

19/10/2006 21:00

Da garagem para o mundo

John Lima e Daniel Dalarossa fizeram da Cyclades, empresa nascida com capital de 6 000 reais, uma multinacional de tecnologia vendida por 90 milhões de dólares

EXAME

No dia em que escolheria o local para a sede da Cyclades, fabricante de componentes de informática, o analista de sistemas paulista Daniel Dalarossa, de 45 anos, desdobrou o mapa da cidade de São Paulo e apontou o bairro da Vila Olímpia. Aquele era o ponto ideal para a empresa, pois ficava entre sua casa, no Campo Limpo, e a de seu futuro sócio, o engenheiro João Lima, que morava no Jabaquara. Dezoito anos depois, os dois sócios precisariam de um mapa-múndi para marcar todos os 16 países para onde haviam se expandido. A Cyclades, que nasceu numa garagem alugada e começou vendendo placas para comunicação entre monitores, criou produtos para a internet e tornou-se uma companhia mundial, de 60 milhões de dólares de faturamento anual. Em março deste ano, foi comprada por 90 milhões de dólares pela americana Avocent, fabricante de equipamentos de tecnologia. Numa conversa por telefone com EXAME PME, Dalarossa e Lima -- que, nos Estados Unidos, mudou seu nome de João para John -- falaram, da Califórnia, como conseguiram alcançar esses resultados.

A Cyclades nasceu em 1988, numa garagem. John e eu éramos colegas de trabalho e decidimos montar um negócio. O primeiro produto seria uma placa para interligar monitores e compartilhar arquivos. Tínhamos 6 000 reais. Nos primeiros meses, trabalhávamos de madrugada, para não deixar o emprego. Depois de um tempo, pedi demissão para me dedicar mais à empresa. John continuou trabalhando -- dividia seu salário comigo. Alguns meses depois, ele também pediu demissão. (Dalarossa)

O primeiro produto imaginado -- uma placa para ligar computadores de diferentes filiais -- era de execução difícil para a época. Desistimos. Optamos por um produto mais simples, pois precisávamos de retorno rápido. Sem concorrência, acabou dando certo. Conquistamos clientes como o Banco Nacional e o Unibanco. Quando a empresa cresceu, retomamos o produto que estava na gaveta. Foi um sucesso. Esse tipo de correção de rota aconteceu várias vezes. A Cyclades deu certo porque ouviu o mercado. (Lima)

No governo Collor, enfrentamos tempos difíceis. Além da crise econômica, a lei de reserva de mercado caiu. A concorrência americana não demoraria a chegar. Um dia, num almoço de negócios nos Estados Unidos, um amigo chinês me perguntou por que eu não abria uma empresa lá. Desconversei. No hotel, pensei: por que não? Com a mudança da lei, tínhamos duas opções: nos tornar distribuidores dos produtos americanos -- pois dificilmente escaparíamos de ser esmagados por importados -- ou ir para os Estados Unidos. John concordou. Ele, que era solteiro, veio primeiro, quase sem planejamento. Se tivéssemos pensado demais, não teríamos tomado aquela decisão. (Dalarossa)

Foi desesperador chegar aos Estados Unidos. O mercado estava saturado. Mostrávamos nossos produtos a empresários e eles já tinham de quem comprar. Por dois anos, a Cyclades brasileira sustentou a americana. Até que, em 1993, veio a oportunidade do Linux. Esse sistema agradava aos pequenos provedores de internet, por ser gratuito. Adaptamos nosso produto para servir ao Linux. Alcançamos um público gigantesco. Passamos a vender para provedores do mundo inteiro. Como

éramos os únicos, o Linux incluiu, na inicialização de seu sistema, a seguinte mensagem: "Você tem uma placa Cyclades?" Foi marketing involuntário. Quando nossos concorrentes americanos acordaram para o mercado aberto pelo Linux, estavam três anos atrás de nós. Eles já ganhavam dinheiro com outras coisas e não prestaram atenção na gente. (Lima)

Em 1999, a empresa americana faturava mais que a brasileira. Juntas, alcançavam cerca de 9,3 milhões de dólares. As exportações para a Europa também começaram a crescer e, por isso, ficou decidido que Daniel iria morar lá. Mas ocorreu algo inesperado. Ele teve trigêmeas, o que mudou os planos. Minha mulher, meus dois filhos e eu chegamos à Alemanha no dia 1o de janeiro de 2000, uma neve só. Uma nova mudança estava a caminho da Cyclades. Simultaneamente à chegada à Europa, desenvolvemos uma tecnologia para gerenciar centrais de dados, graças a um pedido do Yahoo!. Começamos a atender grandes empresas americanas e européias. Conquistamos clientes como Mercedes-Benz, Credit Suisse, DaimlerChrysler, Audi, Shell, Exxon. Quando voltei para os Estados Unidos, em 2005, um terço do faturamento vinha da Europa. A empresa já tinha filiais em oito países europeus, e também no Japão, na Austrália, na China e em Cingapura. (Lima)

Em 2005, resolvemos pesquisar sobre fundos de investimento. Foi quando três companhias americanas demonstraram interesse em comprar a empresa. Ficamos em dúvida. Tínhamos apego a uma empresa fundada por nós havia 17 anos. Havíamos trazido mais de 40 pessoas do mundo inteiro. Tudo ia bem. Mas sempre ficava a pergunta: "Será que vamos conseguir nos manter fortes sempre?" Era um risco. Decidimos aceitar a proposta de 90 milhões de dólares. Demos 15 milhões aos funcionários. Entre as candidatas à compra, escolhemos a Avocent, que se comprometeu a fazer o menor número de cortes. Mesmo assim, dos 350 funcionários, mais de 100 foram demitidos. (Dalarossa)

Eu vou investir em novos projetos. Criei uma empresa, a Effyis Homes, de construção ecológica. Também abri a Cuore, uma fundação para crianças brasileiras. John abriu uma empresa de software, a Coffee Beans. O nome é uma homenagem à empresa de café do pai dele, no Rio Grande do Norte. Da Cyclades, fica uma coisa. Não são as placas nem os softwares. As tecnologias mudaram e continuarão mudando sempre. O mais importante foi o sonho que amarrou toda a história. (Dalarossa)