CROWDSOURCING

Crowdsourcing é um modelo de produção ou resolução de problemas que envolve o uso de contribuições e conhecimentos coletivos de um grupo diversificado de pessoas, geralmente obtidos por meio da internet. Esse método busca aproveitar a inteligência coletiva para realizar tarefas, obter informações, gerar ideias ou solucionar desafios de forma distribuída. Aqui estão alguns tópicos e sub tópicos relacionados ao crowdsourcing:

1. Crowdsourcing: conceitos básicos

1.1 O que é Crowdsourcing?

Crowdsourcing envolve a exploração de trabalho, informações ou opiniões de um grande grupo de pessoas que informam seus dados por meio da Internet, mídia social e aplicativos de smartphone.

1.2 Origem do crowdsourcing

O crowdsourcing nasceu em 2006, quando o jornalista e editor da revista Wired, Jeff Howe, cunhou e nomeou esse fenômeno em um artigo em junho do mesmo ano. No artigo, Howe expõe o conceito, ao mesmo tempo em que mostra como vêm ocorrendo as situações para que esse fenômeno ocorra.

Howe definiu o conceito como “a terceirização, por uma empresa ou instituição, de uma função desempenhada por um funcionário, para um grupo indefinido (e geralmente grande) de pessoas, por meio de uma chamada aberta.

2. Vantagens e Desvantagens do Crowdsourcing

As vantagens do crowdsourcing incluem economia de custos, rapidez e a capacidade de trabalhar com pessoas que possuem habilidades que uma equipe interna pode não ter. Se uma tarefa normalmente leva um funcionário por semana para ser executada, uma empresa pode reduzir o tempo de resposta para uma questão de horas dividindo o trabalho em muitas partes menores e dando esses segmentos a uma multidão de trabalhadores.

Vantagens:

Redução de custos para a empresa, já que não exige contrato.

Redução de esforços, já que a tarefa está sendo terceirizada.

Capacidade de inovar, pois os candidatos possíveis são ilimitados, assim como as suas ideias.

Maior objetividade por ter visões externas.

Eliminar barreiras de financiamento, permitindo a participação de terceiros nos projetos.

Desvantagens:

Salários fora do mercado são oferecidos.

Não existe relação de confiança com os executores das tarefas.

Possibilidade de perda da proteção da propriedade intelectual.

Pode haver discrepâncias entre os objetivos da empresa e a forma de trabalho dos executores.

Requer grandes incentivos para ser eficiente.

3. Exemplos de Crowdsourcing

3.1 Esse sistema colaborativo pode ajudar um empreendedor a solucionar questões internas e externas de sua organização, as quais antes só poderiam ser resolvidas com terceirizações de alto custo.

3.2 As empresas que precisam de alguns trabalhos feitos apenas ocasionalmente, como codificação ou design gráfico, podem terceirizar essas tarefas e evitar a despesa de um funcionário interno em tempo integral.

As empresas às vezes usam o crowdsourcing para avaliar o desempenho de várias pessoas no mesmo trabalho. Por exemplo, se uma empresa deseja um novo logotipo, pode fazer com que dezenas de designers gráficos montem amostras por uma pequena taxa. A empresa pode escolher um favorito e pagar por um pacote de logotipo mais completo.

4.Quais os benefícios do crowdsourcing?

4.1 Acesso à sabedoria coletiva

O crowdsourcing é o portal de acesso das empresas ao conhecimento de várias pessoas, que é muito mais valioso do que um grupo limitado de talentos.

4.2 Agilidade para vencer

O modelo de crowdsourcing é capaz de reunir grupos em torno de um objetivo comum por meio da conectividade, criando um ambiente de cooperação, coletivismo e proximidade.

4.3 Engajamento interno e externo

Um dos pontos centrais do crowdsourcing é seu poder de engajar clientes, colaboradores e demais públicos estratégicos por meio da sensação de pertencimento.

5. Empresas que utilizam crowdsourcing

5.1 Netflix

Voltando para a área de tecnologia, a Netflix utilizou a estratégia de crowdsourcing em 2012 para estimular o desenvolvimento de um algoritmo que melhorasse 10% o processo de sugestão de filmes entre a plataforma e usuário.

Apesar de ainda não ter implantado a ideia vencedora do concurso, a empresa utilizou os dados para melhorar seu serviço e assim conseguir aumentar ainda mais o número de visualizações dos filmes e séries de sua plataforma.

5.2 Nestlé

A maior empresa de alimentos do mundo, a Nestlé, já fez crowdsourcing de ideias para sua marca. A Nestlé queria um novo lanche que contivesse ingredientes naturais para que as mães soubessem que estavam oferecendo uma opção saudável para seus filhos. A Nestlé exigia que os participantes propusessem um produto totalmente novo, juntamente com a embalagem e a apresentação.

5.3 McDonald’s

Ao longo dos anos, o McDonald’s lançou uma série de concursos de crowdsourcing para “fabricantes de hambúrgueres” em muitos países diferentes. Uma das mais memoráveis e bem-sucedidas de todas foi a campanha “My Burger” na Alemanha. Para participar do concurso, os participantes usaram um configurador de hambúrguer online, com o qual podiam projetar e criar suas próprias versões de hambúrguer. A campanha gerou cerca de 330.000 variantes diferentes de hambúrgueres com nomes individuais.

6 Jeff Howe

Jeff Howe é um jornalista americano que cunhou o termo "crowdsourcing" em um artigo (2006) na revista Wired.

Em seu artigo, Jeff Howe descreveu como empresas, organizações e indivíduos podem aproveitar o poder da multidão para obter conhecimento, ideias e recursos. Ele argumentou que a internet e as tecnologias digitais permitiram a colaboração em massa de uma forma sem precedentes. Jeff Howe introduziu o conceito de crowdsourcing como uma forma de aproveitar a sabedoria coletiva da multidão para alcançar resultados mais eficientes e criativos. Sua ideia inspirou muitas iniciativas colaborativas e continua a influenciar a maneira como as pessoas abordam a solução de problemas e a tomada de decisões em um mundo cada vez mais compacto. Crowdsourcing pode assumir muitas formas, como concursos de design, plataformas de crowdfunding, coleta descentralizada de dados e trabalho de tradução. O princípio é envolver um grande grupo de pessoas com diferentes habilidades e perspectivas para compartilhar suas habilidades e conhecimentos em um projeto comum. Howe enfatizou que o crowdsourcing pode democratizar o acesso a recursos e oportunidades, permitindo que pessoas de todo o mundo participem e participem. Ele também enfatizou a importância de fornecer os incentivos certos e construir comunidades engajadas para garantir a participação contínua das pessoas.