "compañeros sorpresa". Torneos de 1 punto. Fiestas de tenis.
Condición física	<ul style="list-style-type: none"> Tenis aeróbico. Entrenamiento físico en la cancha Ejercicios de juego de pies.
Iniciantes	<ul style="list-style-type: none"> Competiciones de habilidades de tenis. Juegos de botar y pelotear. Relevos. Actividades de lanzar y atrapar (habilidades motrices fundamentales).
Eventos sociales y de promoción	<ul style="list-style-type: none"> Tenis en la calle. Tenis en el colegio. Tenis en vacaciones. Campamentos de entrenamiento. Visitas a torneos. Exhibiciones de tenis en silla de ruedas
Torneos	<ul style="list-style-type: none"> Torneos sociales con el ITN (individuales, dobles, distintas categorías y grupos de edad). Torneos abiertos. Torneos con premios en metálico. Ligas, todos contra todos, escaleras, etc. Torneos de liga por equipos. Torneos con handicap
Programas de tenis para adultos	<ul style="list-style-type: none"> Eventos por equipos para las distintas categorías (+35 hasta +75). Ligas: Inter-clubes, Provincial, Regional, Nacional, etc. Clases para iniciantes adultos. Combinar clases o torneos de tenis con actividades sociales (cartas, etc.). Tenis combinado con otros deportes (golf, etc.). Viajes de adultos a eventos de tenis.

Programas de Tenis para Adultos

Cada vez son más los adultos de entre 40 y 70 años de edad que juegan al tenis social o competitivamente. Estos jugadores tienen una gran motivación intrínseca pues buscan en gran medida los beneficios físicos, sociales y psicológicos que el tenis puede ofrecer. Algunos de los programas que se pueden organizar para satisfacer las demandas de este colectivo son (FFT, 1997):

- **Descubrir el Tenis.** 'Experimentar el placer del juego inmediato' permite a los iniciantes jugar y pelotear desde el principio. Para ello el profesor utilizar material adaptado a las habilidades físicas y técnicas de los jugadores: pelotas de espuma, pelotas blandas (mini-tenis), de transición, canchas de 6x12m, de 8x18m y redes bajas. El aprendizaje se lleva a cabo de manera dinámica y divertida.
- **Tenis y Forma Física.** 'Ponerme en forma mientras me divierto' está dirigido para aquellos que buscan una actividad que les permita adquirir una mejor forma física. Las clases combinan ejercicios de tenis y de preparación física en la cancha. ¡El

objetivo es derrochar energía, sudar e incluso perder algunos kilos!

- **Tenis Rendimiento.** 'Ser un mejor competidor' está diseñado para ayudar a los jugadores de competición a que mejoren sus habilidades técnicas, tácticas, físicas o mentales mediante la utilización de materiales y entrenamientos con ejercicios específicos y en situaciones adaptadas.

Como complemento del programa de adultos, la FFT ha desarrollado actividades diarias de tenis agrupadas en temas. Estos días pueden organizarse en cualquier momento durante la temporada y proporcionan una diversión tremenda a aquellos que participan en ellas:

- **Día del tenis recreativo** 'Sentirse bien gracias al tenis': Los participantes disfrutan de un día relajante y libre de estrés lleno de originales juegos de tenis. Por ejemplo: utilizar una pelota de espuma para jugar dobles pero golpeando sólo de volea.

- **Día de tenis y multi-juegos** 'Descubrir nuevos tipos de juegos': Para que nuestro deporte sea interesante la competición y los partidos han de ser accesibles a todos. Durante ese día, los organizadores disponen canchas de distintas dimensiones (6x12m, 8x18m, 23.77x8.23m) y solicitan a los jugadores que jueguen con distintos tipos de pelotas (de espuma, blanda, transición y normales). La combinación de todos estos elementos permite que todos, desde iniciantes a avanzados, disfruten y participen juntos.
- **Día del Tenis Divertido** 'Intentar jugar los golpes más locos': Esta actividad va dirigida fundamentalmente a adolescentes. Estos jugadores particularmente disfrutan de actividades con mucha intensidad, ejercicio físico y juegos. Se dividen las canchas en distintas estaciones: jugar al tenis con música, medida de la velocidad del servicio, golpes difíciles (p.ej. Entre las piernas), etc.

Programas para jugadores con necesidades especiales

A pesar del gran crecimiento internacional del tenis en silla de ruedas durante los últimos años, no se ha observado un crecimiento similar a nivel nacional o local. Probablemente esto se deba a la falta de programas en muchos de los clubes.

Sin embargo, los programas para jugadores de tenis en silla de ruedas, no son diferentes a los otros. Debido a las similitudes de los dos juegos (únicamente la regla de los dos botes es distinta), los programas integrados han supuesto un gran éxito. De ahí que muchos de los programas nuevos o recomendados sean simplemente añadidos a programas que ya podíamos tener. Pueden ser torneos o ligas integradas (jugadores normales y de silla de ruedas), sistemas de clasificación, campamentos y clínicas, y exhibiciones de tenis en silla de ruedas. Para proporcionar programas lo más completos posibles, también es una buena idea programar actividades para aquellos jugadores que sean deficientes mentales, visuales o auditivos (ITF, 2000).

CONCLUSIÓN

Para concluir es importante recordar que el objetivo fundamental de estos programas es atraer jugadores a nuestros clubes y que disfruten jugando al tenis. Por tanto ¡Cuanto antes empecemos, antes tendremos jugadores viniendo a nuestro club y disfrutando!

Bibliografía

- FFT. (1997). *Initiation Adultes: Programme Pédagogique*. Fédération Française de Tennis.
- FFT. (2000). *Jouer au tennis en famille*. Fédération Française de Tennis.
- Grover, G., Marcus, B., & Huff, G. (1991). *Creative Tennis Programming: How to Successfully Direct Innovative Tennis Events and Run the Perfect Round Robin*. G. Grover Ed.
- ITF. (2000). *Wheelchair Tennis Coaches Manual*. ITF Ltd, London.
- Tennis Australia. (1997). *Fire Up Tennis*. Tennis Australia: Melbourne.
- USTA. (1989). *USTA Fun Tennis Formats*. USTA. Key Biscayne.

Libros recomendados

Sports Coaching Concepts.

(Concepts sobre Entrenamiento Deportivo) Autor: John Lyle. Año: 2002. Páginas: 343. Idioma: Inglés. Nivel: Académico. ISBN: 0-415-26158-9.

El principal objetivo de este libro es elaborar un esquema conceptual del entrenamiento deportivo. Este libro presenta los aspectos clave que definen cada nivel del proceso de entrenamiento. Presenta nuevo material sobre temas como el papel del entrenador, las conductas del entrenador, el entrenamiento como una relación interpersonal, el entrenamiento en su contexto social, modelos de entrenamiento participativo y de alto rendimiento, "estilo" y "filosofía" de entrenamiento, el entrenamiento y la ética, las entrenadoras, y el futuro de la formación de entrenadores y



el profesionalismo. El autor es Decano de la Escuela de Psicología y Ciencias del Deporte de la Universidad de Northumbria, en Newcastle upon Tyne y ha sido entrenador internacional de voleibol. Para más información contactar con: www.routledge.com

Enseignement dans le club

(Enseñanza en el club). Autor: Federación Francesa de Tenis. Año: 2002. Páginas: 72. Idioma: Francés. Nivel: Intermedio. ISBN: 2-907-267-85-X.

Este libro, que forma parte del programa Club Junior de la Federación Francesa de Tenis iniciado en 1996, intenta presentar soluciones concretas para solucionar el tema de la participación de adolescentes (13-18) en los clubes. Incluye capítulos sobre las características físicas y



psicológicas de los adolescentes, comunicación con los adolescentes, independencia y autonomía, actividades en cancha y fuera de ella, etc. Para más información contactar con: www.fft.fr

Conocer el deporte: Tenis.

Autores: Charles Applewhaite y Anne Pankhurst. Año: 2002. Páginas: 48.

Idioma: Español. Nivel: Iniciantes. ISBN: 84-7902-348-1. Este libro, que es una introducción al tenis para todos los posibles practicantes, es la traducción al español del original "Know the game: tennis" publicado en 2002 por la Asociación de Tenis de Gran Bretaña. Entre los contenidos se incluyen: reglas, material, situaciones de juego, entrenamiento, técnica, táctica, calentamiento, etc. Para más información contactar con: www.edicionestutor.com



Workshops Regionales de la ITF para Entrenadores 2004

	3er Centro Americano y del Caribe	12º Asiático	27º Europeo	10º Sudamericano	4º Africano
Lugar	Santo Domingo, República Dominicana. Hoteles Hispaniola & Santo Domingo	Delhi, India. Hotel Uppal's Orchid	Valetta, Malta.	Asunción, Paraguay. Hotel Resort Casino Yacht Y Golf	Pretoria, Sudáfrica. High Performance Training Centre
Fecha	13 – 19 Septiembre	11 – 17 Octubre	30 Octubre – 4 Noviembre	15 – 21 Noviembre	22-27 Noviembre
Ponentes confirmados	Paul Lubbers (USA) Paul Lubbers (USA) Bobby Bernstein (USA) Marcial Mota (DOM) José Joaquín Puello (DOM) Cecilia Ancalmo (ESA) Nicolas Guizar (MEX) Guillermo Stevens (MEX) John Goede (NEA) Gustavo Granitto (ITF) Frank Couraud (ITF) Dave Miley (ITF)	Machar Reid (AUS) Machar Reid (AUS) Vecce Paes (IND) Kawaljeet Singh (IND) Arnaú Florit (ESP) Happy Balla (IND) AITA Tutors (IND) Suresh Menon (ITF) Dave Miley (ITF) Miguel Crespo (ITF) Hichem Riani (ITF)	Anna Skorodumova (RUS) Anna Skorodumova (RUS) Ivo van Aken (BEL) Richard Schonborn (GER) Catherine Garipuy (FRA) Antony Girod (FRA) Richard Tamaile (SWE) Hans P. Born (GER) Bernard Pestre (FRA) Alistair Higham (GBR) Hrvoje Zmajic (ITF) Dave Miley (ITF) Miguel Crespo (ITF) Otros PC	Larissa Schaerer (PAR) Larissa Schaerer (PAR) Dietmar Samulski (BRA) Miguel Miranda (ITF) Ivan Molina (ITF) Dave Miley (ITF) Miguel Crespo (ITF) Otros PC	Machar Reid (AUS) Machar Reid (AUS) Wayne Black (ZIM) Karl Davies (ITF) Prince Madema (ITF) Frank Couraud (ITF) Achile Tapka (ITF) Otros PC
Fecha límite de inscripción	2 Agosto	6 Septiembre	-	18 Octubre	11 Octubre

Para inscribirse, por favor contacte con su Asociación Nacional. Todas las inscripciones han de realizarse en las Asociaciones Nacionales y todos los participantes han de ser avalados por su Asociación Nacional.

NUEVA PUBLICACIÓN

TÁCTICAS DE DOBLES

103 jugadas y ejercicios ganadores

Por Louis Cayer y la Federación Internacional de Tenis
2004, 224 páginas, ISBN 0-7360-4004-8
US\$19.95
www.humankinetics.com

!Forme parte de una pareja ganadora en la cancha!

"Louis Cayer continua siendo todo un líder gracias a sus conceptos de biomecánica y táctica de dobles para todos los niveles. Sus innovadoras ideas y estrategias son muy respetadas y me han ayudado a convertirme en uno de los mejores jugadores del mundo."

Daniel Nestor

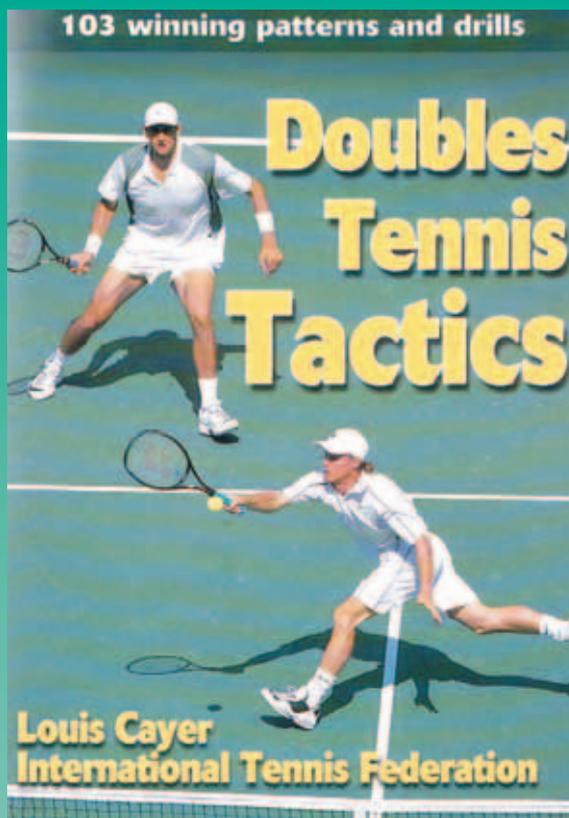
Jugador número 1 mundial de dobles en 2002
Medalla de Oro masculina en la prueba de dobles, 2000

El libro Tácticas de Dobles le enseña las posiciones y movimientos que hay que llevar a cabo y los golpes que se deben realizar en las distintas jugadas. Estas jugadas mejorarán su consistencia, pondrán más presión sobre los contrarios y le ayudarán a ganar más partidos.

Producido conjuntamente por la Federación Internacional de Tenis (ITF) y el mundialmente famoso entrenador Louis Cayer, el libro Tácticas de Dobles presenta un sistema comprobado para mejorar el juego de dobles. Incluye 103 patrones de juego y ejercicios para situaciones de juego específicas acompañados de dibujos de canchas para saber las jugadas que son más apropiadas en cada situación de juego. Se explica la posición en la cancha y los movimientos de los cuatro jugadores —sacador, compañero del sacador, restador, y compañero del restador— así como la forma en que se debe cubrir la cancha, y distintas formaciones especiales para las parejas al servicio y al resto.

Además, el libro Tácticas de Dobles presenta distintos estilos de juego que su pareja puede utilizar o a los que puede enfrentarse. Aprenderá a mejorar los puntos fuertes de cada compañero y sabrá las jugadas más efectivas según su estilo de juego. También descubrirá las jugadas que son más efectivas ante distintas parejas. Un capítulo especial le ayudará a decidir cuando cruzarse y a evaluar los riesgos y ventajas de hacerlo.

¡Use el libro Tácticas de Dobles para jugar de forma más inteligente con su compañero y convertirse en una pareja ganadora!



Suscripción a "ITF Coaching & Sport Science Review"

ITF Coaching & Sport Science Review se publica 3 veces al año en Abril, Agosto y Diciembre. La suscripción puede hacerse durante un año y el coste (incluyendo el correo) será el siguiente:

Suscripción por 1 año **£9.00** (£3.00 por copia) = US\$ 14.09 (\$4.70)*

* cambio en US\$ equivalente en Noviembre de 2002.

En caso de que se suscriba a mitad del año, recibirá los números atrasados desde el inicio del año en cuestión y los números futuros que resten.

Si desea suscribirse, por favor envíe un fax al Departamento de Desarrollo de la ITF al número **44 20 8392 4742** para conseguir los formularios de Datos Personales y de Pago con Tarjeta de Crédito. Tras rellenarlos, puede enviarlos de nuevo por fax al mismo número.

Recuerde que ITF Coaching & Sport Science Review puede accederse en nuestra página de internet www.itftennis.com/coaching.

En caso de que tenga alguna pregunta o duda, por favor contacte con el Departamento de Desarrollo del Tenis mediante un fax al: 44 20 8392 4742 o un correo electrónico a development@itftennis.com



International Tennis Federation

ITF Ltd, Bank Lane, Roehampton, London SW15 5XZ
Tel: 44 20 8878 6464 Fax: 44 20 8878 7799
E-mail: itf@itftennis.com Website: www.itftennis.com
ISSN 1812-2329

Printed by Remous Ltd, Milborne Port, Sherborne, Dorset DT9 5EP