

MEDIA

## Juan Aísa (You First): “Es mejor un mercado fuerte y caro, que uno en el que comprar barato por la crisis”

El consejero delegado de la agencia española de representación asegura que la concentración del sector ya se había producido antes del Covid-19, principalmente en Estados Unidos, y que serán las empresas con mejor posición de caja las que mejor superen la crisis.

Álvaro Carretero  
9 jul 2020 - 04:59



El sector de las agencias deportivas encara una fase de concentración, una tendencia que durante los últimos años ya se había producido en Estados Unidos. Si se acelerará o no a raíz del Covid-19 es una incógnita, aunque Juan Aísa, consejero delegado de You First Sports, lo tiene claro: “mejor un mercado fuerte y sano en el que las adquisiciones se paguen caras, que uno en el que comprar barato por la debilidad de las empresas”.

1 / 3

<https://www.palco23.com/media/juan-aisa-you-first-es-mejor-un-mercado-fuerte-y-caro-que-uno-en-el-que-comprar-barato-por-la-crisis>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Pregunta: En las últimas semanas ha habido varias operaciones corporativas en el sector de las agencias de representación. ¿Entrará el sector en una fase de concentración?

Respuesta: Ya estaba en una fase de concentración, era una tendencia que se había producido desde hace tiempo, principalmente en Estados Unidos. Ahora está llegando a Europa y también empieza a verse en las agencias de marketing, aunque aún menos. Se trata de una industria muy fragmentada, en la que hay muchísimos actores y con el tiempo, como pasa en cualquier sector, se produce una fase de consolidación para ordenar el mercado.

P.: ¿El Covid-19 acelerará este tipo de operaciones o seguirán el mismo ritmo que hasta ahora?

R.: Quizá la pandemia haga que se firmen operaciones más rápido porque empresas pequeñas y medianas no podrán mantener el mismo ritmo y tendrán que buscar apoyo en otras más grandes. Tal vez antes hubieran preferido esperar y desarrollar su negocio antes de vender y ahora no puedan. Pero cuidado, que eso también sucederá con los gigantes que no tengan una buena posición de caja y no puedan hacer frente a la actual situación económica.

## **"La pandemia puede hacer que se firmen operaciones más rápido, pero ninguno tenemos una bola de cristal para saber el futuro"**

P.: ¿Quiere decir que el mercado presentará oportunidades más atractivas?

R.: No necesariamente. Siempre es preferible un mercado que vaya bien y en el que haya que pagar más por las compañías porque hay competencia. Cuanto mejor sea la dinámica del sector, mejor será para todos y siempre he dicho que es mejor comprar caro y bueno, que barato por las crisis, porque eso también implica un mayor riesgo de que la operación salga mal.

P.: Antes hablaba de la posible caída de algunos gigantes, ¿cuáles estarán más comprometidos?

R.: Depende de la posición de cada empresa. Muchos han crecido a través de deuda, o están muy exigidos por comprar derechos audiovisuales que ahora tienen que

amortizar en un escenario en el que la rentabilidad de esos activos está muy cuestionada. Eso va a generar muchas dificultades, a las que se añade el tener, o no, pulmón financiero. Las que tengan recursos propios para afrontarlo, pasarán el corte, pero muchas han quedado debilitadas porque el Covid-19 se ha comido el movimiento de ingresos.

P.: ¿En qué otros ámbitos va a cambiar el Covid-19 a la forma de trabajar de las agencias de representación?

R.: Nadie tiene una bola de cristal y en situaciones como esta se tienden a sacar conclusiones demasiado rápido bajo las circunstancias actuales, sin saber si serán diferentes en uno o cinco meses. Ninguno sabemos cómo va a ser y sólo se pueden hacer planes sobre escenarios hipotéticos. Además, supeditar toda la actividad a un virus cuya evolución no sabemos, es un error. Lo que sí creo, y esto dudo que tenga marcha atrás, es que todo lo que tenga que ver con la comunicación digital se va a acelerar porque todos han tenido que entrar estos meses ahí.

P.: ¿Y en materia de contratos de jugadores? ¿Habrá una demanda de nuevos requisitos o cláusulas tras el Covid-19?

R.: Eso es muy variable, porque no es igual negociar bajo los convenios colectivos de las ligas norteamericanas, que en Europa, donde también varía en función de cada deporte. Por ahora no habrá cambios sustanciales, de hecho, en Europa la renegociación de contratos ha sido muy rápida y todas las partes han entendido que tenía que haber una distribución equitativa de los costes y pérdidas que llegarían con el Covid-19. Pero repito: configurar las relaciones laborales en base al virus es un error, pese a que la nueva normalidad conlleve cambios económicos.