

Netshoes, principal varejista on-line de artigos esportivos da América Latina, completa 20 anos

E-commerce, que começou em 2000 como loja física, abriu o caminho para a democratização do esporte no país

São Paulo, fevereiro de 2019 – Quem vê a movimentação de centenas de milhares de torcedores e praticantes de esportes indo pra lá e pra cá, buscando comemorar o gol do seu time, bater um recorde pessoal ou simplesmente sair do sedentarismo, nem imagina que a Netshoes, hoje a principal varejista on-line de artigos esportivos da América Latina, foi quem abriu as portas para a democratização do esporte em todos os cantos do país, de norte ao sul do Brasil, das capitais até as áreas mais remotas. Juntos, todos os clientes que compraram calçados através do e-commerce, encheriam mais de 760 Maracanãs. E se a paixão é algo que se carrega no peito, a Netshoes já comercializou tantas camisas de clubes e seleções que poderia vestir mais de 630 mil times de futebol.

Há 20 anos, no dia 5 de fevereiro de 2000, abriam-se pela primeira vez as portas do que um dia seria o maior e-commerce de artigos esportivos da América Latina. Há 20 anos, a Netshoes iniciava as suas vendas, ainda como loja física, em um estacionamento em São Paulo e focada principalmente em calçados femininos. Apesar da presença física da varejista, o digital sempre esteve no nome da companhia, que iniciou as vendas pela internet dois anos mais tarde.

“Olhamos para trás e vemos todos os números que mostram o tamanho da Netshoes hoje. Enxergamos a tecnologia como peça fundamental para todos os nossos pilares de atuação – seja no site, no app, na compra, na entrega ou no atendimento ao nosso cliente. Acredito que soubemos crescer junto com o mercado digital, seguindo em constante evolução no relacionamento digital com os nossos consumidores”, afirma Marcio Kumruian, fundador e CEO da Netshoes.

Ao longo da história da Netshoes, Kumruian relembra os momentos de transformação que vivenciou na companhia. “Quando encerramos as operações físicas e fomos 100% para o digital, muitos achavam que a Netshoes tinha quebrado pois, realmente, não era comum esse tipo de movimento. Vale lembrar que a internet ainda não tinha toda a força de hoje. Na sequência, investimos também no mobile, além das outras marcas do grupo (Zattini, shoestock e Free Lace. Seguimos de olho no mercado e vimos que o marketplace seria o próximo boom do varejo on-line e inauguramos a nossa operação em 2016, antes de vários outros players do setor”, explica.

Funcionário número 1

Para Marcio Chammas, hoje diretor executivo de logística da Netshoes e funcionário número um da varejista, é muito gratificante ter participado de

toda essa história. “Ver a Netshoes crescer ao longo desses anos e ter crescido junto com a companhia é muito recompensador. Participei de grandes projetos, como a operação própria do centro de distribuição de Barueri em 2009 e da criação dos CDs de Itapevi, Pernambuco e Extrema”.

Chammas começou com os primos e sócios-fundadores, Kumruian e Hagop Chabab, antes mesmo de a loja abrir, onde ficava recebendo as mercadorias e atendendo ao telefone. Ao longo dos anos, Chammas foi premiado no mercado de logística, recebendo o Prêmio de Melhor Logística de E-commerce do País pelo E-commerce Brasil (2015, 2016 e 2017), além dos prêmios de Melhor Profissional de Logística (E-commerce Brasil) em 2016 e o Eficiência em Logística, da SETCESP (2016 e 2018). “Sempre dizemos aqui na Netshoes que a entrega de um produto de qualidade e dentro do prazo é justamente a porta para o início de um próximo pedido”, completa Chammas.

Novos rumos

Nos últimos anos, a empresa vem tomando novos rumos e, em 2019, foi o momento de se juntar ao Magazine Luiza e aceitar a proposta de compra da varejista on-line para fazer parte de um dos maiores grupos de varejo do Brasil. “O que mais me motiva é saber que nós, como Netshoes, desenvolvemos um legado pela coragem de desbravar o novo e democratizar o esporte a mais de 20 milhões de pessoas por meio da internet e agora, com Magalu, iremos aumentar ainda mais esse número e, juntos, mergulharemos na missão de digitalizar o Brasil”, finaliza Kumruian.

Sobre a Netshoes

A Netshoes é uma das principais plataformas de consumo on-line da América Latina. Com quase 2 mil colaboradores e, por meio dos e-commerces Netshoes, Zattini e shoestock oferece um amplo portfólio de produtos e serviços nas categorias de esporte, moda e beleza. A empresa também opera mais de 15 e-commerces no Brasil, como as lojas oficiais da NBA, Free Lace e Kappa, e de importantes lojas de clubes de futebol do país como São Paulo Mania, Shoptimão, Santos, Chapecoense, Cruzeiro, entre outros. Em 2019, a Netshoes passou a fazer parte do grupo Magazine Luiza, reforçando o comprometimento da empresa com o consumidor e a visão de ser referência global em experiência de compra on-line por meio de inovação e conectividade em multiplataformas.

Informações para imprensa:

NETSHOES - Institucional

RPMA Comunicação

Alisson Costa – alisson.costa@rpmacomunicacao.com.br – (11) 97020-1675

Igor Reis - igor.reis@rpmacomunicacao.com.br - (11) 99346-1426