



La innovación en el tenis: Una visión general de la investigación

Miguel Crespo^a , Dolores Botella-Carrubí^b  y José Jabaloyes^b 

^a Integrity and Development Department, International Tennis Federation, London, UK.

^b Universitat Politècnica de València, València, España.

RESUMEN

Durante las últimas décadas el ecosistema del tenis se ha visto inmerso en un proceso gradual de globalización, profesionalización y comercialización en un intento de responder eficazmente a los crecientes retos de un entorno en rápida evolución. Este proceso ha supuesto la aplicación de una serie de innovaciones en este deporte. El objetivo de este artículo es ofrecer una visión general de algunas de estas prácticas, tal y como las han abordado tanto los investigadores como los profesionales. Se concluye que la investigación se ha centrado principalmente en las innovaciones tecnológicas de los productos de tenis creados para aumentar la experiencia de los jugadores. Se sugiere que en futuros estudios se investiguen las innovaciones en materia de servicios, políticas y administración del tenis.

Palabras clave: cambio, evolución, progreso, tecnología

Recibido: 10 enero 2021

Aceptado: 15 febrero 2021

Autor de correspondencia:

Miguel Crespo, ITF Bank Lane, Roehampton, London SW15 5XZ, Great Britain. Email: Miguel.Crespo@itftennis.com

INTRODUCCIÓN

El deporte en general y el tenis en particular han utilizado ampliamente el término innovación al igual que otros ámbitos de la sociedad como las artes, la cultura y la salud. La innovación ha sido entendida y definida como un proceso caótico, complejo, iterativo y social que implica la adopción de nuevas prácticas, estructuras o tecnologías (Wolfe, 1994). Como indicó Ratten (2016), cuando un determinado deporte se compromete a desarrollar ideas con el objetivo de implementar prácticas innovadoras, se puede decir que tiene una estrategia de innovación.

El tenis es una actividad multifacética que puede considerarse una industria global y un negocio con muchas ramificaciones. Se trata de un deporte verdaderamente para toda la vida y con igualdad de género que es practicado en 210 países de todo el mundo por más de 87 millones de jugadores de todas las edades, niveles de habilidad, capacidades y condiciones, que atrae a más de mil millones de aficionados y puede considerarse uno de los deportes más populares (ITF, 2019).

Autores como Crespo y Jabaloyes (2020) han destacado que la amplia y fuerte presencia de nuestro deporte en la sociedad impulsa al tenis a adaptarse, evolucionar, cambiar e innovar para estar a la altura de las expectativas de todas las partes interesadas.

Durante las últimas décadas, el ecosistema del tenis se ha visto inmerso en un proceso gradual de globalización, profesionalización y comercialización en un intento de responder eficazmente a los crecientes retos de un entorno en rápida evolución. Este proceso ha supuesto la aplicación de una serie de innovaciones en este deporte. El objetivo de este artículo es ofrecer una visión general de algunas de estas prácticas, tal y como las han abordado tanto los investigadores como los profesionales.



LA INNOVACIÓN EN EL TENIS

Como afirman García del Barrio y Pujol (2015), la industria del tenis es uno de los proveedores más significativos dentro del negocio del entretenimiento. El talento de sus mejores jugadores, el interés de los aficionados y el número de población que juega son algunos de los factores en los que se basa el mercado del tenis.

Existen características especiales del tenis como la necesidad de un determinado equipamiento para su práctica, (es decir, raquetas y pelotas), el papel único de los entrenadores en la enseñanza del deporte, y las características especiales de su estructura de competición, entre otros factores, que se consideran especialmente interesantes desde la perspectiva de la innovación. Por lo tanto, puede decirse que, para los procesos de innovación, el tenis se considera especialmente un escenario favorable.

Este fenómeno se ha originado a partir de diversas fuentes. Las empresas de la industria del tenis han introducido nuevos productos y servicios que han abordado no sólo la oferta de su industria, sino también su demanda (Kim y Pennings, 2009). Las diferentes organizaciones del tenis también han generado cambios innovadores en su afán por gobernar las diferentes áreas del deporte. Los entrenadores, como aquellos que enseñan el deporte en sus distintos niveles de práctica, producen constantemente innovaciones para mejorar la experiencia tenística de los jugadores. Los medios de comunicación han transformado la difusión del deporte hacia nuevos niveles de sofisticación. Los jugadores, los aficionados, los torneos y otras partes interesadas también han favorecido considerables cambios innovadores orientados a adaptar el tenis a sus necesidades y expectativas.

Las innovaciones en el tenis han adoptado diferentes formas en términos de productos, servicios, tecnologías y políticas, entre otras. Varios estudios han investigado el papel, las implicaciones y el impacto de los diferentes tipos de innovaciones generadas en el juego.

En el caso de las innovaciones de producto, autores como Kim y Pennings (2009) han señalado que la difusión e imitación de las diferentes innovaciones de producto por parte de las organizaciones y empresas competidoras en la industria del tenis parece estar impulsada en gran medida por la legitimidad obtenida por los avales de los productos realizados por los mejores jugadores profesionales y por la publicidad. Un aspecto que se ha estudiado ha sido la creación de ropa de tenis (Chae, 2017).

En cuanto a la innovación de los servicios en el tenis, la prestación de servicios estadísticos a los jugadores y a las federaciones ha sido estudiada por Kovalchik y Reid (2019), quienes destacaron cómo las asociaciones entre organizaciones pueden generar nuevo conocimiento para ayudar al progreso del deporte. Las organizaciones de tenis, como las federaciones y los clubes de diferentes niveles, también están ofreciendo servicios innovadores a sus miembros.

En este escenario, el mercado del tenis se está transformando drásticamente por el progreso tecnológico, que ha facilitado el acceso al juego a un gran número de nuevos "consumidores de ocio" utilizando el desarrollo de los medios de comunicación de masas. Los estudios también han investigado aspectos como las ventas y el marketing en la introducción temprana del deporte (Luitzen, Bollerman y Delhey, 2015) y los métodos de entrenamiento en el tenis (Ren, 2018). Las innovaciones técnicas en el tenis que han sido implementadas por la industria han recibido un considerable interés por parte de los investigadores, ya que ponen la tecnología al servicio del juego. Los estudios sobre el tenis incluyen, entre otros, el cordaje "espagueti" y las raquetas de material compuesto como casos de innovaciones tecnológicas que suelen cambiar la naturaleza de un deporte (Gelberg, 1996), o el arbitraje (Hawk-Eye Innovations, 2007; Collins y Evans, 2008; Mather, 2008; Singh y Dureja, 2012). Otras investigaciones sobre este tipo de innovaciones están relacionadas con la industria de las raquetas (Kim y Pennings, 2009), los innovadores clave como Howard Head (Laudone, Liguori, Muldoon y Bendickson, 2015) o el equipamiento adaptado (Cooke y Davey, 2007; Buszard, Farrow, Reid y Masters, 2014) y su influencia en los resultados del juego (Sheridan, 2006).

En cuanto a las innovaciones en las políticas en programas de tenis, también se han estudiado en el caso de la clasificación del tenis (Sheridan, 2007) o al analizar las opiniones de los entrenadores sobre la campaña Play & Stay de la ITF como programa innovador específico (Buszard, Oppicci, Westerbeek & Farrow, 2020).

Curiosamente, a pesar de que las organizaciones del tenis han generado muchas innovaciones en diferentes ámbitos del juego (por ejemplo, el cambio del formato de la Copa Davis, la nueva denominación y marca de la Fed Cup a la Copa Billie Jean King por parte de la ITF, o la creación del evento Next Gen por parte de la ATP), no se han encontrado estudios que investiguen estos cambios.

En algunos casos, la innovación en el tenis ha generado controversia e incertidumbre en el mercado (por ejemplo, la innovación en los materiales y el diseño de las raquetas). Los beneficios potenciales de algunos nuevos productos o servicios (por ejemplo, las pelotas de tenis más lentas) pueden causar dudas, ya que podrían provocar incertidumbre técnica e incertidumbre sobre la existencia de un mercado para las innovaciones. Este escenario puede darse independientemente de si las innovaciones son radicales, incrementales o continuas y sus características ayudan a comprender mejor los éxitos y fracasos de las innovaciones en el tenis (Buszard, Farrow, Reid y Masters, 2014).

CONCLUSIÓN

El resumen de las investigaciones e iniciativas descritas en el apartado anterior permite concluir que el deporte del tenis ha vivido un proceso continuo de renovación. Como destacan autores como Kim y Pennings (2009) la innovación, además del desarrollo, la producción y el lanzamiento de nuevos productos, también incluye la comunicación entre las organizaciones o empresas y el mercado.

Este estudio ha demostrado que el ecosistema del tenis está aplicando diferentes innovaciones que implican una serie de recursos con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de sus partes interesadas. En general, esta gran variedad de iniciativas está orientada a aumentar la participación y la afición, a mejorar el rendimiento de los jugadores y a ofrecer una mejor experiencia al usuario. Muchos de los productos y servicios, si no todos, implican algún tipo de innovación tecnológica. Algunas de estas prácticas innovadoras han recibido una atención considerable por parte de las investigaciones en un intento de comprender mejor los aspectos clave que describen este proceso.

Las investigaciones se han centrado principalmente en las innovaciones tecnológicas de los productos de tenis creados para aumentar la experiencia de los jugadores. Por lo tanto, parece obvio que otros estudios deberían investigar las innovaciones de servicios, políticas y aspectos administrativos en el tenis.

Muchos de los productos o servicios mencionados ofrecen una mezcla única de innovación, experiencia y precisión que han revolucionado el mundo del tenis, ya que sirven para mejorar el juego. Es de esperar, por tanto, que el tenis siga innovando para mantener su popularidad en todo el mundo.

REFERENCIAS

- Buszard, T., Farrow, D., Reid, M., & Masters, R.S.W. (2014). Modifying Equipment in Early Skill Development: A Tennis Perspective, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 85:2, 218-225. <https://doi.org/10.1080/02701367.2014.893054>
- Collins, H., & Evans, R. (2008). You cannot be serious! Public understanding of technology with special reference to "Hawk-Eye". *Public Understanding of Science*, 17(3), 283-308.
- Cooke, K., & Davey, P.R. (2007). Karl Cooke & Polly R. Davey (2005) Tennis ball diameter: the effect on performance and the concurrent physiological responses, *Journal of Sports Sciences*, 23:1, 31-39. <https://doi.org/10.1080/02640410410001730052>
- Crespo, M., & Jabaloyes, J. (2020). Something new? Innovation post COVID-19. A must for tennis. *ITF Coaching and Sport Science Review*, 81 (29), 6-8. <https://www.itf-academy.com/?view=itfview&academy=103&itemid=1172>
- Chae, M. (2017). An innovative teaching approach to product development: creating tennis wear for female baby boomers. *Fashion and Textiles*, 4: 13, 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0098-9>
- García del Barrio, P., & Pujol, F. (2015). Sport talent, media value and equal prize policies in tennis. In Rodríguez, P., Késenne, S., and Koning, R. (Eds.). *The Economics of Competitive Sports*. (pp. 110-151). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783474769.00015>
- Gelberg, J. N. (1996). Technology and sport: the case of the ITF, spaghetti strings, and composite rackets. *Proceedings and Newsletter of the North American Society for Sport History*, 77-78.
- Kim, H. E., & Pennings, J. M. (2009). Innovation and strategic renewal in mature markets: A study of the tennis racket industry. *Organization Science*, 20(2), 368-383.
- Kovalchik, S., & Reid, M. (2019). The game insight group: A model for academic-industry partnerships for sports statistics innovation. *Quality Engineering*, 31(1), 23-38. <https://doi.org/10.1080/08982112.2018.1519578>
- Laudone, R., Liguori, E. W., Muldoon, J., & Bendickson, J. (2015). Technology brokering in action: revolutionizing the skiing and tennis industries. *Journal of Management History*, 21, (1), 114-134. <https://doi.org/10.1108/JMH-03-2014-0068>
- Luitzen, J., Bollerman, T., & Delheye, P. (2015). Playing on the Field of Social and Technical Innovation: The Impact of the Sale of Lawn Tennis Sets in the Netherlands, 1874-1887. *The International Journal of the History of Sport*, 32(9), 1181-1204. <https://doi.org/10.1080/09523367.2015.1071356>
- Mather, G. (2008). Perceptual Uncertainty and Line-Call Challenges in Professional Tennis. *Proceedings of the Royal Society B*. <https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0211>
- Ren, Y. (2018). The application of tennis wall in tennis training and analysis of innovative training methods. In 8th International Conference on Education, Management, Information and Management Society (EMIM 2018) (pp. 372-375). Atlantis Press.
- Sheridan, H. (2006). Tennis technologies: de-skilling and re-skilling players and the implications for the game. *Sport in society*, 9(1), 32-50. <https://doi.org/10.1080/17430430500355782>
- Sheridan, H. (2007). Evaluating Technical and Technological Innovations in Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 31(2), 179-194. <http://dx.doi.org/10.1177/0193723507300485>
- Singh, B., & Dureja, G. (2012). Hawk Eye: A Logical Innovative Technology Use in Sports for Effective Decision Making, *Sport Science Review*, vol. XXI, No. 1-2, April. <https://doi.org/10.2478/v10237-012-0006-6>
- ITF. (2019). Global Tennis Report. <https://www.itftennis.com/en/about-us/organisation/publications-and-resources/publications>
- Ratten, V. (2016). Sport innovation management: towards a research agenda. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 18(3), 238-250. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1244471>
- Wolfe, R.A. (1994). Organizational innovation: review, critique and suggested research directions. *Journal of Management Studies*, 31, 3, 405-431. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1994.tb00624.x>

Copyright © 2021 Miguel Crespo, Dolores Botella-Carrubí y José Jabaloyes



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar el documento, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciente o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[CC BY 4.0 Resumen de licencia](#). [CC BY 4.0 Texto completo de la licencia](#)

CONTENIDO ITF ACADEMY RECOMENDADO (HAZ CLICK ABAJO)

