

COMPETICIONES

El director general de Damm entra en el consejo de World Padel Tour

Palco23
7 oct 2015 - 04:55

Damm vuelve a demostrar su firme apuesta por el pádel. El grupo cervecero, propietario del World Padel Tour, ha dado entrada en el consejo de administración de la gestora del circuito profesional a Jorge Villavecchia, director general de Damm y uno de los hombres de confianza de su máximo accionista, Demetrio Carceller.

El ejecutivo entra en el consejo de Setpoint Events, así se llama la mercantil que gestiona el torneo, en sustitución de Marcial Navarro, que en junio abandonó Damm tras quince años como director de recursos humanos y servicios corporativos, según consta en su perfil de LinkedIn.

En el consejo de administración de World Padel Tour también está Jaume Alemany, director de marketing de Damm; Ángel Guarch, director de finanzas corporativas del grupo cervecero, y José Luis Serrano Flórez, otro de los hombres de confianza de Carceller y vinculado a su grupo petrolero Disa. Javier Porras, director general del circuito y quien se encarga del día a día, figura como uno de los apoderados, según la información pública del Registro Mercantil.

La compañía se hizo con el control del torneo el año pasado y realizó una inversión inicial de 150.000 euros, cifra que se complementó con una inyección adicional de tres millones de euros para dotarla de fondos propios y empezar a operar en un circuito que este año traspasa fronteras con eventos en Argentina, Portugal, Mónaco y Dubái. Además, cada año también aporta en torno a un millón de euros en su condición de patrocinador principal.

World Padel Tour trabaja con un presupuesto total que ronda los cinco millones de euros por temporada. Junto a la aportación de Damm, también aparecen los entre 350.000 euros y 400.000 euros que aportan, respectivamente, Adeslas, Volvo y Philips, según explicaba recientemente Porras en una entrevista con *Expansión*. En un tercer nivel aparecen una decena de marcas como Star Vie, también de Carceller, Head, Adecco, Air Europa o Burger King que aportan cerca de 100.000 euros cada una. Por debajo estarían compañías como Kaos, que se vinculan excepcionalmente a una serie de torneos del circuito.

PALCO23

Todas estas marcas 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 es la primera 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.

La edición del torneo de este año está formada por cinco torneos *Master*, que se celebran en Barcelona, Málaga, Valencia y las recién incorporadas Dubái y Mónaco; diez *Open*, que se desarrollan en distintas ciudades españolas y en Río Gallegos (Argentina); cuatro *Challenger* también en España, y la *Master Final* que se juega en Madrid.