

## COMPETICIONES

# La WWE vuelve a beneficios en el primer trimestre de 2020 gracias a la televisión

La gestora de espectáculos de lucha libre facturó un 60% más hasta marzo, con 291 millones de dólares, y obtuvo un resultado neto de 26,2 millones de dólares.

Palco23

24 abr 2020 - 09:12



La WWE cerró en 2019 uno de sus peores años, pero el arranque de 2020 le volvió a sonreír. La gestora de espectáculos de lucha libre logró aumentar un 60% sus ingresos en el primer trimestre, hasta 291 millones de dólares (269,5 millones de euros). Además, logró dejar atrás las pérdidas y obtuvo un beneficio neto de 26,2 millones de dólares (24,3 millones de euros). También aprovechó este periodo para prepararse ante los efectos del Covid-19.

Uno de los puntos fuertes de la compañía es que su negocio cada vez depende menos de los eventos físicos, cuya aportación a las ventas cada vez es menor. De hecho, el tirón del negocio corresponde a la televisión, que se disparó un 90%, hasta 256,6 millones de dólares (237,6 millones de euros), gracias a la entrada en vigor de nuevos contratos en todo el mundo. En este segmento, el único punto negativo es el retroceso del 8% en el número de suscriptores directos.

Este avance contrasta con el retroceso del 33,2% que sufrió la facturación por eventos en directo, hasta 17,5 millones de dólares (16,2 millones de euros). Las ventas se concentraron prácticamente en su totalidad en Estados Unidos, pero la empresa recuerda que celebró 49 eventos menos en busca de optimizar el calendario y que la asistencia ha subido un 33% de media, hasta 6.320 personas por espectáculo.

## **La WWE ha mejorado sus ingresos por televisión, pero retrocede en venta de entradas y productos de *merchandising***

El precio medio por entrada se mantuvo estable en torno a 53 dólares (49 euros), pero la WWE no ha podido sostener el nivel de gasto de sus aficionados en el resto de productos. La comercialización de *merchandising* retrocedió un 18,7%, hasta 16,9 millones de dólares (15,7 millones de euros).

La compañía estadounidense no aclara cuál será el impacto de la crisis provocada por el Covid-19 en sus cuentas, después de retirar sus previsiones iniciales. De momento, sí asegura que la cancelación de eventos, y los ingresos previstos por estos, “se ha podido compensar sustancialmente” con la reducción de costes operativos en torno a 4 millones de dólares (3,7 millones de euros) por mes.

No obstante, el grupo asume que “el impacto potencial de Covid-19 no puede limitarse a la venta de entradas para eventos en directo y *merchandising*, y los impactos adversos en otras áreas de operación no se conocen en este momento”. Por eso, para todo 2020 se recortará el gasto en 140 millones de dólares (130 millones de euros), se suspenderá la recompra de acciones por 500 millones de dólares y liberó 200 millones (185 millones) en líneas de créditos, que sitúan su posición de caja en 500 millones de dólares (463 millones de euros).