

BENCHMARKING

Mario Humberto Salvador JUNIOR¹
João Cezário Giglio MARQUES²

O Benchmarking é um processo de pesquisa que permite aos administradores realizar comparações de processos e práticas "companhia-a-companhia" para identificar o melhor do melhor e alcançar um nível de superioridade ou vantagem competitiva. Ao contrário de outras ferramentas de planejamento, o Benchmarking encoraja as companhias a procurar, além de suas próprias operações ou indústrias, por fatores-chave que influenciem a produtividade e os resultados. Essa filosofia pode ser aplicada a qualquer função, o que geralmente produz melhores resultados quando implementado na companhia como um todo. Durante a última década, o benchmarking tem produzido resultados impressionantes em companhias como a Xerox, a Ford e a IBM. A competitividade mundial aumentou acentuadamente nas últimas décadas, obrigando as empresas a um contínuo aprimoramento de seus processos, produtos e serviços, visando oferecer alta qualidade com baixo custo e assumir uma posição de liderança no mercado onde atua. Na maioria das vezes o aprimoramento exigido, sobretudo pelos clientes dos processos, produtos e serviços, ultrapassa a capacidade das pessoas envolvidas, por estarem elas presas aos seus próprios paradigmas. O benchmarking surgiu já no final do século XIX com o trabalho de Frederick Taylor sobre a aplicação do método científico de empresa estimulou a comparação de processos de trabalho. Durante a Segunda Guerra Mundial, tornou-se prática empresarial comum para as empresas, se compararmos as outras a fim de determinar padrões para pagamento, cargas de trabalho, segurança, higiene e outros fatores no âmbito. O termo benchmarking competitivo surgiu com a empresa Xerox Corporation em 1979 quando a mesma discutia sobre a lacuna que havia detectado em relação aos seus concorrentes. Indicadores foram identificados em áreas tais como custo de produção, tempo de ciclo, preços de venda a varejo, características do produto, entre outros, e depois esses indicadores foram comparados em relação aos seus principais rivais do mundo. O benchmarking surgiu como uma necessidade de informações que estão sendo usadas em situações similares por outras organizações e que podem vir a melhorar o desempenho de processos. A técnica de benchmarking visa, portanto, o desenvolvimento de estudos que comparem o desempenho com a concorrência e com referenciais de excelência, objetivando o atingimento de uma posição de liderança em qualidade. O benchmarking é um processo contínuo, por isso para assumir a liderança do mercado, é necessário considerar essa técnica de maneira contínua de medição e de implementação de melhorias. A meta do benchmarking é aprender como as outras organizações executam processos de negócios críticos para que possamos alavancar resultados excelentes, aumentando a nossa competência e competitividade.

Palavras-Chave: Pesquisa. Benchmarking. Tecnologia. IBM. Empresas.

¹ Discente do 6º termo de Sistemas de Informação das Faculdades Integradas "Antônio Eufrásio de Toledo" e bolsista do projeto "Coleta de Preços e Índice de Preços Toledo".

² Docente e Supervisora do Projeto de Extensão "Coleta de Preços" das Faculdades Integradas "Antônio Eufrásio de Toledo". E-mail: malu@unitoledo.br.