

MEDIA

You First acelera su plan de compras para crecer fuera de España tras la entrada de Alia Capital

La agencia de márketing deportivo ha nombrado vicepresidente a Fernando Martínez, socio de Alia Capital Partners, después de que la firma adquiriera el 25% para apoyar su expansión.

Marc Menchén
18 oct 2019 - 05:00



El mundo de las agencias de márketing deportivo es uno de las más atomizados dentro de la industria del deporte, y You First Sports quiere tener un papel protagonista en el proceso de concentración. “Tenemos varias cosas en el *pipeline*, pero lo prioritario es reforzar los negocios en los que ya estamos”, explica a *Palco23* David Brabender, cofundador y director general de la división de márketing de la compañía. Ello, después de que Alia Capital Partners se hiciera con el 25% del accionariado por una cifra aproximada de diez millones de euros.

Tras su entrada como *partner* financiero, la firma de inversión se ha hecho con dos asientos en el consejo de administración, ocupados por dos de sus socios: Fernando Martínez, como vicepresidente, e Ignacio Izuzquiza, como vocal. La vicepresidencia es

1 / 3

<https://www.palco23.com/media/you-first-acelera-su-plan-de-adquisiciones-para-crecer-fuera-tras-la-entrada-de-alia-capital>

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.

un rango que también ostentan Andrés Cano y Regino Olivares en un consejo de administración presidido por Miguel Alfageme y que lidera Juan Aísa como consejero delegado y cofundador. En este órgano de gobierno también están Tomás Olano, Philippe Marcel y Luis Sánchez de León.

La entrada de la firma se anunció a principios de enero de 2019 y desde entonces ya se han realizado ampliaciones de capital por 1,25 millones de euros. Es un músculo que la compañía necesitaba para acelerar su plan internacional, que actualmente incluye oficinas en doce países. “La entrada de capital nos debe ayudar a crecer más rápido y sofisticar la propuesta; estamos estudiando adquisiciones, tanto en negocios existentes como nuevos, pero sobre todo crecer en el extranjero”, apunta Brabender.

You First ha ampliado capital por 1,25 millones desde la entrada de Alia Capital Partners

Desde entonces, la compañía ha abierto delegación en Marruecos para empezar a atacar el mercado africano, ha crecido en Brasil con una oficina de representación liderada por los exfutbolistas Sávio y Siqueira, y ha irrumpido en Francia con la adquisición de la agencia de márketing Seven, previa alianza con el exblaugrana Frédéric Déhu para crecer en la gestión de la carrera de jugadores en el mercado galo.

Brabender señala que las operaciones corporativas que se planteen y su orden de prioridad “dependerán de la línea de negocio y el país, pues hay actividades que empujaremos de forma orgánica”. En este sentido, el ejecutivo recuerda que han logrado construir una compañía que factura más de 25 millones de euros anuales “sin dejar de crecer únicamente de forma orgánica desde 2002”.

El negocio de la representación es por el que históricamente ha sido reconocida You First, y actualmente supone el 75% de su negocio. Primero fue con el baloncesto, donde actualmente está considerada como una de las principales agencias incluso en la NBA, y desde hace dos años se han volcado en replicar el modelo en el fútbol, donde el potencial de ingresos es mucho mayor en el caso de Europa. A ello, se le suma el área de márketing deportivo, que es donde se ha concentrado la innovación y el desarrollo de nuevos proyectos, que van desde una unidad de neuromárketing para entender mejor el comportamiento del fan, a su inversión en un equipo de eSports o el lanzamiento de una unidad de producción de contenidos y otra de *influencers*.

“El objetivo es seguir creciendo y generar algún nuevo vertical, sin olvidarnos de

consolidar los negocios en los que ya estamos”, señala el ejecutivo, cuya visión es crear un proyecto que permita cubrir todas las necesidades de una marca. “Si extendemos la idea más allá del deporte para alcanzar todo el entretenimiento, como la música, tendremos una gran oportunidad, porque son igualmente vehículos de comunicación emocional”, apunta.

La representación de jugadores supone el 75% de la facturación de You First

Otra de las apuestas del grupo es la división enfocada a la gestión de derechos de imagen de *influencers* con alcance en el mundo del deporte, y que pueden ser tanto atletas como comunicadores. “Buscamos personas reconocidas por su trabajo y que son influyentes en su comunidad, por lo que pueden ser grandes prescriptores de marca”, apunta.

Es una apuesta de la agencia, que busca dar con perfiles con legitimidad en su sector y capacidad para crear contenido, distribuirlo y generar *engagement* con su comunidad que, de fidelizarla, permitiría al deportista continuar siendo un valor para las marcas fuera del terreno de juego e incluso una vez haya retirado. Ahí está otro de los desafíos de You First: dar un mayor servicio a los representados más allá de la carrera profesional.

En ese contexto, mantener la atención del *target* no será sencillo, especialmente en un contexto en que los públicos reciben multitud de estímulos y ofertas de entretenimiento. De ahí que Brabender defienda que “las activaciones no pueden ser las de siempre, requieren un esfuerzo adicional para que el *target* le escuche”. Y en ese *terreno de juego* el reto está de atraer al nuevo consumidor, al que numerosas marcas buscan acercarse apoyándose en los eSports. “Hoy el retorno potencial no está al nivel de las inversiones que se están realizando”, advierte. Sumar fuerzas con profesionales que “conozcan muy bien el entorno” se antojan vital para encontrar el camino para rentabilizar las inversiones.