

## Porras (WPT): "El año que viene habrá un torneo oficial de pádel en Miami"

Guillermo G. Recio  
31 mar 2016 - 05:00

La industria del pádel busca ir más allá de las fronteras españolas. Este deporte sigue sumando aficionados, practicantes y compañías que ven el potencial de esta disciplina en el exterior. "Somos la punta de lanza de la internacionalización del pádel", explica a *Palco23* el director general del World Padel Tour (WPT), Javier Porras.

En su opinión, los países donde la fiebre del pádel va a llegar próximamente son Francia, Italia, Suecia y Croacia. "El hecho de que el WPT ponga sus tentáculos en esos países es un gran paso para las marcas de la industria", asegura Porras, que se muestra confiado con el importante crecimiento de este deporte en los próximos dos o tres años.

Una de las formas para cumplir con esta misión es la internacionalización del circuito profesional, cuya cuarta temporada comienza esta semana en Gijón (Asturias), que recorrerá las principales ciudades españolas, pero también regresará al Principado de Mónaco, Argentina y Portugal, y se probará con exhibiciones en Italia y Estados Unidos.

El WPT quiere contar con nuevas ciudades cada año y Porras adelanta que la próxima temporada "habrá un torneo oficial en la ciudad de Miami". Aunque este año se ha caído del cartel, el directivo también asegura que "la United Arab Emirates Padel Association está trabajando para volver a llevar un *Master* a Dubái", además de entrar en Doha (Qatar) próximamente.

La fórmula que utiliza la compañía propietaria del WPT, Setpoint Events, para su expansión es la adjudicación de licencias. Monte-Carlo International Sports, por ejemplo cuenta con los derechos del circuito para organizar este evento durante tres años y extender la práctica del pádel en el Sur de Francia.

El ejecutivo confía en contar con un "muy buen producto" para poder aumentar con cuatro o cinco patrocinadores potentes su elenco de acuerdos comerciales. Actualmente, "el circuito trabaja con un presupuesto total que supera los seis millones de euros", según explica, lo que supone un aumento de algo más de un millón de euros respecto a la temporada pasada.



Javier Porras durante la presentación de la temporada 2016./ WPT

Esto es gracias al incremento de las aportaciones de sus patrocinadores, con Damm a la cabeza con una cifra que ronda el millón de euros y los cerca de 400.000 euros que aportan Adeslas y Volvo. En un tercer nivel aparecen una decena de marcas como Star Vie, también del presidente de la cervecera Demetrio Carceller, Head o Burger King que aportan alrededor de 100.000 euros cada una.

Algunas marcas como Phillips, Adecco y Air Europa han finalizado sus contratos comerciales, por lo que ya no estarán presentes en la nueva temporada. Aun así, desde la organización aseguran que se sigue trabajando para que los socios oficiales aumenten.

Todas estas enseñanzas son conscientes del tirón que tiene el pádel en toda España, ya que es uno de los deportes en los que más rápido crece el número de federados. Además, esta será la segunda edición en la que los partidos se retransmiten a través de Teledeporte gracias a un acuerdo alcanzado con Televisión Española (TVE), lo que permite llegar a audiencias complementarias a las que consiguen a través de su página web.

Otro de los retos para crecer, apunta Porras, "son los derechos de televisión a nivel internacional". El objetivo del circuito es conseguir cerrar contratos con medios de comunicación extranjeros para poder llegar a incrementar los tres millones de espectadores acumulados durante la pasada campaña.

Pese a que la intención de internacionalizar la competición, la idea es mantener la

identidad española, comenta el directivo. Uno de los motivos es el peso del grupo Damm, que era el patrocinador principal del World Padel Tour, hasta que a mediados de 2014 se vio obligado a asumir la gestión ante el riesgo de desaparición del circuito. Porras explica que se trata de una apuesta "a largo plazo" y que gracias a la compañía cervecera "han crecido a un gran nivel en los últimos dos años".

Ejemplo de ello es que gracias al patrocinio de Estrella Damm al Barcelona Open Banc Sabadell, el WPT estará presente en la próxima edición que comenzará el 18 de abril. El directivo detalla que de la mano de la cervecera, tal y como ya hacen en el Mutua Madrid Open, utilizarán por primera vez "las nuevas pistas de pádel del Reial Club Tennis Barcelona para realizar exhibiciones de las principales figuras del circuito e intentar contagiar a los seguidores del tenis".