

COMPETICIONES

RPM 'ata' a Gaes para la Titan Desert y prepara una versión en Argentina

Marc Menchén
1 oct 2015 - 05:00

RPM podría vivir en 2016 su año más internacional. La compañía catalana, que ha recuperado la propiedad de las World Series 3.5, celebrará este octubre su primera edición de la Titan Tropic y para el próximo año ya prepara el lanzamiento de una tercera prueba ciclista de resistencia en Argentina, según ha podido saber *Palco23*. Las negociaciones han entrado en la recta final y es posible que el anuncio se realice próximamente.

Juan Porcar, consejero delegado de Alesport, empresa propietaria de RPM, explica a este diario que la nueva competición se celebrará en una zona conocida como La Ruta 40, característica por disponer con "un desierto muy parecido a los de Estados Unidos". Por ahora se desconocen detalles como la distancia y el recorrido, aunque esta carretera es una de las principales del país y suma 5.031 kilómetros en total, que discurre paralela a la Cordillera de los Andes.



Las Dakar Series ya recorren parte de La Ruta 40 de Argentina que explorará la nueva Titan.

El ejecutivo justifica el lanzamiento de la nueva prueba por las solicitudes que han

recibido desde la región, y porque también les serviría para ampliar su presencia en el Cono Sur. En este sentido, asegura que la Titan Tropic que celebrarán por primera vez en Cuba este diciembre está pensada sobre todo para cubrir el mercado estadounidense, mexicano y una parte de Centroamérica.

"Para internacionalizarte tienes que tener un producto diferencial", argumenta Porcar sobre el hecho de haber conseguido replicar en distintas partes del mundo una prueba de resistencia tan peculiar. Para la Titan Tropic, de la que destaca la implicación de las autoridades cubanas conscientes de la visibilidad que ésta dará a la isla, el empresario confía en agotar los 150 dorsales que han puesto en circulación. "Es la primera edición y queremos que salga todo bien", justifica sobre la limitación de plazas.

Esta precaución hace tiempo que se aparcó relativamente para la Titan Desert, que este año alcanza su undécima edición de travesías por el desierto y las montañas de Marruecos. Si en 2006 se registraron cien aventureros para esta prueba, el año pasado ya lo hicieron 602 personas y este año Porcar asegura que las peticiones para participar en la edición de 2016 se han incrementado un 12%.

Todo ello, gracias al aumento de la participación internacional, que de rebote les ha animado a lanzar dos nuevas versiones al otro lado del Atlántico, "y a la consolidación de categorías como la femenina, la *Corporate* (trabajadores de una misma empresa) o *Ambassador* (participantes que representan al municipio donde residen)", recuerdan en su página web desde la Titan Desert.

"La complejidad es la logística de las autocaravanas", advierte sobre el rompecabezas de movilizar a miles de personas cada día con la instalación de campamentos base para el descanso de los deportistas. Ello también exige una mayor inversión económica, ya que el precio de las inscripciones (en torno a los 2.000 por persona, ya que varía en función del dorsal) no cubre la totalidad de los costes.



Gaes adquiere los 'title rights' de la Titan Desert a partir de 2016.

Por ello, RPM ha acelerado la búsqueda de patrocinadores y ha acabado encontrando un nuevo socio estratégico. Se trata de Gaes, que ha adquirido los *title rights* de la competición original y que pasará a llamarse Gaes Titan Desert by Garmin, el otro gran aliado. Además, la empresa catalana de centros auditivos también será el patrocinador principal de la Titan Tropic by Gaes, con la que espera reforzar su imagen en América Latina.

Sobre el hecho de que el fabricante de productos de navegación por satélite no patrocine la edición cubana, Porcar matiza que se debe a que el contrato que mantienen para la Titan Desert se firmó con la filial del grupo estadounidense para la Península Ibérica, que desde hace varios años apuesta por esta prueba. Taymory, empresa fabricante de artículos deportivos para triatlones, sí se ha convertido en patrocinador de la nueva prueba en Cuba.

Junto a Gaes, Garmin y Taymory, entre las marcas comerciales que ayudan a sufragar la organización de esta prueba figuran Pharmaton, Madform, Racc, Cinesa, Unical y Ciel, entre otros. "Hemos conseguido estabilizar la estructura de patrocinadores pese a la crisis", asegura Porcar. Según RPM, la última edición de la Titan Desert acumuló una audiencia de 110 millones de personas, con un impacto económico en medios de comunicación de más de 6 millones de euros.