

Estudo de Caso – Netshoes

A loja Netshoes foi inaugurada pelos primos Marcio Kumruian e Hagop Chabab em fevereiro de 2000 em São Paulo. A loja localizava-se próximo a Universidade Mackenzie, visando atrair o público universitário que circulava pelas imediações. No início, Kamruian e Chabab vendiam somente sapatos femininos e tênis. Nos anos seguintes, a Netshoes expandiu seus negócios e abriu filiais em academias e shopping centers em São Paulo. Em outubro de 2001, Kamruian e Chabab inauguraram sua segunda loja no Shopping Ibirapuera em São Paulo. Em abril do ano seguinte, devido ao mau planejamento, os proprietários da Netshoes se viram obrigados a fechar a loja.

Com o estoque de sapatos da loja fechada, Kamruian e Chabab notaram, pela primeira vez, o valor da Internet. Assim, em 2002, os proprietários da Netshoes inauguraram sua primeira loja virtual. Contudo, no primeiro mês de atuação online, a Netshoes não vendeu nenhum item. Já no segundo mês de atuação, a Netshoes vendeu seu primeiro item.

Cinco anos depois, com base no crescimento das vendas online, Kamruian e Chabab tomaram a decisão que mudaria a trajetória da empresa; eles decidiram fechar suas lojas físicas e concentrar toda sua venda na sua loja virtual. O sucesso desta decisão foi tão grande que em agosto de 2011, a Netshoes já era a loja virtual mais acessada do Brasil.

Devido a esse sucesso, a Netshoes expandiu sua atuação e iniciou suas operações na Argentina e no México. A estratégia, segundo executivos da Netshoes, é replicar o modelo de sucesso no Brasil, i.e. site traduzido, centro de distribuição próprio, controle próximo dos parceiros de logística e patrocínio a times de futebol locais. Contudo, a expansão não foi apenas geográfica. Em um acordo firmado com a Nike, a Netshoes tornou-se a fornecedora exclusiva dos uniformes dos times de futebol Santos, Bahia e Coritiba. A Nike fornece as camisas em branco e a Netshoes fica responsável pela estamparia e distribuição dessas. Embora o foco da empresa seja artigos esportivos, a Netshoes vem avançando silenciosamente em outros nichos de mercado. Além dos artigos esportivos, a Netshoes também oferece iPods, celulares e games.

Com tamanho sucesso, o faturamento da empresa já ultrapassou a barreira de R\$ 1,2 bilhão, com faturamento de R\$ 366 milhões em 2010 e R\$ 716 milhões em 2011. Assim, a Netshoes praticamente dobrou de tamanho em 12 meses, chegando ao seu primeiro bilhão.

No primeiro trimestre de 2016, a Netshoes reportou um crescimento de 267% no número de pedidos feitos por smartphones e tablets, aumentando em 238% a receita de vendas no

mesmo período. De acordo com a Netshoes, o aumento é resultado da implantação de novas estratégias para atrair consumidores, como o acesso gratuito aos aplicativos e sites, sem consumo do plano de dados contratado pelo consumidor nas operadoras de telefonia móvel.

Perguntas sobre o estudo de caso:

Qual problema o sistema de informação implantado pela Netshoes visa solucionar?

Qual é o modelo de negócio da Netshoes?

Considerando o caso da Netshoes, dê exemplos de dados e informações.