COMPETICIONES

La WWE factura un 3% menos en el primer trimestre y entra en pérdidas por la caída de la asistencia

La gestora de eventos de lucha libre obtuvo unos ingresos de 182,4 millones de dólares, en los que la monetización de contenidos audiovisuales compensó la caída del negocio tradicional.

Palco23
26 abr 2019 - 10:35

La WWE está sabiendo adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, pero su facturación aún se resiente. La gestora de competiciones de lucha libre cerró el primer trimestre de 2019 con una facturación de 182,4 millones de dólares (164 millones de euros), un 2,8% menos en comparación con el mismo periodo del año anterior. Además, pasó de beneficios a unas pérdidas en el periodo de 8,4 millones de dólares (7,5 millones de euros). La compañía americana atribuye este retroceso a la caída del negocio asociado al evento físico, que ha podido ser compensado por el área de medios.

La principal fuente de ingresos del grupo son los contenidos audiovisuales, que en total aportaron 135,4 millones de dólares (121,5 millones de euros), un 1,5% más. Su servicio de pago cuenta con 1,58 millones de suscriptores en todo el mundo y espera alcanzar a 1,7 millones de hogares en junio. Se espera un crecimiento aún mayor una vez que lancen su plataforma de *streamings* de la mano de Endeavor, de manera que puedan mejorar la explotación de un negocio digital hoy aún muy dependiente de plataformas como Youtube, donde la venta de publicidad retrocedió.

“Si bien las métricas de *engagement* en los últimos dos trimestres se vieron afectadas por la ausencia de superestrellas, creemos que mejorarán a medida que regresen nuestros talentos y lanzamos nuestra nueva temporada”, ha confiado Vince McMahon, presidente ejecutivo de la compañía. “Continuamos apuntando a unos ingresos récord de 1.000 millones de dólares; [...] nuestro objetivo principal es ofrecer resultados récord mientras invertimos en nuestras prioridades clave: creación de contenido, localización y digitalización”, ha añadido el copresidente, George Barrios.

Para conseguirlo también necesitarán dar un impulso a sus eventos, cuya recaudación

por entradas retrocedió un 15%, hasta 26,2 millones de dólares (23,5 millones de euros). La menor presencia de espectadores también impactó a la venta de *merchandising*, cuya aportación cayó un 11,5% interanual entre enero y marzo, hasta 20,8 millones de dólares (18,7 millones de euros).

El problema está en el “desempeño más débil de los eventos en Norteamérica”, según la WWE, que decidió celebrar nueve eventos menos que en el primer trimestre de 2018 y sufrió un descenso del 11% en la asistencia media, hasta 4.800 personas. El precio promedio de las entradas sigue en 52,38 dólares (47 euros).