

ARTIGO

Condomínios digitais

Um cluster tecnológico como um condomínio é um verdadeiro oceano de oportunidades. Saber como explorar esse negócio é o desafio para os players do mercado

Por Armando K. Gessinger*

A última fronteira da convergência tecnológica é o condomínio digital. Nem país, nem cidade, nem bairro, mas sim, condomínios residenciais. Pequenos ou grandes, e cercados por segurança, esses conglomerados de habitantes, que coexistem em torno de regras e cultura própria, começam a demandar o mesmo modelo que grandes corporações já adotam há algum tempo: plataformas multiserviços.

Sim, o foco do condomínio digital não é a tecnologia em si, como se vê em muita publicidade por aí; mas são, sim, os serviços que serão demandados. Internet, comunicações fixas e móveis (dados, voz e imagem), segurança, energia, logística e entretenimento são alguns exemplos.

Os condomínios possuem, de forma consciente ou não, uma visão de autosuficiência: não obstante haver falhas nos sistemas de fornecimento de serviços, a infra-estrutura do condomínio é montada de tal forma que seus habitantes sintam o mínimo de efeitos dos eventuais problemas externos.

Costumo falar que o integrador de tecnologia é um cara muito atento às tendências de mercado, pois está sempre bastante próximo aos seus clientes. Ele percebe as vontades e as necessidades mais rapidamente que qualquer pesquisa de

mercado realizada por fabricantes (há exceções, é claro, como Steve Jobs, que enxergou o conceito de "hub digital" dentro de residências, mas ele é, sem dúvida, um caso à parte). Assim, é fácil perceber que o condomínio digital representa um ecossistema de tecnologias, fabricantes, integradores e prestadores de serviço que coexistem em torno de necessidades criadas pelo próprio mercado.

Nesse contexto, a plataforma tecnológica que alojar o máximo de serviços dentro de uma infraestrutura única, sendo competitiva em custos e eficiente, será logicamente uma vencedora. Mas não se deve esgotar a análise por aqui. Em um condomínio residencial, há pessoas, que estão lá quando não estão trabalhando... mas não apenas! Muitas delas trabalham lá, em regime de "home office". Então, o perfil tecnológico de um condomínio fechado é similar ao de uma corporação, não estando limitado a tal, no entanto.

O modelo de negócio de plataforma tecnológica em condomínios, tornado-os "digitais", não passa pela venda direta, salvo em raros casos; o player que tentar essa modalidade terá, certamente, muito trabalho e resultados aquém de sua expectativa. O cenário que começa a se mostrar mais claro é o de exclusivo fornecimento de serviços, e é justamente

esse modelo que torna mais rico o negócio: várias empresas parceiras cooperando no atendimento aos clientes. Um fabricante que customiza uma plataforma de comunicações unificadas, um integrador que a implanta e dá suporte, uma administradora que consolida e centraliza o fornecimento de serviços e efetua o faturamento. Isso traz aos clientes a tranquilidade que uma interface simples de negócio oferece - a administradora de condomínios é a provedora global de serviços.

No universo de tecnologia aplicada ao dia-a-dia das pessoas, um cluster tecnológico como um condomínio é um verdadeiro oceano de oportunidades. Saber como abordar e explorar esse negócio é o desafio que se apresenta ante os players do mercado. ■



Armando K. Gessinger é Engenheiro Eletricista com especialização em Redes e Internet, e MBA em Gestão de Telecom. Atualmente, é Diretor Comercial da AirWire. armando@airwire.com.br
airwire.com.br