

## COMPETICIONES

# La Fórmula 1 se alía con Zoom para paliar la caída de ingresos por 'hospitality'

La plataforma de videollamadas ofrecerá experiencias virtuales en el Paddock Club, el negocio de invitados VIP que generó 358 millones de dólares en 2019.

Palco23  
16 jul 2020 - 12:58



La Fórmula 1 busca alternativas para paliar el déficit de ingresos por el área de *hospitality*. Para ello Liberty Media, gestora del Mundial de automovilismo, ha alcanzado un acuerdo con la plataforma de videollamadas Zoom para ofrecer experiencias virtuales que sustituyan a la actividad en los trazados.

Los términos económicos del acuerdo no se han desvelado, aunque según *Financial Times* se trata de un contrato de seis cifras. Como parte del mismo Zoom creará un *hospitality* virtual que, si bien no logrará contener de forma total la pérdida de estos ingresos, trate de mitigar el golpe en parte.

El negocio de *hospitality* aportó a la F-1 el 17,7% de sus ingresos en 2019, equivalente a 358 millones de dólares. Las entradas para acceder al área VIP virtual costarán 3.800 dólares para los dos días de cada carrera en Europa. Los visitantes virtuales podrán moverse por diferentes ubicaciones, votar en encuestas y escuchar a pilotos y

mecánicos.

“Sabemos que es un acceso mucho menor, pero queremos que sea un añadido y queremos asegurarnos que enganche”, ha asegurado Ben Pincus, fichado por la F-1 como director comercial a finales de 2019. Zoom, por su parte, ya ha trabajado con clubes de la Premier League como el Manchester City o el Arsenal para crear experiencias similares.