

Chipidea, uma ideia brilhante

É uma empresa portuguesa, mas só tem grandes clientes internacionais. Desenha *chips* à medida do cliente e é lucrativa desde o arranque. Conheça o seu segredo

TEXTO Helena C. Peralta FOTOS Arquivo Exame

Quando José Epifâneo da Franca, João Vital e Carlos Azeredo Leme, professores do Instituto Superior Técnico (IST), decidiram avançar com a Chipidea Microelectrónica, em 1997, não calculavam aquilo que teriam de enfrentar. Não, não se tratou de dificuldades próprias do negócio em que investiram, *design* de *chips*, mas, sim, o problema de serem portugueses.

Desde logo o destino dos *chips* desenhados pela Chipidea era o mercado internacional. A empresa desenvolve *chips* para diversas aplicações, como MP3, televisores, câmaras digitais e telemóveis. Sem tradição neste tipo de produtos tecnológicos, as multinacionais suas clientes tiveram alguma dificuldade em acreditar na qualidade da equipa portuguesa. "A imagem de Portugal lá fora é muito má, mas hoje a Chipidea já se afirmou, sendo reconhecida internacionalmente", afirma José da Franca, presidente e CEO. A empresa recebeu algumas distinções a nível internacional, nomeadamente com a concepção de um *chip* inovador, composto por um circuito integrado, onde se inclui um filtro electrónico analógico considerado o mais rápido e com a maior precisão do mundo.

O projecto empresarial nasceu da necessidade de José da Franca, à frente do Grupo de Circuitos e Sistemas Integrados do IST, encaminhar profissionalmente alguns dos seus alunos e colaboradores nas investigações do grupo. De início os

esforços dos três fundadores iam no sentido de sensibilizar grandes empresas, com as quais já mantinham relações na área da investigação, para serem elas a investir na criação de uma empresa que absorvesse os engenheiros electrotécnicos formados no IST. Como tal não foi conseguido, avançaram então com a Chipidea, que é, neste momento, um caso de sucesso internacional. José da Franca fala em *business with a mission* para explicar a motivação do negócio.

O investimento inicial foi de apenas 25 mil euros, repartido pelos três sócios, entrando posteriormente no capital a norte-americana Atmel, um dos maiores clientes da recém-criada PME. A Chipidea, como José da Franca faz questão de salientar, foi construída sem qualquer tipo de ajudas institucionais. Hoje são accionistas, para além dos três fundadores, a Atmel, com 26%, o BPI, com 4,75%, o BCP, com 4,75%, e a Toshiba, com 2 por cento.

Com 120 engenheiros no seu quadro de efectivos, e crescimentos médios de 60% ao ano, a empresa tem hoje cerca de 36 clientes activos, todos eles multinacionais de renome. Destacam-se a Philips, a Microsoft, a Motorola, a Toshiba e a ATI, entre outras. O número de clientes duplicou entre 2001 e 2002, apesar de não terem conseguido fazer o mesmo com as vendas. Isto explica-se pelo facto de, dada a crise internacional, terem facilitado o pagamento de alguns projectos

que foram, assim, diferidos no tempo.

Presente nos quatro cantos do mundo, a Ásia teve um peso de 37% na sua facturação, que em 2002 ascendeu a 1,7 milhões de euros. A Europa e Israel contribuíram com 33%, e Estados Unidos e Canadá com 30 por cento.

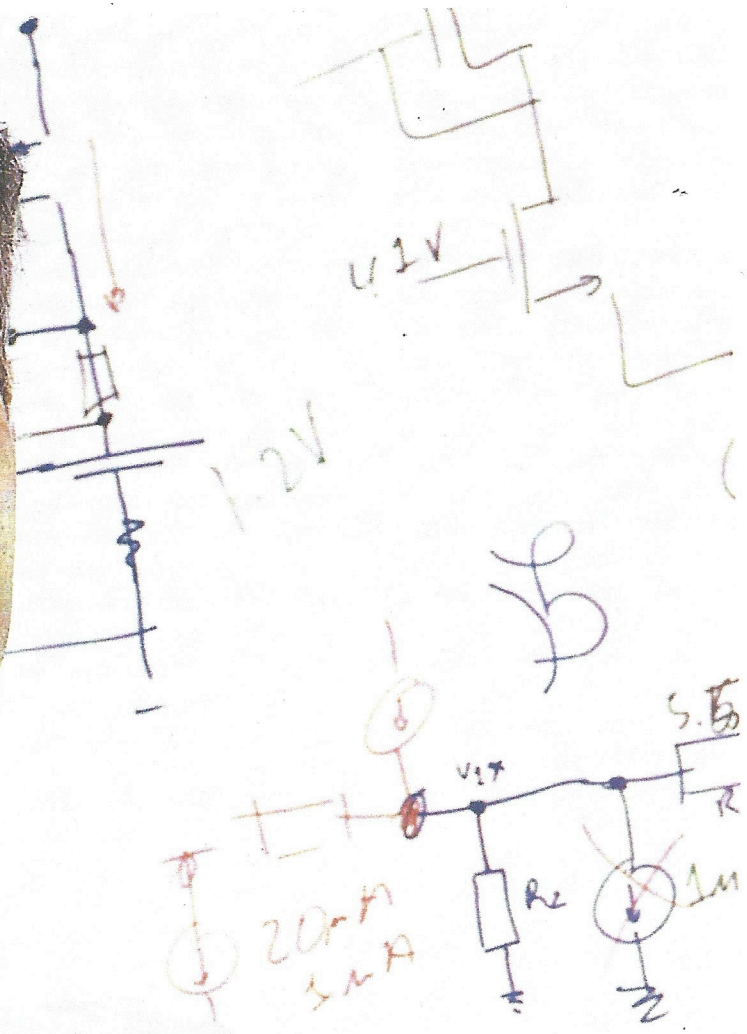
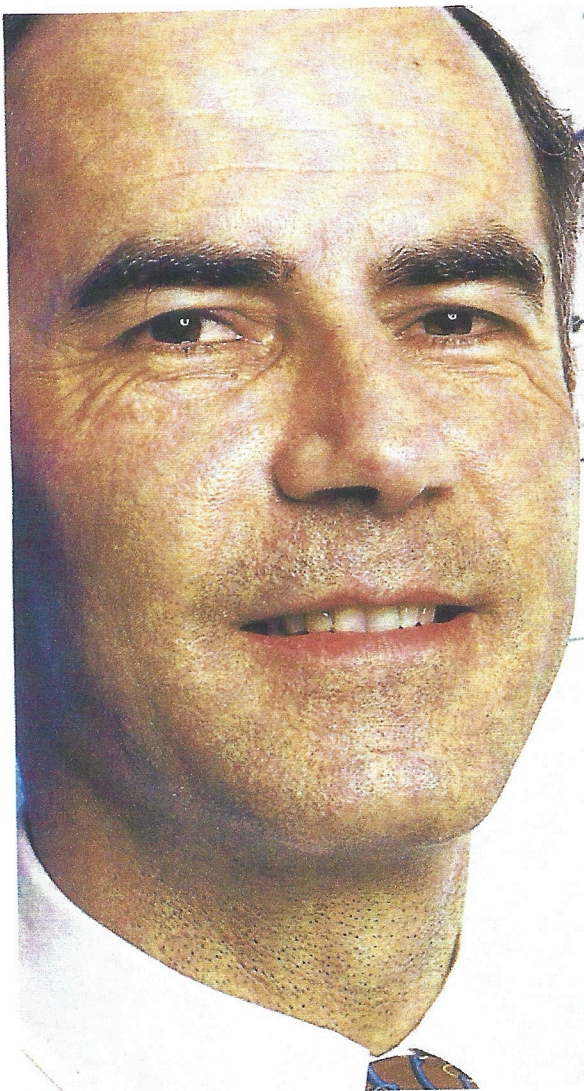
UM BOM MODELO DE NEGÓCIO

O sucesso da empresa não advém, no entanto, apenas do *know-how* que possui. A sua capacidade de conseguir que uma boa ideia seja lucrativa é uma grande vantagem competitiva. O seu modelo de negócio não é exclusivo nem totalmente inovador, mas é bem aplicado, o que lhe permite obter resultados. A empresa tem uma forma mista de facturar, composta por uma comissão de licença e *royalties* de produção e manutenção. Ou seja, uma parte é paga quando o projecto é entregue, outra parte corresponde a um valor contratado por cada produto equipado com o *chip* vendido. Mas, como diz José da Franca, cada caso é um caso, logo não há um modelo padronizado para todos os clientes.

A aplicação de *royalties* representa um elevado risco, pois o cliente pode não conseguir vender o que pretende, mas até agora a Chipidea tem conseguido gerir muito bem este risco. Não é por acaso que foi incluída na lista das 500 empresas com maior crescimento, elaborada pela Growth Plus, e apoiada pela consultora Boston Consulting Group.

Bilhete de Identidade

- > Ano de fundação: 1997
- > Área de actividade: *Design de chips*
- > Número de funcionários: 125
- > Volume de negócios: 7,1 milhões de euros, em 2002
- > Internacionalização: Canadá, Estados Unidos, Irlanda, Japão, Dinamarca, Holanda, França, Áustria, Espanha, Alemanha, Israel, Formosa, Hong-Kong
- > Principais concorrentes: STMicro, Texas Instruments, Infineon, Philips
- > Principais clientes: Toshiba, Philips, Atmel, Microsoft, Motorola



JOSÉ DA FRANCA CRIOU A CHIPIDEA COM A MISSÃO DE INTEGRAR PROFISSIONALMENTE OS SEUS ALUNOS

Your Search Found 1 results.

Page 1 of 1

CHIPIDEA

Chipidea-Microelectronics SA



Founded in 1997






Entrepreneurs: Prof Carlos Azered Leme, Prof João Vital, Prof José Franca

Portugal

Activity: Provides mixed-signal IP cores for embedded System-On-Chip applications.

Business Category (SIC): Semiconductors

	2001:	1997:	 Birch Index:	533
Employees:	90	13	 Ranking:	337
Turnover (per 1000 Euro):	5808	603		

 Real Employment Creation:	77
 Employment Growth:	592%
 Turnover Growth:	863.18%
 Actual Turnover Increase (per 1000 Euro):	5205
 Traded on Stock Exchange:	No

[1]