

PHILIPS

sense and simplicity

Mercado

A lo largo de más de un siglo, Philips ha sido pionera en innovaciones tecnológicas, y al día de hoy, sus múltiples productos se encuentran presentes en muchas de nuestras actividades diarias, en dos grandes segmentos: cuidados de la salud y estilo de vida.

La tecnología ha modificado sustancialmente el modo de vida de la gente: Se encuentra ahora en prácticamente todas las actividades humanas y su progreso no deja de causar asombro. Al pensar en desarrollo tecnológico vienen a la mente algunos de los aparatos con los que convivimos cotidianamente para facilitar nuestras labores, y Philips es uno de los nombres con los que recurrentemente nos encontramos.

Logros

Desde que la empresa fue fundada, hace más de 110 años, se ha dedicado continuamente a mejorar la calidad de vida de los consumidores por medio de innovaciones tecnológicas importantes: Desde sus primeras lámparas, lanzadas en el año de 1891, sus primeros rayos X, rasuradoras eléctricas, radios, televisores, grabadores de DVD, microchips, equipos de ultrasonido... Philips ha buscado formas placenteras de hacer que sus productos vayan al encuentro de sus necesidades diarias.



Philips ha establecido nuevos patrones y llevado la tecnología a nuevos niveles. A lo largo de los años, sus innovaciones han transformado el mundo y han abierto camino en nuevos campos como la televisión, los equipos de rayos X, los transistores, los circuitos integrados y la tecnología óptica.

En 1891 Philips iluminó el mundo, y hoy utiliza esa experiencia para hacer del mundo un lugar mejor para vivir. En nuestra era digital, Philips está comprometida a utilizar esa rica herencia como base para mejorar la calidad de la vida humana:

Es el líder mundial en desfibriladores automáticos externos, tomografías computarizadas y resonancias magnéticas.

Es el número 1 en el mercado global de iluminación, en rasuradoras eléctricas y en grabadores de DVD.

Es el número 1 en Europa y el número 3 en el mundo en soluciones electrónicas, con un amplio abanico de productos como televisores, equipos de audio y video, monitores para computadoras, telecomunicaciones, aparatos decodificadores de señales y accesorios.

Ilumina el 65% de los aeropuertos más grandes del mundo.

Provee luminarias al 35% de los automóviles del mundo.

Es el número 1 en el mercado de grabadores de DVD.

Es uno de los 10 mayores productores de semiconductores del mundo y un gran proveedor de soluciones innovadoras de silicio para los mercados de consumo.

Creó la plataforma Nexperia: Nexperia Home está en el 28% de los grabadores de DVD del mundo, y 7 de cada 10 grabadores de DVD+RW se basan en la plataforma Nexperia.

Fue certificada por Dow Jones como líder mundial en sustentabilidad dentro del mercado de bienes de consumo.

Historia

Philips en México inició sus operaciones el 24 de febrero de 1939, como Philips Sociedad Exportadora Transatlántica, subsidiaria de Curazao, importando artículos eléctricos. El 15 de noviembre de 1945 se constituyó formalmente bajo el nombre de Philips Mexicana, S.A.

Hoy, el Grupo Philips en México cuenta con cerca de 9,000 colaboradores y siete plantas de manufactura, con oficinas corporativas en Huixquilucan, Edo. Méx., que comprenden las unidades comerciales de negocio de Consumer Electronics, Cuidado Personal, Lighting y Sistemas Médicos, así como maquiladoras de diferentes productos en Ciudad Juárez, Chih., Monterrey, N.L., y Tijuana, B.C.

Producto

Actualmente, Philips ofrece productos de consumo y profesionales de avanzada tecnología en audio y video, entretenimiento portátil, cuidado personal, electrodomésticos, iluminación, semiconductores, alumbrado y sistemas médicos y de seguridad.

Los productos de diagnóstico incluyen los rayos X, los ultrasonidos, la tomografía computarizada y la resonancia magnética, mientras que sus monitores de pacientes fijos —o portátiles y sin cable— pueden ser encontrados en hospitales, unidades de terapia intensiva, salas quirúrgicas y consultorios médicos en todo el mundo.

Desarrollos Recientes

- **Ambilight TV.** Proporciona una experiencia de inmersión, que provoca un estrés menor a los ojos, ya que produce iluminación por detrás de la pantalla y reproduce el color principal de la imagen en la pantalla. Al mejorar los detalles que se perciben de la imagen, así como el contraste y el color, la tecnología Ambilight crea una atmósfera y experiencia únicas al ver la televisión.



- **LEDlines.** Utilizando una poderosa tecnología de diodos emisores de luz (LED), Philips desarrolló LEDlines, una nueva línea de productos para la iluminación de fachadas basada en la tecnología LED, que puede ser usada en la iluminación de edificios históricos y contemporáneos, como ya puede apreciarse en el Centro Tecnópolis, en Atenas, y en los tres puentes sobre el Río Clyde, en Glasgow, Escocia. El efecto controlado blando de los LEDlines crea un plan de luz, que transforma las superficies en color, y así, cuando cae la noche, la luz aparece para convertirse en un elemento integrado a la arquitectura.
- **Wireless Music Center.** Revitaliza la experiencia de escuchar música en la casa a través de un sistema de audio y cinco estaciones vía satélite, así como la opción de convertir CD's en MP3 sin necesidad de una PC, y ofrece la opción de llevar música a toda la casa vía las estaciones de satélite. Todo esto brinda una nueva dimensión para la casa conectada.
- **Blu-ray.** La mayoría de los DVD's almacena 4.7 GB de información, lo cual representa apenas dos horas de video, mientras que el nuevo disco Blu-ray puede almacenar hasta 25 GB en una sola capa y 50 en dos capas. Al tiempo que la televisión

de alta definición llega a cada vez más hogares y que las personas empiezan a almacenar fotos, video y otro tipo de informaciones en los discos duros de sus PC, las ventajas que ofrece el Blu-ray no son difíciles de imaginar.

- **Grabador de DVD.** Con este grabador de DVD/disco duro (HDRW720), el primero en el mercado europeo que contiene una guía de la programación de TV en pantalla para seleccionar lo que se quiera grabar, se pueden almacenar hasta 130 horas en el disco duro y preservar lo mejor, de por vida, en formato DVD.
- **Xenon.** Las novedosas lámparas para automóviles de Philips están trayendo la luz del día al conducir de noche. La luz blanca producida por la lámpara Xenon HID proporciona el doble de luz que las lámparas halógenas convencionales, al tiempo que con sumen la mitad de energía.

Promoción

Philips mantiene el compromiso de ofrecer tecnología al mismo tiempo simple y de avanzada, pero ésta no es sólo una visión del camino a seguir, sino un concepto desarrollado junto al consumidor. Si bien la revolución digital debería haber simplificado nuestras vidas, las investigaciones demuestran lo contrario: la gente devuelve cerca del 30% de los productos de redes domésticas porque no comprende cómo ponerlos en funcionamiento, mientras que el 48% ha postergado la compra de una cámara digital porque la considera muy complicada.

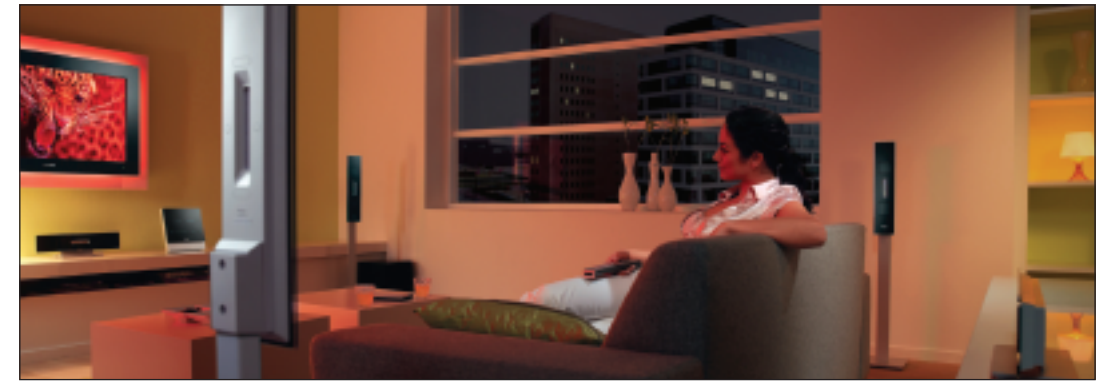
Philips reconoció esta necesidad de simplificar la forma en que vivimos la tecnología y decidió buscar soluciones. En enero del 2003 llevó a cabo una investigación para descubrir si los consumidores compartían su visión: Realizó 120 encuestas detalladas, 24 entrevistas grupales y 1,439 entrevistas cuantitativas a 1,650 consumidores y 180 clientes.

A partir de esto nació la promesa de marca, Sense and Simplicity, la cual se basa en tres pilares:

- **Productos y soluciones pensando en ti.** Para crear productos para las personas, Philips necesita entenderlas: es esencial saber qué percepción tienen de la tecnología, porque es la base de sus actividades. Para ello, ha llevado a cabo exhaustivos estudios y colaborado estrechamente con la gente que los rodea.
- **Fácil de usar.** La tecnología debería representar únicamente ventajas, y nunca ser símbolo de dificultades o frustraciones: Los productos y soluciones de Philips, así como su manera de trabajar, pueden ser muy sofisticados, pero al final tienen que resultar sencillos.



- **Avanzado.** La idea central es el progreso tecnológico, pero lo que es aún más importante es el progreso humano: Algo es verdaderamente avanzado sólo si mejora la vida de las personas. Por lo tanto, una aplicación inteligente de la tecnología puede ser un avance tan importante como la propia.



Valores de Marca

Philips es sinónimo de alta tecnología y calidad; no obstante, va más allá de ofrecer a sus clientes la satisfacción total con sus productos, pues es una empresa plenamente comprometida no sólo con el desarrollo tecnológico, sino con el entorno social y ecológico.

Philips Mexicana ha sido distinguida como Empresa Socialmente Responsable por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) por cuarta ocasión consecutiva, distinción que sólo se otorga a aquellas empresas que cumplen



con cuatro rubros fundamentales de compromiso con la sociedad: preservación ecológica, ética empresarial, calidad de vida en la empresa y vinculación con la sociedad.

Dentro de su programa de conservación ecológica, ha editado las Guías Philips, un material gráfico con hermosas imágenes de paisajes, flora y fauna que informa y orienta sobre la importancia que representa preservar nuestras áreas naturales protegidas. Las guías de la Península de Yucatán, el Mar de Cortés y el Istmo (Oaxaca y Chiapas) se encuentran disponibles en librerías y locales cerrados.

Asimismo, desarrolla programas de reciclaje de materiales como el papel, cooperando con diferentes empresas dedicadas a este tema ambiental.

Philips apoya a varias ONG, entre ellas la Fundación para el Combate y Tratamiento del Cáncer de Mama (FUCAM), a través de un programa de prevención y detección temprana de la segunda causa de

mortalidad en la mujer mexicana. Para ello ha montado una unidad móvil con dos mastógrafos que recorren poblados remotos en el país.

También ha tenido la iniciativa de llevar a cabo la Semana de la Salud, en la cual empresas líderes en sus ramos exponen las mejores prácticas de salud para sus

empleados. Paralelamente se llevan a cabo programas de vacunación, nutrición, mastografías y salud dental, entre otros.

La desnutrición en México es un mal que aún no se ha erradicado, y por eso Philips apoya a Un Kilo de Ayuda, organización que recauda fondos para llevar alimentos a comunidades con altos índices de desnutrición.

Reducir la brecha digital es una de las tareas que Philips Mexicana se ha propuesto a través del programa de las EIC's (Escuela de Informática y Ciudadanía). Con el apoyo del CDI (Comité para la Democratización en Informática) y los propios colaboradores de Philips, quienes son voluntarios para capacitar a aquellas personas que, por escasos recursos y falta de oportunidades, no tienen acceso al mundo de

la informática, además de contribuir a ser mejores ciudadanos. Hasta la fecha se han graduado más de 500 alumnos en los tres años que llevan las EIC's.

Con objetivos claros e importantes logros, Philips Mexicana y Visión Mundial han implementado un programa para reducir las prácticas violentas que se presentan hoy día en la mayoría de las familias mexicanas. Los esfuerzos se concentran en las comunidades mazahuas del Estado de México, donde

se cuenta con más de 300 promotores de la propia comunidad, quienes llevan a cabo actividades para educar a los niños con ternura y procurar la armonía y tolerancia en la vida de pareja.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Philips

- Philips fue creada en 1891 por Gerard Philips en Eindhoven, Holanda.
- Royal Philips Electronics ha registrado más de 115,000 patentes.
- Philips creó el cassette compacto de audio en 1963, y el Compact Disc en 1983.
- Philips invierte anualmente cerca de 3 billones de euros en investigación y desarrollo.