

BENCHMARKING

Sumario

- 1. Introducció*
- 2. Concepto*
- 3. Características*
- 4. Más información*

1. Introducció

Es muy posible, aunque quizás no lo recordemos, que hayamos oído o leído en algún contexto empresarial la palabra *benchmarking*:

“El *benchmarking* es un proceso sistemático y continuo de evaluación de los productos, servicios y procedimientos de trabajo de las empresas que se reconocen como representantes de las mejores prácticas, cuyo propósito es la mejora organizacional” -M. Spendolini, 1992-

El objetivo de este informe es la introducción en la comprensión de esta herramienta de aprendizaje y cambio que utilizan cada vez más empresas para mejorar su competitividad.

2. Concepto

Benchmarking significa proceso de test en inglés y proviene de *benchmark* -punto de referencia-. Sus orígenes están en el campo de la geografía, ciencia en la que se utiliza para referirse a la manera como se mide el terreno, donde una marca en una roca, un muro o un árbol sirve como punto de referencia para establecer una posición o latitud que permita hacer lo que se denomina "levantamiento topográfico".

Fue en la década de los 50 cuando la clientela de las computadoras centrales empezó a utilizar este vocablo para establecer estándares básicos de desarrollo contra lo que una empresa proveedora potencial podría introducir en una oferta. En los 70, la palabra pasó a formar parte del vocabulario empresarial y a definirse como un proceso de medición mediante el que se hacen comparaciones entre empresas. Finalmente, en 1989, Bob Camp, inventor del *benchmarking* como técnica empresarial, le dio el significado definitivo como resultado de la comprensión de las mejores prácticas.

3. Características

En el *benchmarking* hemos de distinguir 4 componentes:

Evaluación: el primer objetivo del *benchmarking* es evaluar un proceso. Al evaluar un punto de referencia, se pone la orientación en una práctica comercial o un proceso de trabajo, y es que tan solo se conseguirán mejoras en una organización realizando ajustes en los procesos actuales.

Continuidad: el *benchmarking* requiere mediciones continuas, ya que la empresa competidora no se quedará estancada esperando a que nuestra empresa la atrape.

Mejores prácticas: el *benchmarking* se fija en las actividades más exitosas de nuestra competencia. No se trata de un simple análisis de la competencia, sino que va más allá: lo importante no sólo es el producto o servicio, sino también el proceso, sin tener en cuenta si se desarrolla dentro o fuera de la propia empresa.

Mejora: la finalidad principal del *benchmarking* es trasladar la información obtenida, lo que se ha aprendido, a nuestra empresa con una clara vocación de mejora.

✓ ¿Qué es y qué no es el *Benchmarking*?

Según Ruben Robert Rico, el *benchmarking* “es un proceso metodológico de evaluación competitiva que facilita, a partir de la identificación de las mejores prácticas, la determinación del qué, el cómo y el por qué se obtienen desarrollos superiores, convirtiéndose de esta manera en una herramienta de aprendizaje y cambio rápido y mejor que el de los competidores”.

En todo este proceso se diferencian tres momentos: el análisis de cómo lo hace nuestra empresa, el análisis de cómo lo hacen las mejores empresas y la adaptación de los resultados/la información a nuestros procesos

✓ Por lo tanto, no es *benchmarking*:

- Realizar encuestas, dado que estas fijan su atención en los resultados finales y no en los procesos ni en las causas que originan estos resultados.
- El análisis competitivo, ya que esta técnica fija su atención en aspectos comerciales.
- Copiar, ya que los resultados/la información se rediseñan en función de nuestros recursos, objetivos y estrategias.

✓ ¿Por qué es tan importante el *benchmarking*?

El *benchmarking* es importante para mejorar la orientación de nuestra empresa hacia el cliente. Y eso reclama mejoras en la productividad, en la calidad, en los tiempos y en el *know how*, para obtener así una ventaja competitiva respecto a las empresas competidoras que permita satisfacer mejor las necesidades de la clientela.

4. Más información

- ✓ Monografias.com: *Benchmarking*.
<http://www.monografias.com/trabajos10/bench/bench.shtml>

Elaborado a partir de las siguientes fuentes de información:

- *Secretaría de Economía del Gobierno de México. "Evaluación de indicadores de competitividad" : www.contactopyme.gob.mx*
- *Monografias.com. Benchmarking : www.monografias.com/trabajos10/bench/bench.shtml*

El Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Catalunya y Barcelona Activa SAU SPM velará para asegurar la exactitud y fidelidad de esta información y de los datos contenidos en los informes.

Estos informes se publican para proporcionar información general. El Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Catalunya y Barcelona Activa SAU SPM no aceptará bajo ninguna circunstancia ninguna responsabilidad por pérdidas, daños y perjuicios o cualquier decisión empresarial basada en datos o información que se puedan extraer de este informe.