

# PHILIPS

**Juan José Berrocal.** *Ejecutivo de Cuentas*

Como en otras tantas facetas de la vida, la empresarial necesita de periodos de reflexión para ver, evaluar y esperar el mejor momento para poder afrontar nuevos retos en un mundo cambiante y desafiante. **El mercado, por antonomasia, es incierto en la mayoría de las ocasiones y obliga a reorientar, ininidad de veces, los objetivos de largo plazo.**

Ejemplos recientes de reorientación estratégica, por citar algunos, serían los de **AT&T** y **General Electric**. De ambos hemos hablado en anteriores artículos. En este post trataremos una compañía de referencia tanto por su presente como por su pasado, y no cabe duda que también por un futuro. Hablamos de **Koninklijk Philips**. Todos tenemos en mente productos de la marca, algunos de ellos creados en el laboratorio central de Eindhoven y que, en su día, marcaron tendencia con productos innovadores como los Cassette, el CD, el video, el DVD y el Blu-ray.

Pues bien, como comentaba al principio, fruto de una reflexión estratégica fue la decisión clara y meridiana de **dividir la compañía en dos para operar en mercados diferentes.**

- Por un lado, salud y aparatos de consumo
- De otro lado, iluminación automotriz, sumada al 20% en Lumileds tras la venta recientemente del 80% restante por un montante cercano a los mil quinientos millones de dólares.

**La parte salud podría ser el segmento más valorado por el conjunto del mercado.** El objetivo pretendido por la compañía es el de **proporcionar medios para mejorar la calidad y aumentar la esperanza de vida.** Ciertamente suena muy bien, pero **¿Como pretende acometer este gran reto la empresa?**

En principio, mediante lo que viene a llamarse la **salud digital**. Ejemplo de ello son los dispositivos y aplicaciones que permiten medir en cada momento variables que están

relacionadas con la salud. Podría decirse que la salud digital se está convirtiendo en el nuevo paradigma de la industria tecnológica y es que cuenta con el parabién de los usuarios ya que **la dependencia de diferentes dispositivos móviles es cada vez mayor** facilitando, por ello, una mayor desarrollo de esta nueva industria.

Situando un poco la realidad de la llamada salud digital (**eHealth**) donde nuestra protagonista (Philips) tiene un papel destacado, tomaría como referencia a Estados Unidos, donde:

- **El 12% de la población dispone de los dispositivos portátiles** que permiten registrarse o acceder a apps dentro del campo de la salud
- **El 80% han utilizado alguna tendencia eHealth**
- **El 17% de los estadounidenses consultan a diario alguna aplicación eHealth**
- **Entorno al 7 % han accedido a algún medio eHealth para contactar con algún profesional de la medicina**

Entrando en detalle sobre algunos productos eHealth de **Philips** tenemos:

- La plataforma **IntelliSpace Portal 9.0** de análisis visual y cuantificación de uso médico para ayudar a detectar, diagnosticar y tratar enfermedades
- El GPS llamado **Heartnavigator** que guía a los cardiólogos a la hora de colocar válvulas cardiacas, ayudado por el 3D
- **Philips Health Watch:** reloj inteligente, para registrar nuestra movilidad, pulso, sueño, calorías, etc.
- Monitores de presión arterial
- Báscula Corporal inteligente que mide el peso y otros parámetros más detallados, como el % de grasa corporal.
- Termómetro de oído para medir con mayor precisión la temperatura.
- **Philips Lumify** que permite hacer ecografías por ultrasonidos.
- El **desfibrilador Heartstart**, muy pequeño y ligero.
- El **RU Sleeping** y el dispositivo de diagnóstico **Alice NightOne** ambos dentro del campo de la apnea del sueño.
- El cepillo de dientes **Flexcare Platinum** con capacidad para conectarse a una aplicación en el móvil para facilitar datos como son la presión sobre las encías, número de cepillados, etc. para uno mismo o para derivarla al dentista.

Punto destacable serían las alianzas estratégicas alcanzadas por parte de la compañía y

determinantes, por ejemplo:

- El acuerdo alcanzado con **Qualcomm Inc.** a nivel mundial, siendo ésta última el soporte sobre la conectividad e integración en todos los dispositivos médicos de Philips. De este modo, podrán ofrecer a los usuarios de **HealthSuite** acceso para diagnóstico inmediato gracias al sistema 2net de **Qualcomm Life**.
- El acuerdo con **N-of- One Inc.** para fortalecer la medicina de precisión en Oncología. Ambas pretenden colaborar en el análisis clínico y en una interpretación eficaz de los casos oncológicos presentados.
- El acuerdo de colaboración alcanzado con **Amazon Web services (AWS)** que le permitirá, en cierta medida, proteger la información del paciente frente a los típicos imprevistos de extravíos de informes mediante la captura y copia en la nube.

Por último quisiera dar una breve interpretación de lo que ofrece **Koninklijke Philips NV (AMS: PHIA)** como inversión de medio y largo plazo. Para ello, es importante considerar los principales ratios fundamentales:

	<b>Ratio</b>	<b>2018 *</b>	<b>2017 *</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
PER		13,75	15,81	18,81	24,01	23,55
Precio / Cash flow		9,86	10,53	13,39	22,46	18,48
Precio / Valor contable		1,85	1,98	2,19	2,25	2,40
ROE		0,13	0,12	0,12	0,09	0,10
Dividendo neto por acción		0,85	0,80	0,80	0,80	0,80
Beneficio neto (millones)		1.679,50	1.542,05	1.339,50	645,00	414,00
EBITDA (millones)		3.958,00	3.608,25	3.135,53	2.390,00	2.462,00
BPA		2,07	1,80	1,51	1,19	1,21

(\*) Datos estimados. Fuente: Expansión



Uno de los pilares que, por la parte fundamental, refuerza la apuesta en el título es la confianza de la dirección de **PHIA** en aumentar al menos un 11% el margen operativo y a una mejora objetiva sobre el plan de ahorro de costes establecido.

**Entendería como lógico, bajo mi interpretación técnica de PHIA. AMS y evaluando su ADN estructural, la intención de buscar en el medio y largo plazo los 35 / 45 € ya que cuenta con todos los parámetros técnicos (Movimiento direccional, Vortex Indicator, Trix, Chaikin Oscillator, etc.) para dar por cancelada la directriz bajista relevante vigente desde el año 2002.**

Síguenos: