



LUÍS MEDIERO. PRESIDENTE DEL INTERNACIONAL COACHES INSTITUTE

“El pádel ha sabido cautivar a un público que el tenis tenía olvidado”

Conocido como el ‘entrenador de entrenadores’, **Luís Mediero** (Madrid, 1963) lleva 30 años de su vida dedicados al mundo del tenis, un deporte del que se considera “un apasionado”. Para este *gurú* de la raqueta, el tenis español cuenta con el suficiente potencial como para imponerse en seguidores al fútbol, aunque, a su parecer, la falta de implicación de los organismos oficiales está “entorpeciendo” su crecimiento y consolidación. Impulso que sí que está sabiendo aprovechar el pádel, disciplina que no debe ser vista como “competidora, sino como un complemento”.

Mireia Arjona
Barcelona

¿Qué cualidades debe tener un buen entrenador?

Básicamente cuatro, que son las mismas que debe adquirir un buen jugador: capacidad técnica, que engloba la formación, la habilidad y la experiencia; capacidad táctica para saber organizarse y ponerse objetivos; un buen rendimiento físico, y, por último y más importante, actitud. Con actitud, tarde o temprano generas conocimientos. La actitud genera aptitud.

¿Hasta qué punto puede un entrenador influir en la elección de una determinada marca?

Los jugadores se mueven por las sensaciones. Un pequeño detalle puede decantar la decisión hacia un modelo u otro. En los que se inician, es el entrenador el que conoce qué material es el más adecuado para cada jugador y puede orientarles mejor. Todas las marcas tienen una calidad semejante y lo que realmente acaba influyendo es la estética de la raqueta y quién lleva esa raqueta. Los niños crecen influenciados por sus ídolos y si admiran a Nadal querrán la raqueta con la que juega él, pero si se tiene confianza en el entrenador, seguirán su consejo.

¿Cómo está la base de jugadores de tenis en España?

¿En el público femenino funciona igual este revulsivo?

Aunque estamos en crisis, los padres todavía no sacrifican las actividades deportivas de sus hijos y eso tenemos que aprovecharlo. Tenemos que hacer que los niños se dediquen al tenis en vez de jugar al fútbol y eso depende en gran medida de la motivación que le inculquemos los entrenadores. Todos los deportes quieren atraer niños. La ventaja que tenemos en España es que hay buenos tenistas. Debemos aprovecharnos de ellos, de Nadal, Babolat y Nike los que más, pero los demás también porque Nadal es un icono que vende tenis y debemos explotarlo.

¿El pádel ha eclipsado el desarrollo del tenis?

Quizás es lo que está mancando. España tiene 6 o 7 jugadoras entre las 100 mejores del mundo, lo cual no pueden decirlo todos los países, pero nos falta una figura que conecte con el público. Después de Arancha Sánchez Vicario o Conchita Martínez no ha vuelto a haber ninguna jugadora mito. Las chicas no están jugando a tenis y las que lo hacen, no superan los 14 años.

¿El pádel ha eclipsado el desarrollo del tenis?

El pádel no es un deporte de ni-



- “Si el tenis no es hoy un mercado más potente es gracias a la Federación”
- “Nadal es un icono que vende tenis y todos debemos aprovechar eso”
- “Una mayor especialización evita que los consumidores se fuguen hacia internet”

ños, sino de adultos. El pádel ha conseguido cautivar un público que no solía hacer deporte, sobre todo a un público femenino, que había probado el tenis pero que lo había encontrado difícil y se había aburrido. Es un deporte social, competitivo, que te permite jugar desde el primer día sin necesidad de tener buena técnica. Es muy agradecido y ha conseguido cautivar a un público que el tenis no tenía y esto ha permitido a muchos clubs centrados en el tenis revitalizar su masa social y ganar socios. No hay que ver el pádel como una competencia del tenis sino como un complemento. El pádel a ni-

vel internacional no tiene presencia más que en Argentina, México y España. Lo que está pasando aquí es un fenómeno, tenemos más de dos millones de jugadores.

¿Por qué no cuaja el pádel a nivel internacional?

En otros países como Inglaterra, Portugal o Alemania, el tenis adulto está muy desarrollado y bien organizado. El adulto en Alemania, a nivel bajo-medio, compite y mucho. Por eso el pádel no está seduciendo a este público, porque ya lo ha hecho el tenis. En España el tenis tenía olvidado a ese segmento.

¿Y de quién es la culpa?

Las marcas, cada una a su nivel, apuestan por el desarrollo del deporte. Los clubs y los entrenadores también. El problema es la federación de tenis, que es tercermundista. No promueve la creación de torneos y si los promovemos nosotros, nos pone trabas para que no salgan adelante. Con el nivel de tenistas que hay en España, la Federación debería haber conseguido que el tenis fuera el deporte oficial en los colegios. Si el tenis no es hoy un mercado más potente es gracias a la Federación.

¿Cómo ves el parque de tiendas de deporte de raqueta? ¿Es Decathlon una amenaza seria para el sector?

A nivel de producto, Decathlon ha sabido hacerlo bien, lanzando artículos propios con una buena relación calidad-precio para deportistas principiantes. Mucha tienda tradicional no ha sabido adaptarse a las circunstancias y este hecho está llevando a que cada vez hayan menos tiendas especializadas. El que no tenga conquistada a su clientela, es posible que la acabe perdiendo y se decante por las grandes superficies, aunque éstas no ofrezcan una atención de calidad.

¿La especialización de las tiendas evitaría la fuga de clientes al canal Internet o a las grandes superficies?

Sí. Un servicio especializado y un asesoramiento técnico son fundamentales.

Y ante este panorama, ¿qué le recomendaría a las tiendas especializadas del sector?

Que nos unamos todos. Deberíamos crear un organismo de la industria del tenis, donde estuvieran representados medios de comunicación, tiendas, entrenadores, marcas y todos los que estamos realmente en el día a día de este deporte, para que velara por nuestros intereses. De esta manera, todos iríamos mejor e incluso las marcas escucharían más a las tiendas. □



YAN ZI
Medalla de bronce de dobles femenino en Pekín 2008





NUEVO MODELO SPEED ADVANCED TR 10W M CON TECNOLOGÍA CUSHION.
MATERIAL CON ALTA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE IMPACTO.
ABSORBE Y REPARTE LA PRESIÓN EN EL MOMENTO DEL ATERRIZAJE.

CONSULTE SU TIENDA MAS CERCANA EN NUESTRO STORE LOCATOR: www.lining.com.es