

EDITORIAL

A VERDADE DE THOMAS EDISON

“O génio é 1% de inspiração e 99% de transpiração”. Substitua-se “génio” por “inovação” ou “sucesso” nesta conhecida afirmação de Thomas Edison e temos a receita para tornar as empresas verdadeiramente competitivas.

Inovar é um processo contínuo de introdução de melhorias em produtos, mas também em serviços, visando a conquista de vantagens competitivas. Ora, isto só se consegue com muito trabalho, incluindo todo aquele que as organizações dedicam ao estudo do mercado e à identificação das necessidades dos seus clientes.

Os colaboradores da Prosonic trabalham diariamente para oferecerem ganhos de eficiência aos clientes, disponibilizando os mais avançados equipamentos e serviços.

A empresa colocou recentemente no mercado novas soluções na área do *Banking* (*Self Bank*) e da Segurança Electrónica (sistemas de detecção de incêndio), ao mesmo tempo que desenvolveu o conceito de *Outsourcing* de soluções IT e renovou o seu *website*.

Mas uma organização inovadora é também socialmente responsável, inspira-se no ânimo dos outros. Ao praticante de *Rugby* Kiko Rosa, foi diagnosticado um cancro com apenas três anos de idade. Mesmo debilitado, nunca largou a sua modalidade de eleição... até à morte em 2009, com oito anos. A Prosonic apoiou uma recente homenagem a este exemplo de tenacidade.

Direcção de Marketing



PROSONIC REFORÇA A SUA OFERTA DE SELF BANK

Para responder à necessidade crescente de evolução tecnológica no sector do retalho, a Prosonic acaba de reforçar a sua área de *Banking* com novas soluções de *Self Bank* complementando os equipamentos para depósito de numerário em *back-office*, com novos equipamentos de *front-office* das marcas CashDro e Glory com a gama CashInfinity.

(Página 2-3)

ADVANTRONIC - NOVAS SOLUÇÕES EM SISTEMAS DE DETECÇÃO DE INCÊNDIO



A Prosonic, que já representava as marcas Notifier e Esser, decidiu recentemente complementar a oferta na área dos Sistemas de Detecção de Incêndio com uma marca competitiva num segmento de mercado em que o preço se tornou determinante – Advantronic.

(Páginas 4-5)



CONGRESSO SMART CARDS

Na 9ª edição do Smart Cards, o congresso anual de cartões e meios de pagamento, a Prosonic apresentou as várias soluções da empresa na área de *Banking*, designadamente, os mais recentes recirculadores de notas CIMA e, acima de tudo, a nova linha de *Self Bank* das marcas Cima, CashDro e Glory – CashInfinity.

(Página 5)

PROSONIC REFORÇA A SUA OFERTA DE SELF BANK

Para responder à necessidade crescente de evolução tecnológica no sector do retalho, a Prosonic acaba de reforçar a sua área de Banking com novas soluções de Self Bank complementando os equipamentos para depósito de numerário em *back-office*, com novos equipamentos de *front-office* das marcas CashDro e Glory com a gama CashInfinity.

Self Bank® é uma marca registada da Prosonic S.A.

Nós damos mais valor ao seu dinheiro!

CONCEITO SELF BANK

O conceito *Self Bank* tem como objecto criar soluções "dentro de casa" para uma gestão mais eficiente e eficaz do numerário gerado pelas diversas organizações que actuam no mercado, particularmente na simplificação dos processos de contagem, separação e preparação do numerário, na redução dos custos operacionais e nos restantes processos administrativos.

Os nossos clientes poderão optar pelo *outsourcing* deste conceito *Self Bank* através de uma renda mensal ou pela compra da solução, porque a Prosonic apresentará a proposta "chave-na-mão" mais adequada a cada necessidade, considerando os equipamentos apropriados, os *softwares* para integração, gestão e monitorização, bem como todo o serviço de manutenção em qualquer ponto do País.

O *Self Bank* apresenta duas soluções distintas e complementares para *front-office* e *back-office*.

SOLUÇÕES DE FRONT-OFFICE

As soluções de *front-office* permitem que os próprios clientes efectuem o pagamento em notas, ou notas e moedas, directamente nos equipamentos recebendo o troco e o respectivo recibo.

Deste modo, o dinheiro deixa de ser manuseado pelo funcionário do estabelecimento, eliminando as diferenças do saldo de caixa. Garante-se um controlo total do numerário, permitindo uma maior segurança para os colaboradores e clientes, suprimindo a aceitação de notas e moedas falsas, com vantagens competitivas e determinantes num mundo cada vez mais inovador.

A Prosonic integra e implementa soluções eficazes para pagamento em *front-office*, baseadas em *hardware*, *software* e serviços totalmente adequados às necessidades de cada negócio.

CashDro e Glory - CashInfinity

No domínio das soluções de *front-office*, a Prosonic reforçou a sua oferta com as soluções CashDro e Glory – CashInfinity.



A **CashDro** é uma solução global para notas e moedas com o objectivo de responder às necessidades das pequenas e médias empresas de retalho – aumenta a eficiência, rentabilidade e segurança. A solução garante o controlo do saldo de caixa, evita o manuseamento do dinheiro por parte do colaborador, elimina os erros nos trocos, reduz o tempo perdido na mudança de turno, rejeita notas e moedas falsas e minimiza o risco de roubo. A solução **Glory - CashInfinity** está direccionada para uma gestão completa dos fluxos de numerário, de uma forma eficaz e protegendo a linha de caixas em toda a loja.

Este sistema, além das vantagens que as soluções de *front-office* oferecem, poderá estar interligado com uma solução de depósito e recirculação de dinheiro em *back-office*, garantindo uma total racionalização e informação sobre o fluxo de numerário em todo o estabelecimento.

SOLUÇÕES DE BACK-OFFICE

As soluções de *back-office* apresentadas pela Prosonic têm como finalidade a redução do custo no manuseamento do numerário e a melhoria operacional dos serviços. Este objectivo é alcançado através da racionalização e administração dos fundos de caixa e nos procedimentos de verificação, contagem, separação e guarda do numerário.



CashDro

Este conceito permite ainda que as rotinas de caixa sejam mais eficientes na recolha e depósito de dinheiro, bem como nos fechos diários dos turnos, na recirculação automática do numerário, aumentando a eficiência e flexibilidade dos colaboradores.

A melhoria da gestão dos fluxos de caixa no estabelecimento, garantirá um retorno rápido do investimento.

Equipamentos CIMA

Estas soluções de *back-office* da marca CIMA são asseguradas essencialmente pelos modelos AST 7008 WIN e CDS 707.

O modelo **AST 7008 WIN** representa a combinação perfeita entre um recirculador e uma unidade de depósito. Adequado para aplicações de *back-office* e de retalho, distingue-se pela sua alta capacidade (até 5.600 notas nos rolos + 4.000 notas no saco de selagem automática).



Nas aplicações de retalho, é a solução perfeita para a preparação do *kit* de início de turno e do depósito final do turno dos operadores.

A solução pode ser integrada com dispositivos de tratamento e depósito de moeda.



O modelo **CDS 707** é uma unidade competitiva, equipada com interface para o utilizador, permitindo que este se identifique e realize diversas operações. A solução inclui um módulo de recepção de notas com sensor de autenticidade, cofre com fechadura electrónica e um saco de depósito de notas. O interface do utilizador é composto por impressora térmica e ecrã táctil.



ADVANTRONIC – NOVAS SOLUÇÕES EM SISTEMAS DE DETECÇÃO DE INCÊNDIO

Às marcas Notifier e Esser, que respondem a segmentos de mercado em que é importante garantir a “110%” a fiabilidade do produto e do Sistema de Detecção de Incêndio no seu todo, juntou-se agora a Advantronic.

A Prosonic detém uma quota de mercado de cerca de 10% no sector da Segurança Electrónica, sendo que 30% do volume total de negócio desta área é gerado pelos Sistemas de Detecção de Incêndio. João Farinha, Director Comercial desta área explica-nos as razões do acordo com a Advantronic.

Por que decidiram aumentar a oferta em Sistemas de Detecção de Incêndio?

O mercado Português é tradicionalmente orientado para o factor preço, considerado na maioria das vezes decisivo para a concretização de um negócio em detrimento de outros como o da qualidade, fiabilidade, durabilidade e até o prestígio da marca, e que nos últimos tempos ainda ganhou maior importância em consequência da situação económico-financeira adversa actual.

A Prosonic está tradicionalmente associada a marcas de elevado prestígio, orientadas para um segmento médio-alto, e analisa com rigor a relação qualidade-preço para a tomada de decisão. Além disso, a sua oferta está direccionada para projectos em que o preço não era habitualmente o factor crucial de decisão, devido à sua dimensão, complexidade ou importância.

Decidimos, assim, complementar a oferta com uma marca que nos permitisse sermos competitivos num segmento de mercado em que o preço já era, ou se tornou, determinante.

Porquê a escolha da Advantronic?

A selecção de uma nova marca a comercializar é uma tarefa difícil e crucial para garantir o sucesso na promoção e comercialização da nova oferta.

Existem vários aspectos a considerar: preço, tecnologia utilizada, suporte técnico e comercial, certificações e homologações, software de programação e monitorização intuitivos e facilmente assimilados pelos técnicos e operadores, prazo de entregas de equipamentos, número de representantes em determinado território...

Todos estes factores foram objecto de rigorosa ponderação durante o processo de selecção, envolvendo propostas das marcas mais conceituadas, tendo a nossa escolha acabado por recair na Advantronic que, aparentemente, será a marca menos conhecida.

Esta marca conseguiu atingir a maior pontuação na maioria dos critérios anteriormente definidos, pelo que acabou por ser a escolha natural e unânime.

Como está a reagir o mercado?

De acordo com as expectativas. A marca foi lançada apenas há três meses em Portugal, é desconhecida da maioria dos players do mercado mas, ao possuir todas as características que, neste momento, o mercado exige, tem estado a despertar interesse.

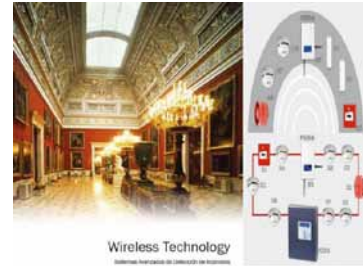
Trata-se de soluções extremamente evoluídas do ponto de vista técnico e que, apesar da juventude da marca, oferecem uma grande confiança uma vez que são



desenvolvidas por pessoas com décadas de experiência no mercado da detecção de incêndio e que desenvolveram um produto com base no conhecimento que têm do melhor que é disponibilizado actualmente por todos os outros fabricantes.

Possui todas as certificações e homologações exigidas no mercado português e europeu, o que credibiliza o produto e facilita a sua aceitação na área de projecto. Alguns dos projectistas com quem temos acordos

Advantronic



de parceria já aceitaram a marca como sendo uma boa solução para os seus projectos.

O que a distingue da concorrência?

Existem alguns aspectos diferenciadores na oferta da Advantronic e que fazem toda a diferença face à sua concorrência, como o sistema de evacuação por voz incorporado nas próprias sirenes, uma gama de detectores com acabamentos especiais "linha decorline" a imitar madeira, mármore e metal, que permite um melhor enquadramento estético, entre outros.

Já há obras em curso que integram equipamentos desta marca?

Temos neste momento três obras em curso já com sistemas Advantronic. Trata-se de edifícios para fins diversos: uma unidade hoteleira, um edifício de escritórios e uma escola. Estão ainda a decorrer vários negócios

e projectos nos quais estão a ser incorporadas estas novas soluções.

Qual a estratégia para a implantação da marca?

Acreditamos que fizemos a escolha acertada e consideramos que esta tem revelado uma excelente aceitação no âmbito da nossa mais recente oferta.

Assim, tencionamos promover seriamente esta nova marca, pois podemos tornar os nossos parceiros mais competitivos, ajudá-los a concretizar os seus projectos com menores custos e sem comprometer a fiabilidade e eficácia que sempre foi a nossa maior preocupação.

E é isso mesmo o que pretendemos que a Advantronic venha trazer ao nosso mercado: uma solução equilibrada, com altos índices de desempenho, evoluída tecnologicamente e com um preço extremamente competitivo. Assim, todos ficamos a ganhar!

CONGRESSO SMART CARDS

A Prosonic esteve presente na 9ª edição do *Smart Cards*, o congresso anual de cartões e meios de pagamento, no Lagoas Park Hotel, em Oeiras. Durante os dois dias deste evento de referência em Portugal, os profissionais tiveram a oportunidade de conhecer as novas estratégias e soluções em áreas como *Mobile Banking*, *Mobile Payment*, *Self Bank*, etc.



No espaço de exposição da Prosonic, foram apresentadas as várias soluções da empresa para este mercado: os mais recentes recirculadores de notas CIMA e, acima de tudo, a nova linha de *Self Bank* das marcas Cima, CashDro e Glory – CashInfinity (ver páginas 2 e 3 desta newsletter).



OUTSOURCING DE SOLUÇÕES IT

A nova oferta de Soluções Comerciais e Serviços de Suporte Técnico ao utilizador final da Prosonic, permite aos clientes aumentar a eficácia da utilização dos meios tecnológicos disponíveis, minimizando as perdas de produtividade do seu pessoal causadas por problemas ou dificuldades na utilização corrente da sua infra-estrutura. Ao delegar na Prosonic a exploração dos seus sistemas de informação, o cliente poderá assim dedicar-se de forma exclusiva ao seu negócio, confiando nas nossas melhores práticas de IT – *Service Management* e numa equipa que possui competências técnicas nas mais diversas tecnologias usadas nos ambientes naturalmente heterogéneos das empresas.



Os profissionais da Prosonic estão qualificados nas seguintes áreas:

- *System Architectures*
- *Infrastructure Management*
- *System Administration*
- *Database Administration*
- *Networking and Security*
- *Desktop Management*
- *Incident Management*



DUAS MODALIDADES DE OUTSOURCING

O modelo de prestação de serviços é alinhado segundo as necessidades do cliente e pode ser prestado segundo uma óptica de **Outsourcing de Serviço** ou de **Outsourcing Funcional**.

No **Outsourcing de Serviço**, a gestão total deste é transferida, sem qualquer interrupção, para a Prosonic e esta assume a responsabilidade total pelo seu desenrolar e optimização, permitindo assim uma redução de custos para o cliente.

No **Outsourcing Funcional**, os recursos da Prosonic, com qualificações adequadas à função a desempenhar, são integrados na equipa do cliente complementando as suas valências. Esta estratégia permite que o cliente aumente temporariamente a sua capacidade produtiva, evitando, porém, os elevados custos de selecção e recrutamento de especialistas.

NOVO SITE PROSONIC

Foi sempre uma das preocupações fundamentais da Prosonic estabelecer uma comunicação simples, clara e eficaz, de modo a podermos responder a todas as questões, dúvidas ou solicitações que possam ser colocadas pelos nossos clientes.

Para a Prosonic, cada cliente poderá ser único, pelo que é fundamental que a nossa comunicação se efectue de uma forma simples, intuitiva e coerente.

De acordo com esta estratégia, reformulámos integralmente o nosso site com uma imagem gráfica completamente nova, muito clara e, acima de tudo, diferenciadora.

O novo site é actualmente uma ferramenta mais eficaz e que serve de forma perfeita todos os requisitos ou necessidades de consulta por parte de um mercado cada vez mais exigente.

No entanto, porque uma imagem pode valer mil palavras, não deixe de nos visitar em www.prosonic.pt.



PROSONIC PATROCINOU TORNEIO DE RUGBY JUVENIL KIKO ROSA

Nem o cancro, diagnosticado com apenas três anos de idade, tirou o ânimo a Kiko Rosa. Mesmo debilitado, nunca largou a sua modalidade de eleição... até à morte em 2009, com oito anos. A justa homenagem aconteceu em 14 de Maio.

“Se pudesse ser feita uma analogia entre aquilo que foi a curta vida do Kiko Rosa e um qualquer desporto, o *Rugby* seria sem dúvida o escolhido, não só pela paixão que nutria pela modalidade, mas também porque nela se incorporam uma série de valores que, de certa forma, se colam indelevelmente àquilo que foi a sua personalidade e forma de estar.”

Esta mensagem dos organizadores do Torneio de *Rugby* Juvenil Kiko Rosa mostra o significado que a modalidade teve na curta vida desta criança, que foi atleta do Belenenses.

Kiko morreu em 2009 com apenas oito anos de idade. Um cancro diagnosticado quando tinha três anos ceifou-lhe a vida, mas não o impediu de praticar a sua modalidade de eleição, muitas vezes debilitado, mas sempre com garra e empenho.



Os promotores da iniciativa salientam a “luta e vontade de vencer a doença, a camaradagem e espírito de equipa”, considerando que estas qualidades são “motivos suficientes para que lhe seja prestada uma homenagem”.

“VAMOS LÁ MALTA!”

E a homenagem aconteceu em 14 de Maio, no estádio do Restelo. Um torneio com o seu nome reuniu cerca de 700 jovens atletas de 48 equipas de escolas de formação portuguesas. Foi promovido por um grupo de pais e elementos ligados ao *Rugby* e contou com o patrocínio da Prosonic.

A Prosonic foi um dos patrocinadores do evento, no âmbito da sua política de responsabilidade social. Foi uma causa que sensibilizou bastante a empresa, mostrando que há situações de vida tão graves que só nos podem levar a relativizar os problemas e as dificuldades quotidianas de qualquer organização empresarial.

A equipa de Agronomia venceu nos escalões Sub 8 e Sub 10. A equipa Belenenses Azul levou a melhor no escalão Sub 12. Direito ganhou na modalidade *Sevens* do escalão Sub 14.

Este teria sido, sem sombra de dúvida, um motivo de orgulho para o Kiko – afirmam os seus pais, recordando o que ele tantas vezes dizia: “Vamos lá malta!”



PROJECTOR PANASONIC PT-LB3

Performance soberba, durabilidade e baixa exigência de manutenção. Pode ser usado para instalações fixas e como equipamento portátil, graças à sua dimensão (tamanho folha A4) e peso (2,3 kg).

O novo modelo de projector Panasonic PT-LB3 oferece uma *performance* e mobilidade extraordinárias, o que o torna ideal para várias utilizações – desde ambientes empresariais até à área do ensino.

Este modelo pode ser utilizado em salas de média dimensão, garantindo altos níveis de desempenho, devido ao longo ciclo de vida da lâmpada (5.000 horas) e ao Sistema Inteligente de Gestão de Energia, que permite o seu funcionamento em condições normais mesmo quando haja flutuações de energia súbitas.

Apesar de já poder ser considerado um equipamento para determinadas instalações fixas devido à sua *performance*, também pode ser utilizado como um equipamento portátil pelas suas dimensões compactas (tamanho folha A4) e reduzido peso (2,3 kg).



O modelo PT-LB3 possui um brilho de 3.200 *lumens* com resolução XGA, o que, aliado à nova tecnologia *Daylight View*, permite obter um avançado projector com elevada qualidade e brilho.



NOVA SÉRIE DE PROJECTORES PT-F400

A Panasonic lançou uma nova série de projectores para quem procura facilidade de utilização e conforto na manutenção, com a garantia de um brilho perfeito e duradouro e custos de exploração reduzidos.

Especialmente concebidos para instalações fixas permanentes e perfeitos para salas de média dimensão, os novos modelos PT-FX400 e PT-FW430 são a solução ideal para quem procura uma projecção de qualidade, sem a preocupação permanente pela conservação do aparelho, graças à tecnologia *Eco Filter* da Panasonic, resistente a poeira e com ciclos de manutenção longos de 12.000 horas.

Os níveis máximos de *performance* e durabilidade são totalmente conseguidos com o longo ciclo de vida da lâmpada (6.000 horas), a possibilidade de ligação em rede (LAN) e *Wireless* (WLAN), através de módulo op-

cional que permite a sua utilização sem comunicação por fios para múltiplos PCs.

O modelo PT-FX400 possui um brilho de 4.000 *lumens*, resolução XGA e imagem no formato 4:3, enquanto o modelo PT-FW430 tem um brilho de 3.500

lumens, resolução WXGA e já permite a projecção de imagens no formato 16:10.

