

Inovação a partir de boas práticas é diferencial para empresas

Um dos maiores gastos do [Veduca](#) - um site que reúne centenas de aulas em vídeo de instituições como Universidade Harvard e Massachusetts Institute of Technology - é encomendar legendas em português para as lições gravadas. "Gastamos cerca de R\$ 1 mil reais por aula com o serviço de tradução", diz o fundador do Veduca, Carlos Souza.

No ano passado, Souza teve uma ideia - aproveitar as **legendas** para oferecer aos alunos um sistema de busca que localizasse o momento em que determinada palavra aparece. "Temos um conteúdo riquíssimo em mais de cinco mil aulas, que só eram categorizadas manualmente e por temas centrais, como matemática e filosofia".

Souza se inspirou no Google para levar sua ideia adiante. "A missão do Google é organizar as informações do mundo e torná-las globalmente acessíveis e úteis. A nossa é catalogar os vídeos pela ordem que cada aluno julgue mais interessante. Por enquanto, o Veduca conseguiu colocar no ar um sistema que lista as aulas na ordem em que o termo pesquisado é mais citado".

Numa busca pelo nome Barack Obama, por exemplo, aparece em primeiro lugar uma aula do **curso** de ciências políticas da Universidade da Califórnia, em que o presidente americano é citado 13 vezes. A ideia dos engenheiros e dos programadores do Veduca é continuar aperfeiçoando o **sistema** que organiza a listagem de aulas - num processo dinâmico parecido com o adotado pelo Google, que altera as regras de seu sistema de buscas mais de 500 vezes por ano.

"Estamos acrescentando critérios que organizam as aulas por outros tipos de relevância. Uma delas considera o histórico de pesquisas do aluno".

Em um mundo em que ficou extremamente difícil competir, é cada vez menos inteligente tentar ser criativo em tudo - e isso vale para empresas de todo tamanho. Nas últimas décadas, as empresas mais competitivas passaram a adotar técnicas de *benchmarking*. Elas consistem, basicamente, em identificar uma ou duas empresas que sejam excelentes num determinado aspecto e copiar ou adaptar as práticas que as tornam boas naquilo.

Um empreendedor interessado em melhorar a distribuição, por exemplo, deveria tentar compreender como os refrigerantes da Coca-Cola podem ser encontrados em um bar do beco de uma rua escondida. A **inovação** vem na hora de moldar a estrutura de uma ideia alheia ao negócio. "Há algumas vantagens em não ser pioneiro", diz o representante da consultoria Grupo S1m, Diogo Dutra.

Também pode ser interessante fazer *brainstorming* misturando ideias aparentemente desconexas. "Algumas inovações vêm de combinações que resultam em algo novo", diz Dutra.

Fonte: Exame