

Paiva e Oliveira, da Cynrel, montam estratégia para entrar nos EUA



**Valor** ECONÔMICO

### Cadernos

- :: 1º Caderno
- :: Empresas & Tecnologia
- :: Finanças
- :: Eu&
- :: Legislação & Tributos
- :: Agronegócios

### Suplementos

- :: Guia Valor Veículos
- :: Telecomunicações
- :: Tecnologia & Telecomunicações
- :: Crédito

### Índice

- :: Geral
- :: Empresas Citadas

### Colunistas

- :: José Eli da Veiga
- :: Luiz Sérgio Guimarães
- :: Michael Reid
- :: Rosângela Bittar

### Canais

- :: Valor + News
- :: Valor 1000
- :: Valor Carreira
- :: Valor Econômico
- :: Valor Financeiro
- :: Valor Gdes Grupos
- :: Valor Investe
- :: Valor Notícias

### Revista

- :: Estampa

### Seminários

- :: Consumo Jovem
- :: Público e Privado: parceiros no desenvolvimento
- :: Outros temas

### Prêmios

- :: Valor Social
- :: Ethos Valor
- :: Comunicação de Valor

### Serviços

- :: Assine o jornal
- :: Edições anteriores
- :: Expediente
- :: Fale Conosco
- :: Publicidade
- :: Programa de estágio



Quarta-feira, 6 de agosto de 2003 - Ano 4 - Nº 816 - Empresas & Tecnologia



#### **Você que gosta de economia aproveite: é grátis.**

Invista na sua carreira sem gastar nada. Com o Next Generation Center, você tem cursos on-line e flexíveis para gerar o diferencial que sua carreira precisa. [Veja mais.](#)

**Software** Em três anos, companhia conquistou 27 clientes no México

## Cynrel vende tecnologia local com sotaque mexicano

João Luiz Rosa, De São Paulo

Foto: Leo Pinheiro/Valor



Oliveira (à esquerda) e Paiva: prioridades, agora, são entrar nos EUA e fechar os primeiros contratos no Brasil

A maioria das empresas procura ocupar uma boa posição no mercado interno para só depois pensar no exterior. Ainda mais quando a companhia é nova e a área de negócio, pouco explorada. A trajetória da Cynrel, no entanto, é a prova de que toda regra tem exceções.

A companhia de consultoria e software para área financeira é dirigida por brasileiros, tem 100% do capital nacional, mas por enquanto não tem nenhum cliente no Brasil. Como sobrevive? Em pouco menos de três anos, desde que foi criada, a Cynrel já conquistou 27 bancos e financeiras do México. E embora o mercado mexicano ainda tenha muito a oferecer - a estimativa é de que existem 120 instituições dentro do público-alvo - uma nova investida internacional está pronta. O alvo, agora, são os Estados Unidos.

Em 2000, Alexandre Oliveira e Rogério Tinoco de Paiva - ambos mestrandos do Ibmec Business School - trabalhavam juntos quando identificaram a oportunidade de oferecer, naquele país, um serviço de consultoria associado ao desenvolvimento de software. Foi a origem da Cynrel. O reconhecimento veio rápido. "Fomos convidados para participar da incubadora do Ibmec, que ainda estava em formação", diz Oliveira.

A Cynrel orienta instituições financeiras na tomada de decisões de investimento. A meta é criar ferramentas para ajudar os clientes a decidir quanto investir em dólar ou em ações, por exemplo, e tirar maior proveito de sua carteira. "É um serviço de consultoria que usa o software como apoio", resume Oliveira.

Por causa desse caráter duplo, que exige muito conhecimento do mercado local, a Cynrel inicialmente firmou parceria com uma consultoria mexicana, a Risk Consulting. A evolução do negócio, no entanto, mudou o perfil da associação. "Abrimos escritório no país e adquirimos metade da Risk", diz Oliveira.

O próximo desafio no exterior é o mercado dos EUA. A previsão é concluir a adaptação do software - feito em português, inglês e espanhol - até o fim do ano e iniciar o processo de venda no início de 2004.

O primeiro parceiro americano foi definido depois de um processo de seleção de quatro meses. É a Financial Metrics, de São Francisco, que vai vender o programa na Costa Oeste. A Financial também está ajudando a Cynrel a procurar uma parceira para atuar no outro lado do país, com base em Nova York.

O mercado americano é tão grande, diz Oliveira, que mesmo com uma entrada considerada marginal, a previsão é fazer vendas de US\$ 1,5 milhão a US\$ 3 milhões por ano.

Ajuda o fato de que, no Brasil, o custo de desenvolver um software é quatro vezes menor que nos EUA, compara o executivo. Outros mercados estão no horizonte da empresa, como o Chile e a Colômbia. "Mas só planejamos atingi-los em um ano e meio."

As prioridades, por enquanto, são os EUA e o Brasil. Desde o início do ano, o sistema da Cynrel está em teste em instituições brasileiras, diz Paiva. A meta é fechar contrato com 20 clientes até o fim de 2004, o equivalente a um décimo do público potencial, segundo os executivos.

Um dos desafios no país tem sido mostrar que se trata de uma empresa brasileira, com produtos adequados ao mercado. "Muitos acham que a companhia é estrangeira", diz Oliveira. Depois da surpresa inicial, no entanto, a experiência mexicana serve de referência e tem ajudado nas vendas, afirma o executivo.

