

COMPETICIONES

El Mutua Madrid Open busca 800 trabajadores para este año

Palco23
17 feb 2016 - 12:58

Los grandes eventos deportivos como generadores de empleo, aunque sean temporales. El Mutua Madrid Open ha anunciado hoy el lanzamiento de un proceso para contratar a 800 personas de cara a la próxima edición del torneo de tenis, que se celebrará entre el 29 de abril y el 8 de mayo en la Caja Mágica. También se procederá a la contratación de pernoctaciones hoteleras en la ciudad de Madrid durante la semana del torneo.

El grueso de las incorporaciones, un total de 500 azafatas/os y auxiliares, se canalizarán a través de la firma de recursos humanos Adecco, que a su vez es uno de los patrocinadores de la cita. Entre los perfiles que se requieren para asegurar la correcta organización de la cita hay personal de mantenimiento, coordinación, montaje, protocolo y limpieza.

En paralelo, la organización del torneo ya ha empezado a seleccionar, a través de Medeland, los 140 conductores y 30 coordinadores de flota que se encargarán de los traslados de los tenistas y sus preparadores entre las pistas y sus alojamientos. Además, también está en marcha el proceso para designar a los 120 jueces de línea.

El Mutua Madrid Open asegura que el año pasado empleó a "personas de doce nacionalidades, diferentes niveles formativos y, en su mayoría, jóvenes. El 43% de las personas contratadas tenían entre 18 y 24 años, mientras que el 46% se situaban en la franja de los 25 a los 34 años". "Sabemos que en términos de generación directa e indirecta de empleo el torneo deja un beneficio palpable muy relevante, que se suma a la actividad económica generada durante esos días. Buscamos perfiles con talento y ganas a los que dar una oportunidad de contribuir en primera persona con un espectáculo deportivo de primer orden mundial", ha explicado el director del torneo Manolo Santana.

La organización también sigue trabajando en la búsqueda de nuevos patrocinadores, y en las últimas semanas ha anunciado a Dekton, Mary Kay y American Express, que se unen a Mutua Madrileña, como socio principal, Damm, Emirates, Mercedes o El Corte Inglés. Muchas de estas marcas no sólo consiguen visibilidad en los distintos activos publicitarios de que dispone la Caja Mágica, ya que la organización también habilita un

PALCO23

espacio en el que pueden exhibir sus productos. Y no es una audiencia menor: la edición de 2016 se celebrará entre el 29 de abril y el 8 de mayo, con el objetivo de rebasar los 221.000 espectadores que se acumularon en la cita de este año.

Para conseguirlo, el torneo que dirige Manolo Santana ha vuelto a aumentar en un 14% el importe económico que repartirá entre los tenistas, de manera que sea un aliciente más para que participen en una de las citas mejor retribuidas. En total, se invertirán 5,11 millones en la gestión del Masters 1000, de los que 4,18 millones se destinarán a pagos de los deportistas.