

Modaes

Empresa

Netshoes emprende una nueva etapa a las puertas de relanzar la brasileña Shoestock

El gigante brasileño del calzado, que se hizo con la cadena a comienzos de año, centrará su actividad en el canal online.

María Bertero
18 ago 2016 - 00:00



Una historia propia de Silicon Valley en el barrio brasileño de Vila Buarque, en Sao Paulo. Igual que los mayores gigantes tecnológicos, **Netshoes** dio sus primeros pasos en un garaje, donde los hermanos de origen armenio **Márcio Kumruian** y **Hagop Chabab** pusieron en marcha en 2000 una pequeña tienda de *sneakers* para mujer con el nombre de **Netshoes**. Hoy, el grupo ha abandonado la distribución física y se ha convertido en la primera compañía de ecommerce de artículos deportivos de Brasil y continúa impulsando su tamaño a golpe de compras y diversificación.

Uno de sus proyectos en el horizonte es el relanzamiento de la cadena brasileña de

Modaes

calzado **Shoestock**. La empresa, que llegó a sumar más de una decena de tiendas en Sao Paulo, bajó la persiana en septiembre del año pasado ahogada por las deudas y las caídas de ventas, que hacían imposible mantener un formato de tienda de 1.500 metros cuadrados.

En 2015, **Shoestock** facturó sesenta millones de reales (18 millones de dólares). A principios de 2016, la empresa pasó a manos de **Netshoes** prevé relanzarla centrando su negocio en el canal online a través de su plataforma **Zattini**, especializada en moda y accesorios. **Netshoes** prevé que, tras la compra, la facturación de **Zattini** engrose en cien millones de reales por año (31 millones de dólares).

La semilla de **Netshoes** se plantó en 2002, cuando la compañía puso en marcha su plataforma online, en la que poco después centraría el grueso de su negocio. En 2011, el grupo dio un nuevo salto adelante con el inicio de su desarrollo internacional, y hoy opera en Brasil, Argentina y México.



La compañía, que superó los 2.000 millones de reales de facturación en 2015 (623 millones de dólares) ha extendido su negocio fuera de sus propia web y gestiona las plataformas de ecommerce de **Puma**, **Havaianas**, **Globo Esporte**, **Oakley**, **Timberland**, **Topper** y **Mizuno** en la Red.

Además, el grupo ha puesto en marcha un *marketplace* para ampliar su oferta, que hoy se compone de 40.000 artículos de quinientas marcas.