O sucesso do negócio foi tamanho que a empresa expandiu sua atuação até Argentina e México, e avalia a possibilidade de chegar a Peru, Chile e Colômbia. No Brasil, a empresa já patrocinou clubes de futebol e administra lojas virtuais de times como Corinthians, Internacional, Cruzeiro, Palmeiras, Santos, entre outros, além da loja oficial da NBA no país.

Com tanta visibilidade, ampliada pela publicidade em grandes eventos esportivos televisionados e com faturamento altíssimo, a Netshoes chegou a ser colocada à venda em 2014, segundo informações da revista Exame (negadas pela empresa), por conta da necessidade de novos investimentos – especialmente para poder se lançar no mercado de ações. O valor, apurado pelo veículo, seria de US$ 1,5 bilhão, o que teria assustado possíveis compradores.

Apesar do faturamento alto, a empresa não dá lucro, mesmo tendo recebido aportes financeiros de grupos estrangeiros como o Tiger, dos Estados Unidos, e a Temasek, de Singapura – que hoje controlam parte da empresa. O controle ainda é de Kumruian, que reluta em adotar medidas que possam tirar poder de suas mãos.

Por isso, a gigante do e-commerce estuda formas de seguir crescendo, mas de maneira mais sustentável, que a permita, depois de 15 anos, não ter prejuízo e ainda ter caixa. Uma conta estranha para quem consegue movimentar mais de R$ 1,2 bilhão em um ano. Mas não tanto quando se leva em conta os investimentos feitos para se manter no topo.

Historia

Fevereiro de 2000: a Netshoes inicia suas atividades em São Paulo como uma lojinha de calçados localizada ao lado da faculdade Mackenzie. A ideia era aproveitar o público universitário que circulava pelas imediações para construir a clientela. O negócio era tocado pelos primos Marcio Kumruian e Hagop Chabab e mais dois vendedores.

Fevereiro de 2015: em seu site, a Netshoes se intitula a maior loja de comércio eletrônico voltada para artigos esportivos do mundo, posição respaldada por consultorias como a americana Internet Retailer.

O faturamento da empresa, desde 2012, ultrapassou a barreira de R$ 1,2 bilhão, sendo que em 2009 era de “apenas” R$ 155 milhões. A empresa praticamente dobrou de tamanho a cada 12 meses até chegar ao primeiro bilhão, com faturamento de R$ 366 milhões em 2010 e R$ 716 milhões em 2011.