

PHILIPS

sense **and** simplicity

Digital TV

Agenda

- Philips
- Mercado de TVs
- Proyecciones al futuro (DTV)

***Bringing
Simplicity to life***



Welcome to Philips

“Ever since our company was founded in 1891, we have dedicated ourselves to improving the quality of life through meaningful innovation.

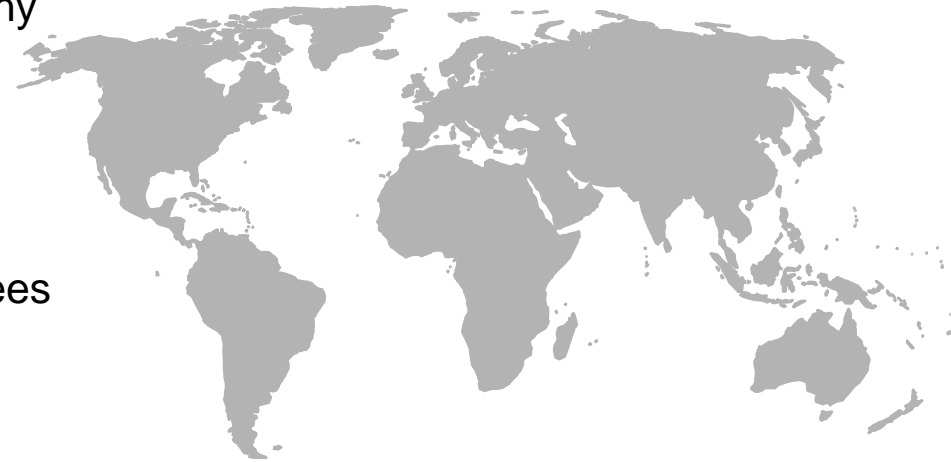
We are today a global company, committed to enhancing economic prosperity as well as environmental quality and social equity wherever we operate.

And we remain dedicated to the belief that the path to true growth comes from making products that genuinely meet the needs of all people, no matter what their circumstances, in ways that truly help them.”



Royal Philips Electronics

- Founded in 1891
- Headquarters: Amsterdam, The Netherlands
- One of the largest global electronics company with sales in
 - 2006 of EUR 26,976 million
 - Q3 2007 of EUR 6,524 million
- Multinational workforce of 128,100 employees (October 2007)
- Manufacturing sites in 28 countries, sales outlets in 150 countries
- R&D expenditures EUR 1,619 mln (2006)



We are...

- Number 1 in global lighting
- Number 1 in medical patient monitoring and number 3 in diagnostic imaging
- Among the world's top-3 consumer electronics companies in served markets
- Number 1 and 2 in male shaving, beauty, oral healthcare, food, beverage & garment care
- One of the largest multinationals in China
- The owner of 80,000 patents
- Number 42 of the world's most valuable brands
- Number 38 of the world's most innovative companies
- Sector leader in Dow Jones Sustainability Index



We are everywhere you go on the planet

- 70% of the top-50 US hospitals have chosen Philips solutions for cardiology
- We light 65% of world's top airports, 30% of offices and hospitals, landmarks such as the Eiffel Tower, the Sydney Opera House, the Great Pyramids and Easter Island, among others
- One of three cars worldwide uses Philips automotive lighting
- Each day more than a million of our consumer lifestyle products are purchased



Our mission

Philips has reinvented itself many times, but through it all, our core, the soul of our company, remained intact. That is because it was part of our company since its inception in 1891. It is the passion to...

“Improve the quality of people’s lives through timely introduction of meaningful innovations”



Our vision

“In a world where complexity increasingly touches every aspect of our daily lives, we will lead in bringing sense and simplicity to people”



Healthcare



We simplify healthcare by focusing on the people in the care cycle – patients and care providers. Through combining human insights and clinical expertise, we aim to improve patient outcomes while lowering the burden on the healthcare system.

Lighting



As the world's leader in Lighting, Philips is driving the switch to energy-efficient solutions, as well as shaping the future with exciting new lighting applications and technologies.

Consumer Lifestyle



Guided by our brand promise of “sense and simplicity” and starting from our consumer insights, Philips offers rich, new consumer experiences that meet consumers’ desire for relaxation and improving their state of mind.

How we are different



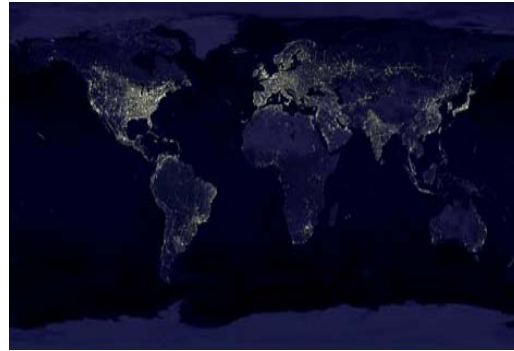
Our superb heritage in innovation and design helps us realize meaningful innovations in healthcare, lighting and consumer lifestyle. Our brand promise and sustainability provide the framework for the way we do business.

Dedicated to sustainability

Available and affordable healthcare



Energy efficiency



Contributing to development



The UN Millennium Development Goals



Eradicate extreme poverty and hunger



Achieve universal primary education



Promote gender equality and empower women



Reduce child mortality



Improve maternal health



Combat HIV/AIDS, malaria and other diseases



Ensure environmental sustainability



Develop a global partnership for development

Introduction

Healthcare

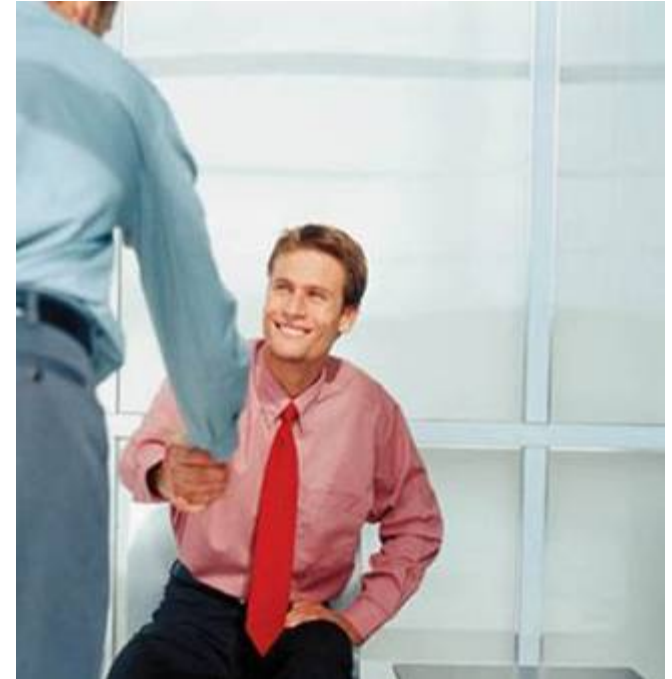
Lighting

Consumer Lifestyle

Leadership

Key joint ventures and participations

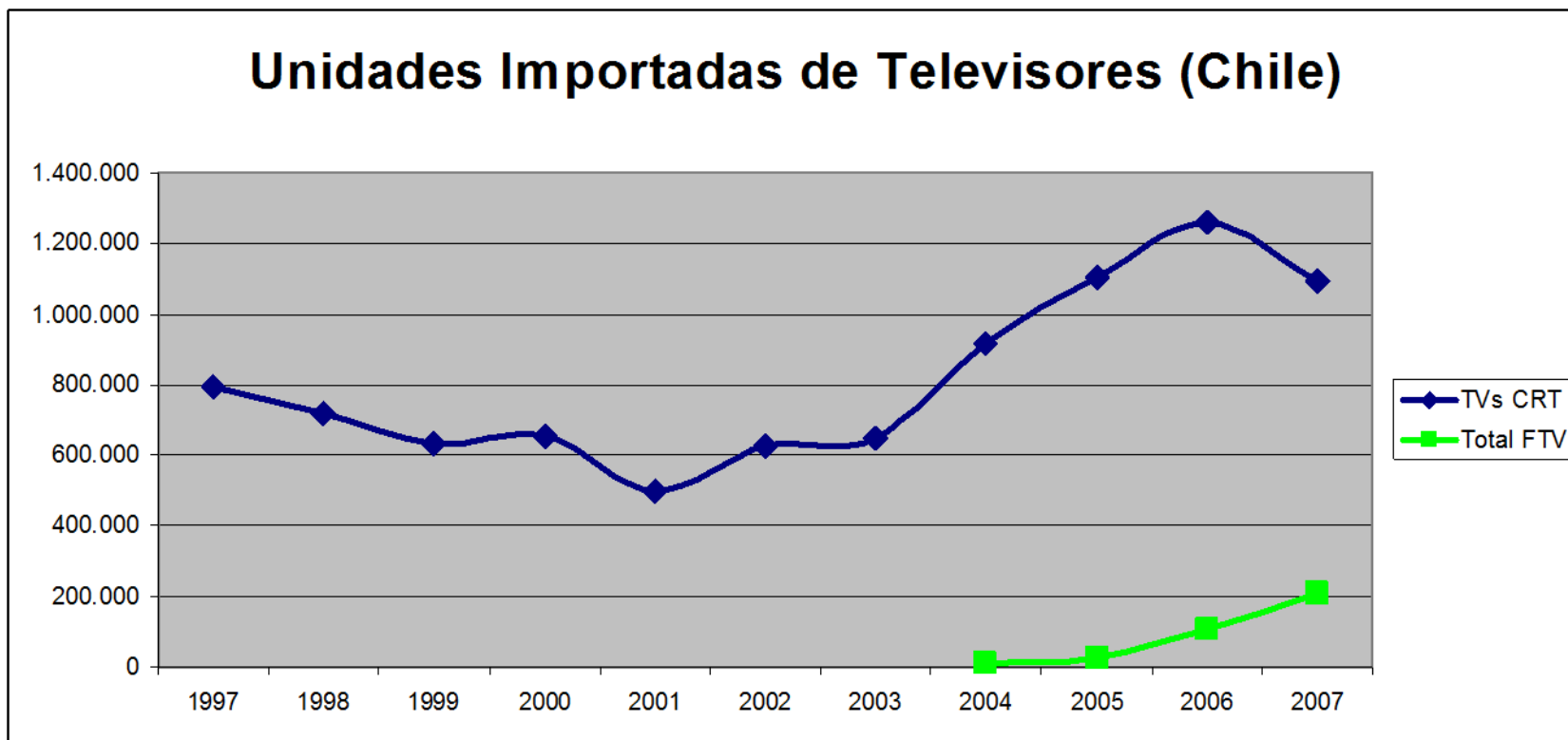
- LG.Philips LCD
- NXP Semiconductors
- Taiwan Semiconductor Manufacturing Comp. Ltd.
- Philips and Neusoft Medical Systems Co., Ltd.
- Intertrust
- JDS Uniphase
- TPV
- MedQuist
- TPO



El Mercado para Philips

- Philips está presente en casi todos los países de América, incluyendo USA, México, Argentina, Brasil, Colombia, etc...
- Chile es el mercado más abierto y competitivo de la región y por lo tanto tiene una importancia estratégica muy alta.
- A pesar de ser uno de los mercado más pequeños logra tener precios muy competitivos en todas sus líneas de productos

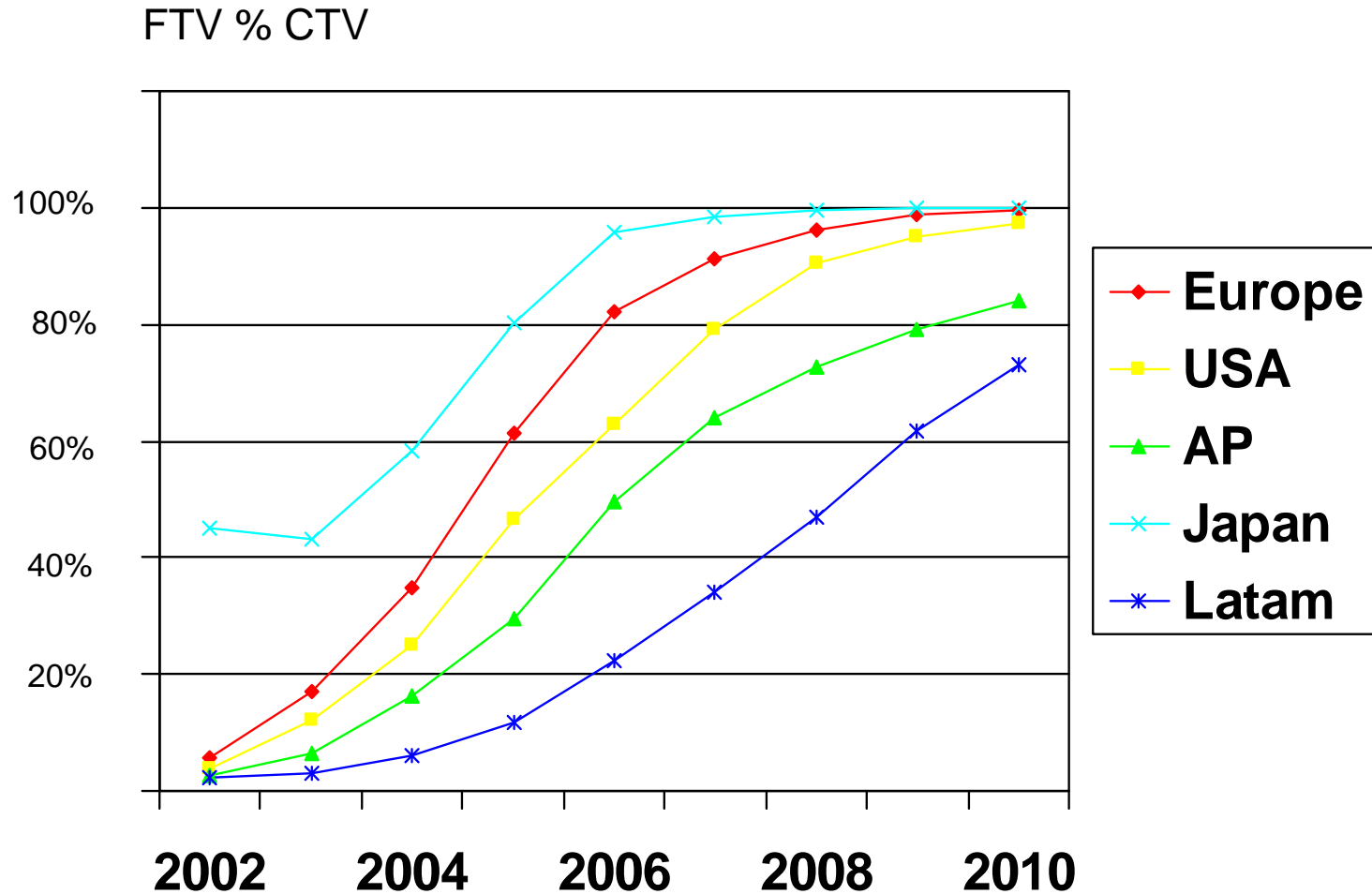
El mercado de TVs en CHILE*



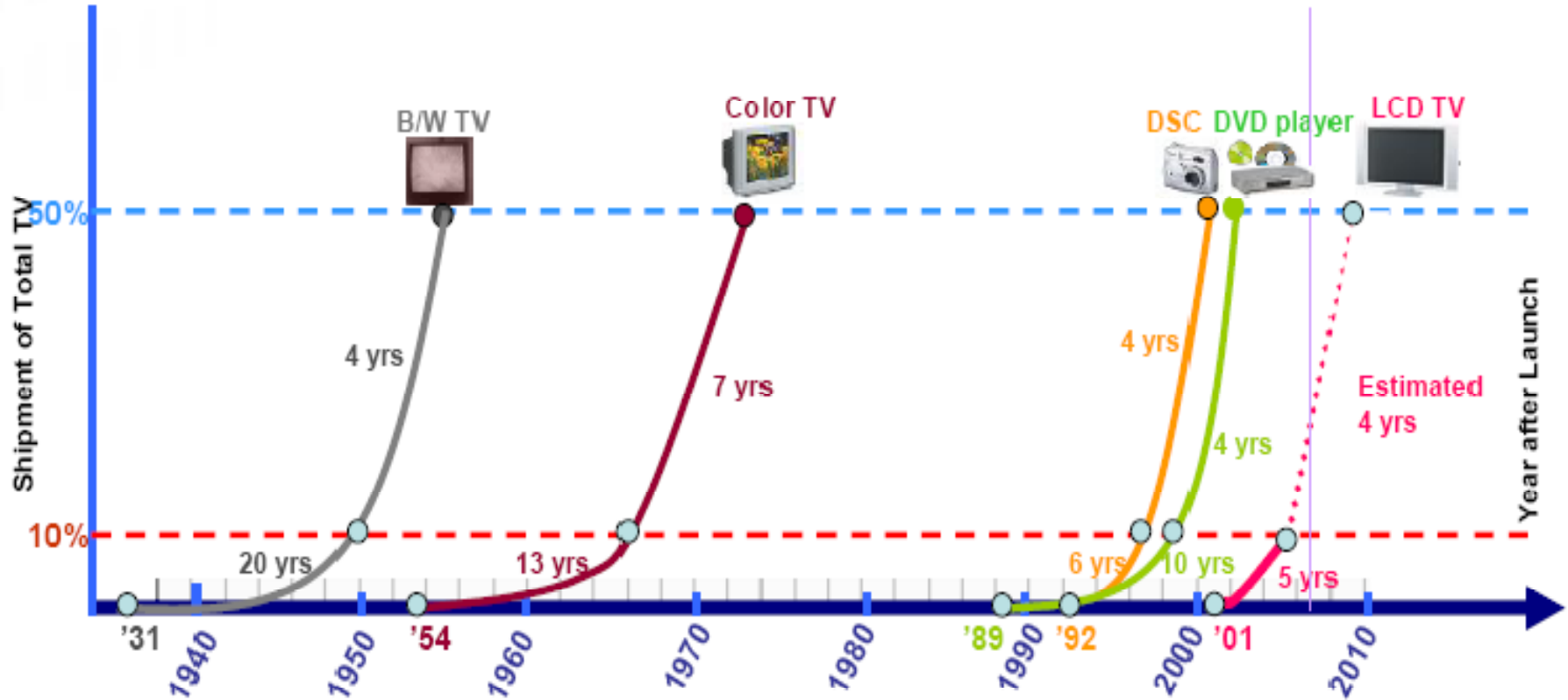
FTV representó el 16% de las unidades de TV importadas en el 2007, o casi un 20% de los CRTs.

* Excluye Zonas Francas

Penetración de Flat TV en el Mundo



Penetración de Flat TV en el Mundo



Porque DVB-T para Chile

- Philips tiene una larga experiencia atendiendo mercados con diversos estándares y está convencido que DVB le entrega el mayor beneficio y valor al consumidor en Chile
- Philips busca en los mercados donde participa, la posibilidad de satisfacer a los consumidores en sus necesidades que evolucionan a través de una variada gama de productos y servicios.
- Las Personas son lo más importante para Philips. Desde este punto de vista, siempre buscaremos defender lo que creemos que es mejor para el consumidor.

Un modelo de negocios sustentable

- El precio es el factor primordial para determinar la velocidad de implantación y uso del sistema de TV digital. Introducir un sistema evolutivo y/o segmentado, produce mejor efecto en el éxito del sistema como un todo para países con situaciones diferenciadas relativas a la distribución de los ingresos de la población.
- Pay-per-view: Esta posibilidad puede generar ingresos que pueden subsidiar otros servicios libres de pago para la población menos privilegiada.

Introducción de la TVD

- La introducción de un sistema como este debe ser colocado en el mercado de forma segmentada, dado que el mercado es de este modo. Una solución para cada segmento del mercado. El cambio de un aparato de TV es algo que exige un esfuerzo grande por la mayoría de la población, no se puede esperar que todos migren para pantallas planas de alta definición en un corto espacio de tiempo.
- Es razonable enfocar la introducción inicial en el mercado de conversores (set-top boxes) para que sean usados con los televisores que la población ya tiene. Gradualmente evolucionar para el momento del cambio natural de los televisores por uno nuevo, que ésta sea hecha para aparatos con sintonizador DTV incorporado. La segmentación es clave.

Penetración de TVD en Chile

- La velocidad de introducción tiene un único vector: el consumidor. Es él quien necesita tener motivos para hacer el cambio de equipos.
- Es muy importante colocar la “Definición Standard” en correcto lugar: esta calidad de imagen es por lo menos dos veces mejor de lo que un consumidor está acostumbrado a recibir en su casa (vía antena común).
- Esto se aplica a todos los canales (hoy una casa común recibe uno o dos canales con una calidad regular y los otros con mala calidad). Por lo tanto, cuando se habla de distribución de señales de definición Standard, entiéndase que el consumidor recibirá todos los canales digitales (por lo tanto un mayor número de programas) con una calidad mejor que un DVD; esto ya es un gran beneficio, dado que el consumidor común busca entretenimiento de calidad a un costo aceptable.

Penetración de TVD en Chile

- Alta definición es sin duda algo muy interesante sin embargo se aplica a quienes pueden financiar el precio de monitores de video (Televisores) en HD.
- De modo evolutivo, en el futuro y en el momento cierto, los televisores HD serán tan populares como los televisores de tubo de 14" y 21", entonces, en esa fecha, Alta definición será un factor impulsador de TDT.

Elementos Claves para la Determinación del Costo de un Receptor DTV:

- Economías de Escala en los componentes
 - Los requerimientos para Chile: NTSC, 6MHZ, 220V son requerimientos simples y no indican variaciones de costo significativa.
- Procesador de imágenes: si es HD el costo es mayor que sólo SD

Evolución del Sistema

- Como todos los desarrollos tecnológicos, la TVD no será estática.
- Es muy importante que el sistema sea lo más abierto posible.
- Es esencial que el sistema tenga un Foro gerenciador de las alteraciones y evoluciones, que permita que Chile tenga una voz activa y pueda opinar en el futuro de éste.
- Entre los atributos más relevantes para Chile debemos resaltar:
 - - costo reducido de los aparatos, o sistema de subvención que permita tal reducción del costo final al consumidor.
 - - Mínimo costo de mantención de la tecnología, asociada a una alta flexibilidad para evolucionar el sistema de modo de permitir nuevos modelos de negocios que están por surgir.
 - - Diversas fuentes de abastecimiento de aparatos de modo de permitir libre competencia y garantizar la mantención de precios competitivos

Conclusiones

- Philips considera que todos los sistemas tienen sus cualidades, así como sus deficiencias. La empresa respeta a todos los países que optaron cada sistema. De todas formas indica a DVB como el más indicado para Chile.
- Si Chile adopta el sistema DVB-T, está garantizado el abastecimiento de televisores y set –top boxes por los múltiples fabricantes globales de aparatos, a precios competitivos.
- Todos los sistemas sufrirán acciones de mejoras naturales para satisfacer demandas de nuevos servicios de aún están por surgir. La compatibilidad entre ellos no parece ser algo natural o previsto. El sistema DVB, por ser parte de una gran consorcio, tiene naturalmente mayores posibilidades de evolucionar que otros sistemas y de compatibilizar con la media que surgirá en el futuro.
- Philips considera que todos los sistemas tienen sus cualidades, así como sus deficiencias. La empresa respeta a todos los países que optaron por este o aquél sistema. De todas formas indica a DVB como el más indicado para Chile.

