

## EQUIPAMIENTO

# Fútbol Emotion mira al retail y ficha a un ex de Mango como director general

Iván Abad se convierte en el primer ejecutivo interno que asume la dirección de la cadena especializada en artículos deportivos, fundada por el exportero Javier Sánchez Broto y participada por Meridia Capital.

M.Menchén

6 sep 2019 - 05:00



Fútbol Emotion continúa reforzando su estructura ejecutiva. La cadena de tiendas de artículos deportivos, fundada por el exfutbolista Javier Sánchez Broto, ha decidido dejar la dirección general en manos de un externo por primera vez en su historia, según ha podido saber *Palco23*. Se trata de Iván Abad, que hace año y medio creó la *app* Wemuse y que, entre 2006 y 2018 trabajó en Mango, como responsable de precios y gestión de producto en su última etapa.

Hasta ahora, la línea ejecutiva la habían marcado Sánchez Broto, que continuará como

presidente del consejo de administración, y su hermano Carlos, que se mantendrá como consejero y dará apoyo a Abad en su inmersión dentro de la industria del deporte. De hecho, la idea es que Abad pueda poner el foco en la ejecución y la definición del un plan de crecimiento a nivel internacional.

Licenciado en Empresariales por la Universidad de Barcelona, Abad también ha cursado programas en la escuela de negocios Iese. Además, tras su salida de Mango en octubre de 2018 también ha asesorado de forma externa a la firma de moda Brownie y el ecommerce Motocard. Es decir, que será su primera incursión en el segmento del retail deportivo.

“Gracias a su visión estratégica, y su foco en cliente y en innovación, será clave en el posicionamiento de Fútbol Emotion”, explican fuentes de la compañía a este diario.

El fichaje del ejecutivo barcelonés completa el proceso que se emprendió meses atrás para potenciar el comité de dirección, después de que la firma de inversión Meridia Capital se hiciera con una participación significativa de la compañía. Entonces, ya se dejó claro que el objetivo del fondo fundado por Javier Faus, exdirectivo del FC Barcelona, era acelerar su ya de por sí rápido ritmo de crecimiento.

## **Fútbol Emotion prevé cerrar 2019 con un crecimiento del 40% y una facturación de treinta millones de euros**

“Me apasiona el reto que tenemos en Fútbol Emotion, y estoy muy agradecido de poder incorporarme a un equipo con mucho talento que está haciendo las cosas muy bien y obteniendo unos resultados fantásticos”, ha explicado Abad a este diario.

Los objetivos de Fútbol Emotion para 2019 pasan por crecer un 40% en términos de facturación y alcanzar los treinta millones de euros. La cadena cuenta actualmente con 22 puntos de venta en la Península Ibérica, veinte en España y dos en las principales ciudades de Portugal: Lisboa y Oporto, que se ha inaugurado recientemente. En el mercado nacional, su presencia se extiende a las principales ciudades, con mención especial a Barcelona, donde tiene uno de los mayores establecimientos de Europa enfocados al fútbol.

Ahora bien, si hay un ámbito en el que la empresa es especialmente fuerte en el canal online, pues durante años fue su manera de poder servir a unos futbolistas muy concretos: los guardametas. Porque ahí está el origen de una cadena que empezó operando como Soloporteros, pero que con el paso de los años ha ido evolucionando

---

# PALCO23

---

para ser uno de los primeros especialistas en el mundo del fútbol. Además, con un fuerte peso del comercio electrónico, que representa más del 50% de sus ingresos.