

EDITORIAL

EMPENHO, INOVAÇÃO E EXCELÊNCIA

Apesar das actuais circunstâncias do mercado, a Prosonic continua a apostar na melhoria contínua por forma a manter uma prestação de excelência e o seu carácter inovador.

Só com uma inovação constante conseguimos manter a oferta de soluções especializadas e que satisfaçam os requisitos dos nossos clientes e parceiros. Apresentamos nesta edição alguns exemplos deste empenho, inovação e excelência.

É o caso do fornecimento, instalação e manutenção técnica de soluções de vídeo-vigilância e de sistemas de detecção de incêndio para o Amoreiras Shopping Center, o primeiro verdadeiro centro comercial do País, que é gerido pela Mundicenter. Destacamos ainda o lançamento dos *toughbooks* Panasonic FZ-G1 e JT-B1, a última geração de *tablets* robustos.

Mas também continuamos a apostar nos nossos recursos humanos. Nesta edição destacamos o reforço dos quadros da Delegação do Porto e a reorganização das suas áreas de negócio.

Finalmente e apesar da conjuntura económica difícil do País, defendemos que as empresas devem ser sensíveis a causas sociais. Neste sentido, a Prosonic apoiou mais uma vez a organização do Torneio de Rugby Kiko Rosa, que já vai na terceira edição.

Trata-se de uma louvável iniciativa de homenagem ao atleta Kiko Rosa e que permitiu a mais de 800 jovens um dia de agradável convívio.

Direcção de Marketing



PROSONIC NA REMODELAÇÃO DAS INSTALAÇÕES TÉCNICAS DO AMOREIRAS SHOPPING CENTER

A abertura do Amoreiras Shopping Center, há 28 anos, despertou a curiosidade dos lisboetas, que logo aderiram ao novo conceito. A 'ida às compras' dos 'alfacinhas' mudou radicalmente. A Prosonic está envolvida na optimização dos sistemas de segurança deste centro comercial.

(Página 2-3)



PROSONIC REFORÇA DELEGAÇÃO NORTE

A Delegação Norte da Prosonic foi reorganizada e contratou dois responsáveis de áreas no início do ano, mantendo a aposta constante na formação. Os resultados já estão a ser visíveis no crescimento dos negócios.

(Páginas 4-5)



PROSONIC PATROCINA 3º TORNEIO KIKO ROSA

O mundo do rãguebi viveu este ano o Dia da Criança de uma forma diferente, reunindo mais de 800 jovens atletas até aos 14 anos de idade na 3ª edição do Torneio Kiko Rosa, ao qual a Prosonic voltou a associar-se.

(Página 7)



AMOREIRAS SHOPPING CENTER CONTINUA A ATRAIR UM PÚBLICO COSMOPOLITA E EXIGENTE

A abertura do Amoreiras Shopping Center, há 28 anos, despertou a curiosidade dos lisboetas, que logo aderiram ao novo conceito. A 'ida às compras' dos 'alfacinhas' mudou radicalmente. A qualidade consistente e a inovação constante são atributos que levam ao Amoreiras mais de 10 milhões de visitantes por ano.



Até meados da década de 1980, os centros comerciais em Portugal caracterizavam-se pela reduzida dimensão, um mix comercial pouco elaborado, espaços confinados, tristes e mal iluminados. Por regra, surgiam para rentabilizar espaços ociosos em edifícios habitacionais. E, acima de tudo, não dispunham de uma gestão centralizada.

Quando a Mundicenter abriu o Amoreiras Shopping Center, em 1985, os portugueses 'descobriram' que, afinal, um centro comercial poderia ser diferente do que até então conheciam. E responderam em conformidade.

Logo o Amoreiras se tornou na referência para compras dos lisboetas. E, porque não dizê-lo, do País.

O paradigma do centro comercial mudou, graças à Mundicenter. Passou a ser um empreendimento planeado, com um conjunto diversificado de lojas, liderado por marcas 'âncora', oferecendo uma maior harmonia entre espaços comuns e área comercial, luminosos, convidativos e atractivos, com corredores amplos. E uma gestão comum e profissional.

INOVAÇÃO E QUALIDADE

"Pedro Telo Gonçalves, director técnico da Mundicenter, sublinha: "A inovação foi sempre uma característica do Amoreiras Shopping Center desde a sua abertura, transformando o negócio do retalho em Portugal. Num espaço amplo, com características arquitectónicas marcantes, ali se concentrou uma área comercial, uma de



Pedro Telo Gonçalves

escritórios premium e outra de habitação de luxo.” Actualmente com 238 lojas e uma área bruta coberta de 45 mil metros quadrados, só em 2012 o Amoreiras recebeu 10,5 milhões de visitantes. Para se ter uma noção deste número, é como se todos os portugueses tivessem ido ao Shopping nesse ano...

O Amoreiras Shopping Center soube adaptar-se constantemente às novas realidades do sector e do País e à natural evolução dos hábitos do consumidor, como salienta Pedro Telo Gonçalves.

“Ao longo dos anos, este Centro transmitiu aos clientes a sua marca de qualidade, mantendo uma comunicação diferenciada para o exterior. A introdução de serviços inovadores – foi o primeiro shopping a ter Via Verde no parque de estacionamento – a oferta de lojas únicas num centro comercial, a criação de diferentes zonas de restauração e com produtos distintos tem-nos permitido continuar a atrair e satisfazer um público cosmopolita e exigente.”

SEMPRE A CRESCER

Esta capacidade da Mundicenter de inovar e gerir centros comerciais está também patente nos outros espaços que a empresa inaugurou depois do Amoreiras: Spacio Shopping (Olivais, 1995), Oeiras Parque (1998),

Braga Parque (1999), Strada Shopping & Fashion Outlet (Odivelas, 2003), Campus S. João (Porto, 2004) e Arena Shopping (Torres Vedras, 2007).

No total, os Shoppings da Mundicenter disponibilizam perto de um milhar de lojas e mais de 11 mil lugares de estacionamento e foram visitados no ano passado por quase 50 milhões de pessoas, qualquer coisa como a população de Espanha...

A estes espaços será acrescentado, ainda em 2013, o renovado Centro Comercial de Alvalade, com a comercialização e a futura gestão a cargo da Mundicenter.

PROSONIC OPTIMIZA SISTEMAS DE SEGURANÇA

As instalações técnicas do Amoreiras Shopping Center estão, há dois anos, a ser remodeladas, após um estudo e planeamento exaustivo, tendo como objectivo actualizar os sistemas de um edifício com 28 anos. No entanto, esta intervenção não é visível para os clientes, já que a Mundicenter tem mantido o Centro Comercial em pleno funcionamento.

“Para tal, foi necessário efectuar uma escolha criteriosa dos parceiros que conosco iriam desenvolver este trabalho” – garante Pedro Telo Gonçalves. No caso da optimização dos sistemas de segurança, a Prosonic foi a empresa seleccionada.

Este responsável explica que “o concurso foi lançado tendo como parâmetros de avaliação das propostas o potencial técnico e funcional das soluções, a flexibilidade das novas soluções perante os sistemas existentes, as marcas referenciadas pelo promotor, a experiência do instalador e o preço.”

“A Prosonic foi aquela que melhor compatibilizou na sua proposta todas as vertentes mencionadas, pelo que decidimos escolhê-la para realizar as empreitadas de segurança de vídeo vigilância e detecção de incêndio.”

Além do fornecimento e instalação das soluções, a empresa também garante a assistência técnica pós-venda. Tudo isto realizado fora do horário de funcionamento do Centro.

Pedro Telo Gonçalves destaca que “numa intervenção deste género torna-se necessário que os empreiteiros das várias especialidades apresentem uma boa capacidade técnica, facilidade de trabalho e relacionamento numa equipa multidisciplinar, flexibilidade para se adaptarem a alterações de percurso durante os trabalhos, disponibilidade para analisarem novas soluções e critérios rigorosos com vista ao cumprimento do planeamento e orçamento da obra.”

“A empresa Prosonic sempre contribuiu com os aspectos referidos para o sucesso da operação, pelo que avaliamos a sua prestação como bastante positiva” – conclui o director técnico da Mundicenter.

PROSONIC REFORÇA DELEGAÇÃO NORTE



É o investimento nas pessoas que marca a diferença em mercados tão competitivos como aqueles em que a Delegação Norte da Prosonic está envolvida. Com a contratação de responsáveis de áreas e a respectiva reorganização, no início do ano, assim como a aposta constante na formação, os resultados já estão a ser visíveis no crescimento dos negócios.

A Prosonic reforçou a equipa da Delegação Norte com a contratação, no início do ano, de dois profissionais com larga experiência: Albino Ribeiro – responsável da área de negócio DSI (Divisão de Sistemas Integrados) e Fernando Teixeira – responsável da área de negócio *Printing* e Soluções Informáticas.

A empresa procedeu também à reorganização destas duas áreas, quer a nível comercial quer técnico.

O investimento na formação mantém-se como vector fundamental para o crescimento do negócio, garantindo uma melhoria contínua das capacidades das equipas comerciais e técnicas.

“Só assim conseguimos responder àquilo que os clientes mais valorizam: tempo de resposta, qualidade técnica e preço” - defende Luís Silva, director da Delegação Norte há cinco anos.

“Esta aposta da empresa na Delegação Norte é estratégica e está a dar resultados, que se traduzem no alargamento da nossa carteira de clientes e no crescimento dos negócios” - destaca.

Nos primeiros quatro meses de 2013, em comparação com o pe-



Luís Silva

ríodo homólogo de 2012, a área de *Printing* e Soluções Informáticas regista um crescimento de 13% da facturação, enquanto na área DSI – Divisão de Sistemas se verifica um aumento de 17% nos contratos assinados e em produção.

DIVISÃO DE SISTEMAS INTEGRADOS

A Divisão de Sistemas Integrados absorveu três antigas áreas de negócios: segurança electrónica, integração de sistemas multimédia e telecomunicações

“Esta integração dá-nos a possibilidade de abordar o cliente numa perspectiva global, oferecendo-lhe um interlocutor único” – explica Albino Ribeiro.

Com a procura contínua das melhores tecnologias disponíveis no mercado e a representação das principais marcas de referência a nível internacional, a Prosonic consegue diferenciar-se no desenho de soluções inovadoras e completas, totalmente integradas.

“As grandes mais-valias da Prosonic são, precisamente, as marcas que representamos, de referência no mercado; as equipas comercial e de projecto que desenham as melhores soluções; e a equipa técnica que as implementa com comprovada eficiência” – aponta Albino Ribeiro.

Este responsável confirma que a estratégia está a dar bons resultados. “Este ano já ganhámos algumas obras relevantes e espero que haja alguma abertura do mercado em 2014 para melhor explorarmos o nosso potencial.”

ALBINO RIBEIRO

Responsável da área de negócio Divisão de Sistemas Integrados desde o início de 2013. Trabalha há mais de 20 anos na área da Segurança Electrónica e passou por várias empresas multinacionais do sector. Com 54 anos de idade, nasceu em Vila Nova da Barquinha, é casado, tem duas filhas.



PRINTING E SOLUÇÕES INFORMÁTICAS

A área de *Printing* e Soluções Informáticas aumentou as equipas de vendas e técnica, bem como a cobertura do território com o objectivo de crescer sustentadamente num negócio baseado no conceito *Managed Print Services* (MPS).

O MPS assegura a redução de custos; o fornecimento ao cliente de informação centralizada com facturação consolidada; manutenção proactiva do parque de equipamentos e de todos os serviços e aplicações de *software*; e, acima de tudo, uma optimização contínua do ambiente em toda a vida do contrato.

“Hoje, o cliente não compra o ‘caixote’ mas sim uma solução chave-na-mão associada à redução de custos. O que, cada vez mais, faz a diferença é o serviço” – salienta Fernando Teixeira.

“Os mais importantes *players* deste mercado disponibilizam boas soluções de *hardware* e de aplicações. A diferenciação está no *know-how* e nas pessoas capazes de fazer o acompanhamento, a implementação e a continuidade. A Prosonic tem estes recursos. Tem um serviço de excelência” – diz.

FERNANDO TEIXEIRA

Responsável da área de negócio Printing e Soluções Informáticas desde o início de 2013. Começou a trabalhar nesta área há 15 anos. Nos últimos sete anos, desenvolveu a sua actividade em consultoria de soluções documentais (MPS). Com 40 anos de idade, nasceu na Venezuela, é casado e tem dois filhos. Está a concluir a licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas.



PROJECTORES PANASONIC NO MAIOR ESPECTÁCULO 3D VÍDEO MAPPING EM PORTUGAL

OCUBO^o.com



A Praça do Comércio transformou-se numa tela multimédia gigante, com 150 metros de comprimento, nas noites de 28 a 31 de Março, para o espectáculo “Terreiro do Paço – a nossa praça”, criado e dirigido pelos artistas Nuno Maya e Carole Purnelle do ateliê O CUBO.

Esta foi a maior projecção 3D vídeo *mapping* alguma vez feita em Portugal. Através de técnicas de projecção a três dimensões e de uma plataforma interactiva *touchscreen* em tempo real, a fachada poente do Terreiro do Paço foi transformada num mural virtual gigante, alusivo aos temas da Páscoa e da Primavera.

Para o efeito, foi produzido um filme de 15 minutos construído com a colaboração de mais de 40 crianças de quatro escolas de Lisboa, que, através de vários *workshops*, desenvolveram técnicas de desenho, pintura, filmagens e plataformas participativas em conjunto com os artistas.

Para o espectáculo foram produzidos mais de 150 *giga-bytes* de filmagens e mais de 500 desenhos e pinturas. O filme animado daí resultante compreendeu 22 mil

imagens sequenciais adaptadas à fachada do edifício. A projecção, com uma potência superior a 125 mil *lumen*, foi acompanhada por uma banda sonora original do compositor Sylvain Moreau, difundida por um sistema de som com mais de 45 mil *watts* de potência. Foram utilizados neste espectáculo vários projectores Panasonic PT-EX16K, fornecidos pela Prosonic, que contribuíram para o sucesso da iniciativa.

O evento foi organizado pela Associação de Turismo de Lisboa em parceria com a Câmara Municipal e a EGEAC.

O ateliê O CUBO produziu os conteúdos, *workshops*, animações 2D e 3D, efeitos especiais, pós-produção, edição vídeo, programação interactiva, banda sonora e projecção do vídeo *mapping*.

PROSONIC PATROCINA 3º TORNEIO KIKO ROSA



O mundo do rúgubi viveu este ano o Dia da Criança de uma forma diferente, reunindo mais de 800 jovens atletas até aos 14 anos de idade na 3ª edição do Torneio Kiko Rosa, ao qual a Prosonic voltou a associar-se.

Kiko Rosa morreu em 2009, com apenas oito anos de idade, de cancro diagnosticado aos dois anos. Mesmo debilitado nunca largou o rúgubi, a sua modalidade de eleição, que praticou no Belenenses.

Este exemplo de dedicação e coragem levou um grupo de pais e elementos ligados à modalidade a homenageá-lo, lançando a ideia do torneio Kiko Rosa de Rúgubi Juvenil, que foi acolhida pelo seu clube de sempre.

A terceira edição realizou-se no Dia da Criança, 1 de Junho, no complexo desportivo do Belenenses. O sucesso da iniciativa já a elevou à condição de segundo torneio mais importante no escalão juvenil, ao qual a Prosonic se associa desde o início.

O torneio reuniu mais de 800 jogadores, dos Sub-8 aos Sub-14, em representação de 64 equipas de 19 clubes: Belenenses, Direito, Cascais, Escolinha de Rugby de São João da Talha, Técnico, Rugby Vila da Moita, CDUL, Agronomia, Clube de Rugby de Évora, Benfica, Sporting, São Miguel, Clube de Rugby de Setúbal, Montemor, Escolinha de Rugby da Galiza, Alcochete, Santarém, Ericense e Sintrense.

Foi um momento de convívio para atletas, famílias e adeptos da modalidade.

E também mais um exemplo do sentido de responsabilidade social da Prosonic.



Panasonic

ideas for life

TOUGHBOOK

PANASONIC EXPANDE FAMÍLIA DE TOUGHPADS ROBUSTOS

Já estão no mercado os primeiros *tablets* completamente ruggedized com ecrã de 10.1" *Windows 8 Pro* e ecrã de 7" *Android* para profissões que exigem mobilidade.

TOUGHPAD WINDOWS 8 RUGGED

O *toughpad* FZ-G1 é o primeiro *tablet* robusto com sistema operativo *Windows 8 Pro* lançado pela Panasonic. Foi concebido especificamente para profissionais que passam grande parte do tempo fora das suas organizações e que necessitam de ferramentas que lhes permitam elevada mobilidade e fiabilidade.

Trata-se da solução ideal para empresas com equipas técnicas a trabalhar no exterior, em sectores tão diversos como os dos Transportes, Retalho, Distribuição, Serviços de Emergência, Banca e Seguros.

Compacto e leve (pesa apenas 1,1 Kg), permite a utilização de todas as vantagens das funcionalidades do novo sistema operativo *Windows 8 Pro* e vem equipado com um processador de 3ª geração *Intel® Core™ i5-3437U vPro™*, 4 GB de memória RAM e um SSD de 128 GB.

É o primeiro *tablet* robusto a utilizar a última tecnologia IPS no ecrã *Capacitive Multi Touch* de 10.1" e caneta digitalizadora para recolha e gravação de assinaturas.



Este equipamento permite uma qualidade de visionamento excepcional para trabalho em ambientes exteriores e de grande luminosidade graças aos largos ângulos de visionamento, vidro fortalecido e anti-reflexo, rácio de contraste elevado (800 cd/m²) e resolução *Full HD* (1920x1200).

O *toughpad* FZ-G1 está certificado para resistência a quedas até 120 cm e protecção contra água, pó, terra e temperaturas extremas.

Tem uma autonomia até oito horas e já vem equipado com uma câmara *web* frontal HD 720p. Poderá ainda ter, como opcionais, uma câmara traseira de 3 MP auto-fócus e *flash* LED, GPS e *modem* 3G.

TOUGHPAD DE 7" ANDROID

O *toughpad* JT-B1 é o primeiro *tablet* robusto desenvolvido pela Panasonic com ecrã de 7" e sistema operativo *Android 4.0*.

Concebido para poder ser utilizado apenas com uma mão, é a solução ideal para sectores que exigem grande mobilidade.

Pesa apenas 544 gramas, tem um ecrã de 7" *Capacitive Multi Touch*, brilho de 500 cd/m², resolução WSGVA (1024x600) e vem equipado com uma câmara *web* frontal de 1.3 MP e câmara traseira de 13 MP com auto-fócus e *flash* LED.

Está certificado para resistência a quedas até 150 cm e protecção contra água, pó, terra e temperaturas extremas.

A bateria é de fácil acesso e pode ser mudada pelo próprio utilizador, tendo uma autonomia operacional até oito horas. Este equipamento tem Bluetooth® 4.0, Wireless LAN Bluetooth e *modem* 3G (opcional).

O JT-B1 tem pequena dimensão, mas foi construído com toda a robustez a que os utilizadores de *toughbooks* estão habituados.

