

COMPETICIONES

El Mutua Madrid Open incorpora a StubHub como 'partner' para la venta de entradas

La plataforma se encargará del *ticketing* de forma exclusiva y, además, incorporará a su oferta un segundo *marketplace* donde los aficionados podrán vender las entradas que hayan adquirido a otros fans.

Palco23
18 dic 2019 - 16:25



El Mutua Madrid Open quiere dar un nuevo impulso a *ticketing* en su edición de 2020. La competición ha decidido aliarse con StubHub, que se convertirá en patrocinador oficial y tendrá en exclusiva la venta de entradas del evento. Los términos económicos del acuerdo no se han desvelado.

Como parte del acuerdo, StubHub pondrá a disposición de los aficionados un segundo *marketplace* de reventa de entradas para garantizar que el estadio presente la mejor asistencia posible. Así, si un fan ha adquirido el pase para uno de los días o un abono, podrá ponerlo en la plataforma oficial para que otros puedan beneficiarse siempre y cuando ya estén agotadas las demás, algo fundamental y que, en el caso del tenis,

varía mucho en función de los jugadores que avanzan de ronda.

Andrés San José Gutiérrez, director de StubHub en España, ha asegurado que “este nuevo acuerdo es otra prueba de la confianza que tanto los fans como los organizadores de los grandes acontecimientos deportivos depositan en nuestra plataforma, pionera en un nuevo modelo de compra y venta que democratiza el acceso a eventos deportivos de todo el mundo”.

Por su parte, Gerard Tsobanian, presidente y consejero delegado del Mutua Madrid Open, afirmó que “es muy importante para nosotros asociarnos con una empresa internacional como StubHub, con el objetivo de abrir nuevos mercados”. “Con la unión que hoy hemos firmado lograremos más fuerza para uno de nuestras metas primordiales, que es atraer más público internacional a la Caja Mágica”, ha añadido.

El Máster 1000 alcanzó en su última edición los 278.000 espectadores en la Caja Mágica. Esta cifra supone un nuevo récord de asistencia para el torneo, que aumentó en 8.000 personas la cifra de la edición pasada, un 2,9% más. Una media de 30.000 aficionados se acercaron cada jornada a las instalaciones de la Caja Mágica.

El pasado año el gobierno municipal de Madrid y la promotora del torneo acercaron posiciones, de forma que el Ayuntamiento dejaría de pagar 1,5 millones en palcos VIP a cambio de asumir el incremento de fondos para premios que exige la ATP, para extender su acuerdo hasta 2031.