

COMPETICIONES

La WWE busca crecer en España con dos espectáculos más para 2017

Guillermo G. Recio
17 ago 2016 - 05:00

Europa es el mercado con más perspectivas de crecimiento para la WWE. Los últimos datos disponibles muestran algo que ya viene ocurriendo desde hace varios semestres: el Viejo Continente es una mina, la facturación de la gestora de eventos de lucha aumentó un 62,5% en 2015, hasta los 112,3 millones de dólares (100,8 millones de euros).

El factor principal de este crecimiento son los combates en directo que se realizan por todo el mundo, con los protagonistas de la lucha libre como si de grandes artistas musicales se tratara. Aquí, en España, los *Live Events* han ido aumentando desde 2013, cuando el contrato audiovisual con MarcaTV terminó por culpa del cierre del canal.

Nicolás Renna, director general de la empresa promotora de los combates en el país, Proactiv, explica en una entrevista con *Palco23* que se trata de un producto muy televisivo. Por tanto, aunque desde hace nueve años gestionen estos eventos en España, en 2013 la gira se canceló con varias dudas sobre el futuro de éstas en nuestro territorio.

Sin embargo, el nuevo contrato con Neox y el empeño de la empresa catalana por seguir apostando por este tipo de acontecimientos llevó a conseguir una asistencia de 11.000 personas en Madrid en 2014. "La idea es tener entre diez y doce ciudades en España que acojan este espectáculo", detalla Renna.

Para conseguir este objetivo, año a año se ha ido dando un paso más. En 2015, Barcelona y Madrid llenaron sus respectivos pabellones y este año ya colgaron el cartel de completo en Málaga y esperan hacerlo en Madrid, Bilbao y Barcelona en noviembre. Además, en el caso de la capital catalana se trata de dar el salto del Pabellón Olímpico de Badalona al mayor pabellón de España, el Palau Sant Jordi.



El combate celebrado en Málaga este 2016./ WWE

De cara al próximo año, Renna asegura que se celebrarán seis combates en el país: "Madrid y Barcelona más cuatro ciudades que irán cambiando, así que seguramente no serán Bilbao y Málaga". Sobre la llegada de la WWE a ciudades secundarias, el directivo comenta que si no hay algunas facilidades por parte de los agentes de los recintos deportivos es difícil pagar el mismo precio que en Madrid y Barcelona y conseguir que sea rentable.

Por contra, que el evento se celebre en una u otra ciudad puede suponer que de 10.000 asistentes algo más de un 20% sea de fuera y se vea obligado a comer, dormir y gastar más en la zona. Renna también destaca que se trata de un público familiar en el 75% de las ocasiones, así que el gasto se multiplica.

La entrada media se sitúa en los 45 euros, con la más baja en los 20 euros y la más alta en los 150 euros. Aun así, estos precios son más baratos que en Italia y en Francia, por lo que algunos de los residentes en países vecinos aprovechan para visitar España y ver uno de estos combates, según el directivo de Proactiv.

La firma, que también es la promotora de los espectáculos de Disney, Peppa Pig, Harlem Globetrotters y Monster Jam, entre otros, ha iniciado su expansión internacional en los últimos años. Esto ha llevado a la compañía a organizar en Dubái su primer evento de la WEE en Oriente Medio. Renna también es ambicioso en este aspecto y confía en seguir aumentando la presencia en la región con países como Kuwait, Abu Dhabi y Arabia Saudí.

"Me gustaría que en un par de años pudiera organizar algún evento especial, que no

PALCO23

sea en un pabellón", al igual que se hace con el mayor evento de WWE: *WrestleMania*. Renna argumenta que el crecimiento de este tipo de eventos familiares se debe a que "se trata de héroes y villanos, no es violencia sino espectáculo".