

BENCHMARKING COMO ESTRATEGIA EN LAS ORGANIZACIONES

BENCHMARKING AS A STRATEGY IN ORGANIZATIONS

 Ronaldo Rancel Chavez Manayalle^{1a}

 Alexa Jamilet Fernandez Coronel^{1b}



Fecha de recepción : 11/05/2023
Fecha de aprobación : 13/06/2023
DOI : <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2483>

Resumen

En la presente revisión sistemática, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la estrategia del Benchmarking en las organizaciones de diferentes rubros y países, con el fin de analizar y comprender los beneficios y la importancia que genera a las empresas si éstas son utilizadas. Respecto al marco metodológico, se analizaron 50 revistas de las bases de datos especializadas de Dialnet, Redalyc, Scopus, Repositorio UCV, Mendeley y Researchgate. A partir de los resultados se logró sintetizar la evidencia científica de los artículos recolectados en dos puntos fundamentales identificados, los cuales fueron evaluación comparativa y estrategia. De acuerdo con esto se determinó que el Benchmarking o evaluación comparativa se debe tomar como alternativa para obtener información sobre la calidad de servicio de su organización. Luego, para lograr un buen proceso en la empresa se obtiene mediante la información útil que ayude a mejorar la estrategia de una empresa, dicha información se logra examinando las conductas y actuaciones de las organizaciones mejor reconocidas. No se trata de copiar las ideas de los competidores, si no de aprender de ellos y en base a ello crear la máxima eficiencia dentro de su empresa, para que tengas la oportunidad de compararse con las mejores organizaciones.

Palabras clave: Evaluación comparativa, beneficios del benchmarking, ventajas y desventajas, América Latina.

Abstract

In this systematic review, an exhaustive analysis of the Benchmarking strategy in organizations from different industries and countries was carried out in order to analyze and understand the benefits and the importance it generates for companies if they are used. Regarding the methodological framework, 50 journals from the specialized databases of Dialnet, Redalyc, Scopus, Repositorio UCV, Mendeley and Researchgate were analyzed. From the results, it was possible to synthesize the scientific evidence of the articles collected in two fundamental points identified, which were comparative evaluation and strategy. Accordingly, it was determined that Benchmarking or comparative evaluation should be taken as an alternative to obtain information about the quality of service of your organization. Then, to achieve a good process in the company is obtained through useful information that helps to improve the strategy of a company, such information is achieved by examining the behaviors and performances of the best recognized organizations. It is not about copying the ideas of competitors, but to learn from them and based on this create maximum efficiency within your company, so you have the opportunity to compare yourself with the best organizations.

Keywords: Benchmarking, benefits of benchmarking, advantages and disadvantages, Latin America.

¹Universidad César Vallejo – Chiclayo, Perú

^aAdministración de empresas, <https://orcid.org/0000-0001-6961-2652>, e-mail: cmanayaller@ucv.edu.pe

^bAdministración de empresas, <https://orcid.org/0000-0002-4250-0367>, e-mail: afernandezco@ucv.edu.pe

1. Introducción

Debido a la globalización y a un mundo cambiante, las empresas son cada vez más competitivas, estas deben actualizarse constantemente y actualizarse día a día, para que así puedan adaptarse al cambio y sobresalir en situaciones de crisis para mejorar entre sí. Para que las compañías puedan desarrollarse y evolucionar en el mercado cambiante, deben ser capaces de estar alertas al mismo cambio, ya que estos son muy rápidos y afecta significativamente a todo lo que la empresa vende, como puede tener éxito, cuáles son sus competencias y capacidades; el elemento fundamental del planeamiento estratégico empresarial es detectar los mínimos cambios y ver cómo pueden influir en sus empresas y desde ahí crear las estrategias óptimas.

Según Chancafe, M. (2020), señala que: “El Benchmarking es una técnica y/o estrategia utilizada ampliamente por las organizaciones cuya finalidad es optimizar sus procesos, resultados y desempeño”. Desde esta perspectiva, el benchmarking ha demostrado ser una estrategia útil ya que te permite destacarse en el mundo empresarial y convertirte en un líder superándote a ti mismo, tanto en el proceso, como calidad y productividad. Vale la pena señalar que algunas empresas tienen más influencia debido al crecimiento del mercado, la manera en que llevan a cabo sus actividades de manera diferente a sus competidores directos, o el crecimiento de la propia competencia sobre esta base de que estas empresas se ven impulsadas a adoptar sus propios métodos, estrategias y tácticas para tener éxito.

A diferencia del autor Viegas et al. (2018) en la cual también infiere en el Benchmarking lo que lo define como: “Un proceso continuo de evaluación de productos, servicios o prácticas de gestión para determinar qué se implementa mejor para lograr los objetivos previstos”. Hay que mencionar, además que, para algunas PYMES, la estrategia de benchmarking puede consumir recursos humanos y demasiado tiempo, pero hacer un análisis DAFO, sobre algunos puntos que son interesantes de mejorar en la empresa puede ser una técnica eficaz, procesos de recopilación y análisis de datos.

La clave es aplicar los resultados con menos esfuerzo analizando por qué se hizo de manera diferente y en base a ello las empresas puedan implementar el benchmarking en todas sus formas porque requiere una visión a largo plazo y condiciona a identificar el objetivo o necesidad principal de la organización.

Benchmarking establece metas aprendiendo de otros utilizando estándares externos y objetivos, y también es "aprendizaje" relacionado con "aprender de otros". De hecho, el aprendizaje es un valioso modelo de gestión estratégica y competitiva que proporciona un enfoque disciplinado y lógico para comprender y evaluar objetivamente las fortalezas y debilidades de una empresa (Betancourt y Franco, 2018).

En ese sentido, la calidad es una prioridad que deben tener en cuenta las organizaciones actuales porque de ella depende la fidelidad del cliente hacia el producto o servicio vendido. La satisfacción del cliente decide quedarse con una organización y crear un sello de identidad o cambiar a otra que crea que ofrece una mejor calidad de servicio. Es por ello que las herramientas del benchmarking son aquí los mejores aliados de estas organizaciones.

Sin embargo, Nitsche et al. (2019), indica que: “El benchmarking es un enfoque que consiste en comparar las propias acciones en un determinado campo con la acción de otros con el objetivo de lograr un mejor desempeño”. No obstante, muchas de estas organizaciones no reconocen la utilidad que brindan la estrategia del benchmarking para la identificación de sus propias deficiencias y optimización de sus recursos, ya que en ellos desconocen información de la existencia de esta herramienta, lo que se traduce en un desempeño deficiente de sus procesos comerciales en comparación con los de otros jugadores importantes en el mercado.

Sin duda, para que el Benchmarking sea realmente útil y procesable para la organización se debe regir en 7 pasos muy indispensables que no se debe pasar por alto: 1). Establecer las funciones a examinar; 2). Distinguir variables de trabajo y recaudación de datos; 3). Elegir las empresas o instituciones pertenecientes a la misma categoría o de su mismo rubro; 4). Comparar, definir programas y medidas para cumplir y superar las prácticas existentes; 5). Aplicar métodos; 6). Monitorear y 7). Recalibrar (Vegas, H. 2019).

Este trabajo, por tanto, pretende determinar la utilidad del benchmarking como un plan de mejora empresarial, con el fin de analizar las distintas perspectivas de conceptos de diferentes autores sobre el benchmarking; conocer el valor de la organización y qué ganará esta con el uso de la estrategia ya antes mencionada, la determinación de su fase de aplicación, finalmente, se profundiza en los factores clave de éxito y los potenciales beneficios que puede aportar a la competitividad de una empresa. La importancia de esta investigación, por tanto, radica en que puede profundizar en el conocimiento que subyace a su aplicación en el mercado laboral de todas las organizaciones de una u otra forma puedan reproducirse y aplicar algunas de las acciones con el fin de captar al público y reconquistarlo.

Con base en lo anterior, este artículo de revisión explora los principales aspectos que dan sentido a las estrategias de benchmarking, el potencial para el desarrollo de estrategias de Benchmarking en el Perú y las implicaciones de incorporar estrategias de Benchmarking en las estrategias de las grandes empresas y microempresarios. beneficios.

En las realidades actuales, la capacidad de adaptarse a nuevos tipos de negocios es uno de los grandes retos que luchan las grandes organizaciones y los gerentes no deben pasarlo por alto. En este entorno, las organizaciones necesitan ir más allá de sus puntos críticos y mantenerse por delante de la competencia. A este respecto, se formuló como objetivo general, Analizar el impacto del Benchmarking como estrategia en las organizaciones; por otro lado, en específicos, Analizar la importancia y los beneficios del Benchmarking en las organizaciones, por consiguiente, Determinar en qué ayuda el Benchmarking al ser aplicado por las empresas.

2. Material y métodos

De acuerdo al tipo de estudio de esta investigación actual, es parte de una revisión sistemática que requiere una investigación rigurosa y cuidadosa, incluida la identificación, evaluación y breve síntesis de la evidencia disponible en la literatura sobre el Benchmarking en las organizaciones.

Por otro lado, en el proceso de recolección de la información, de acuerdo con la naturaleza del estudio, se realizó una indagación en las bases de datos especializadas como Mendeley, Scopus, Redalyc, Dialnet, Repositorio UCV, Repositorio UNESUM, Researchgate, Repositorio UPAO, Repositorio ULADECH, Repositorio USTA y Repositorio UNACH. La búsqueda se realizó en base a palabras clave, relacionadas con las variables investigadas. Dicho mecanismo se fundamenta a continuación:

Scopus: “Evaluación comparativa”, “Empresas actuales”, “Líderes”.

Mendeley: “Mejora de procesos”, “Competencia”.

Redalyc: “Produtividade”, “Administração”, “Sustentabilidade”, “Competitividad”, “Benchmarking”.

Dialnet: “Benchmarking en las empresas”, “Mejores prácticas”.

Repositorio UCV: “Benchmarking interno”, “Calidad”, “Innovación”, “Capacitación”, “Desempeño”.

Repositorio UNESUM: “Tipos de benchmarking”

Researchgate: “Benchmarking interno y externo”

Repositorio UPAO: “Ventajas del Benchmarking”, “Desventajas del Benchmarking”

Repositorio ULADECH: “Estrategia benchmarking”

Repositorio USTA: “Benchmarking competitivo”, “Benchmarking Genérico”, “Benchmarking Funcional”.

Repositorio UNACH: “Origen del Benchmarking”, “Beneficios”, “Calidad”.

Por ello, en este capítulo se describen los resultados generados a partir de una revisión de 50 trabajos sobre el Benchmarking como estrategia en las organizaciones de los países de América Latina, y se presentan los resultados según los criterios de selección determinados en la metodología.

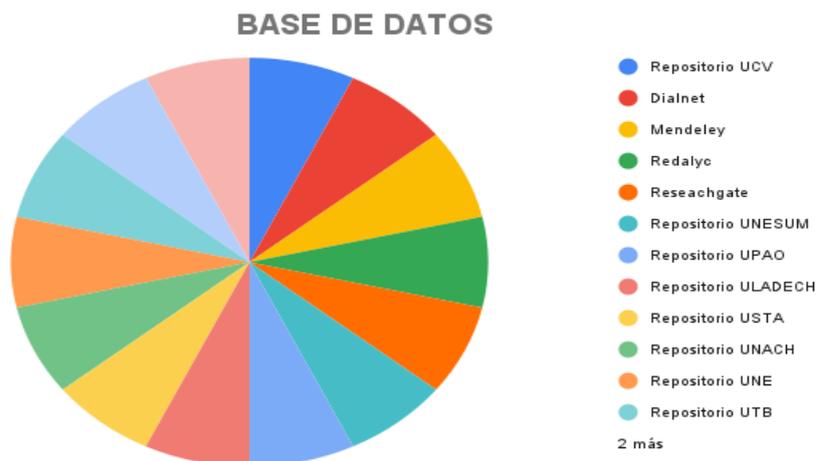


Figura 1. Porcentaje de artículos según la base de datos.

La figura presenta el número total de artículos localizados en quince bases de datos relevantes, y los resultados señalan que la base de datos de Repositorio UCV es la que tiene mayor número de artículos, representando el 28% del total, mientras que Scopus ocupa el segundo lugar con el 22%. Los porcentajes de los repositorios UNESUM Y UNACH son bajos en comparación con los demás (4% respectivamente), sin embargo, UNESUM, Dialnet, Mendeley, Researchgate, UPAO, USTA, UNE, UTB, USIL, UDEC, se encuentran aún más bajo en equiparación con los demás contando solo el (2% en el orden dado), siendo ULADECH Y Redalyc las siguientes con 14% y 10% respectivamente. Esto puede indicar que la mayoría de los artículos se encuentran en bases de datos regionales o especializadas en ciencias sociales y humanidades, mientras que las bases de datos de carácter más general y que abarcan un amplio espectro de disciplinas y temáticas, como lo son el caso de USIL, UNE, Y UTB, tienen una menor proporción de artículos relacionados con la temática del presente estudio.

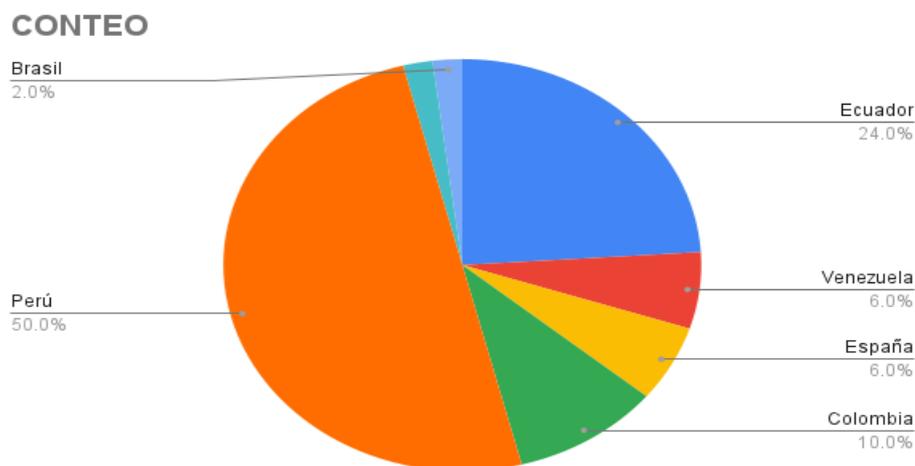


Figura 2. Porcentaje de artículos según el País.

La figura representa los resultados de búsqueda y el recojo de información por países que se realizó, encontrándose Perú (50%), seguidamente Ecuador (24%), Colombia (10%). Seguidamente se encuentra Venezuela y España con un (6%) y finalmente Brasil (2%). Es importante destacar que la mayoría de los artículos se han publicado en los últimos años, lo que sugiere que el tema del Benchmarking en América Latina está ganando cada vez más relevancia en la comunidad académica y mundo empresarial. Además, la mayor presencia de los artículos en Repositorio UCV, Scopus y Redalyc puede deberse a que son bases de datos de acceso abierto y, por tanto, más accesibles a investigadores e instituciones de la región.

Por otro lado, se utilizaron como materiales para desarrollar la investigación computadoras portátiles, libros y mesas de análisis. El método utilizado fue partir del análisis desde aspectos

generales para llegar a hechos específicos a través de las conclusiones de diversas investigaciones en el sentido de verificación.

Los análisis del estudio se realizan utilizando guías analíticas para cada artículo científico utilizado. Los principales resultados y conclusiones fueron analizados de acuerdo a las variables presentadas. Hicieron una contribución importante a la discusión de los resultados de varias investigaciones y las conclusiones generales de cada autor, y analizaron las discrepancias y similitudes entre ellos. Extraer conclusiones generales que contribuyan a la consecución de los objetivos planteados. La ética de la investigación respetó los nombres de los autores de los estudios utilizados y todos los autores individuales fueron citados en estilo APA.

3. Resultados.

Aproximaciones conceptuales del Benchmarking

Según Bustamante, R. (2021): “Es ahora una estrategia muy importante para las empresas, cuyo propósito es mejorar los procesos y su excelencia. Sin embargo, se ha observado que muchas organizaciones no reconocen su utilidad en la identificación de problemas”. Es decir, nuestras propias deficiencias nos impiden aprender de nuestra competencia y, en consecuencia, nos obstaculizan adoptar tecnologías que nos apoyen a mejorar y perfeccionar los recursos que poseemos y en la cual podemos enriquecernos.

Briones et al. (2021), se refiere a cerca de las ventajas y desventajas que se lleva a cabo el aplicar la estrategia del Benchmarking, en la cual detalla las siguientes:

Ventajas del Benchmarking: Esta es una gran estrategia en la cual permite mejorar continuamente ya que proporciona información esencial para la empresa, necesita validar continuamente los procesos de trabajo y los de otras empresas e identificar continuamente oportunidades de mejora. Por otro lado, también ayuda a predecir las tendencias del mercado e investigar a corto plazo la eficacia de estrategias similares practicadas por otras organizaciones. Lo cual permitirá establecer metas específicas que sean alcanzables con el tiempo y finalmente permitirá conocer nuestra posición relativa frente a empresas del mismo sector, evitando así los estancamientos y ofrecer alternativas de soluciones diferentes.

Desventajas del Benchmarking: Es un proceso complicado y requiere mucho esfuerzo para ser exitoso. Así mismo, este no es el proceso elegido cuando se indagan asuntos habituales de importancia leve y moderada. Por lo cual debe reservarse para asuntos de vital importancia. Esto puede proceder a que las estrategias se copien y se apliquen incorrectamente a nivel interno, por lo que requiere una capacitación especial para los empleados que puedan ejecutar sin ningún inconveniente.

En cuanto a los tipos del Benchmarking los autores Niz & Rodríguez (2015, como se citó en Rodríguez, 2021) el Benchmarking se divide en dos bloques, en donde el primero está relacionado con el:

Benchmarking interno: Se realiza cuando una empresa busca las mejores prácticas en su campo comparando parámetros implementados en distintas áreas de una misma organización. Se trata de hacer un análisis exhaustivo desarrollado dentro de nuestra misma organización, en la cual consiste en equiparar diferentes representaciones, franquicias o divisiones de la empresa; por extraño que parezca, este es un enfoque interno que permite analizar operaciones e identificar áreas en la cual se debe mejorar.

Benchmarking externo: En todos los aspectos de la competición que nos parezcan interesantes, podemos proponer un plan de ajuste de nuestras actuaciones. Se incluyen tres subtipos, el competitivo, el cual trata de comparar los estándares de su organización con los de sus competidores directos; Genérico, trata de comparar el nivel de desempeño de su organización con las organizaciones de mejor desempeño en el mundo, independientemente de la industria o el mercado, y por último el funcional en la cual se pueden identificar el curso de acción más exitoso de otros (sean competidores o no), pero también pueden ser vistos como líderes en su 'área de interés particular'

Aspectos fundamentales para el uso del Benchmarking como estrategia

Willmington et al. (2022), en su investigación con la contribución del Benchmarking a la mejora de calidad a la salud se encontraron una evidencia positiva en el uso de dicha estrategia, lo que se logró demostrar que esta es una estrategia y/o herramienta valiosa para identificar las fortalezas y debilidades en las jerarquías del sistema de salud. Los resultados de la investigación logran demostrar que el Benchmarking se ha utilizado en diversas industrias y disciplinas como un método, por ende, proporciona para la mejora continua de la calidad. Aunque hay varias definiciones y taxonomías de benchmarking en la literatura internacional, todas comparten un tema común definido como 'proceso'. Medición continua de nuestros productos, servicios y prácticas frente a nuestros competidores más cercanos o empresas que consideramos líderes en la industria

De acuerdo con el estudio de Quezada et al. (2019), enfatiza que el posicionamiento y reputación de la educación superior requiere de herramientas técnicas empresariales de desarrollo estratégico que puedan estar alineadas con la mejora continua para alcanzar la excelencia. Para ello se puso en práctica la estrategia del Benchmarking que permite a la Universidad Técnica Particular de Loja "UTPL" estudiar el mercado para desarrollar una estrategia para establecer una posición respetada y de liderazgo en comparación con otras universidades. Es importante que la UTPL pueda ejecutar la implementación de la estrategia del Benchmarking para entender sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en comparación con sus competidores. Esto permitirá mantenerlos actualizados y establecer una posición en el mercado a través del proceso de planificación estratégica. Y ser la mejor universidad del Ecuador.

En Síntesis, estos hallazgos destacan la importancia de abordar los aspectos fundamentales del uso del Benchmarking porque estamos en un mundo competitivo en donde las empresas deben compararse con las mejores del mercado para obtener una ventaja en áreas fundamentales ya que permite reducir alguna posible desgracia, para ello se deben optar realizar un análisis exhaustivo de las condiciones del mercado y las amenazas ambientales, esta estrategia permite a las empresas ser más reflexivos de los riesgos a los que pueden estar expuestas y desarrollar planes de contingencia que puedan gestionarlos mejor.

Sin embargo, en Ecuador Fajardo et al. (2021), en su investigación: "El Benchmarking como herramienta para el logro de calidad y eficiencia ante la burocratización mecanizada en los servicios de las instituciones". Tuvo como problema principal que la deficiencia en la regulación interna conduce a procesos burocráticos, para ello determinaron cómo los procesos burocráticos impactan al consumidor del servicio en términos de duración, valor y beneficios, logrando utilizar herramientas de estrategias benchmarking para identificar indicadores de propuestas de mejora frente a la burocracia técnica. Como resultados obtuvieron que la insatisfacción es moderadamente alta, señalando que los establecimientos públicos necesitan una reestructuración e innovación urgentes en comparación con las instituciones privadas.

A su misma vez, Luzuriaga et al, (2021) en su investigación titulada "Modelo general de procesos para empresas ensambladoras como estrategia de referencia para la toma de decisiones", enfrentó el problema en donde las empresas en un mercado exigente necesitan gestionar sus desarrollos de forma eficaz y apropiado para rivalizar en la industria y alcanzando la satisfacción del cliente. La creación de un modelo general del proceso de montaje, un modelo de gestión basado en los subprocesos operativos, estratégicos y de apoyo comunes que se efectúan en las compañías de montaje, donde el estudio toma como referencia el trabajo previo. Tres casos de estudio que permiten dibujar modelos en herramientas basadas en gestión de procesos de negocio, métodos BPM y resultados validados a través de procesos de ensamble, estrategia y soporte para productos relacionados y no relacionados. Adaptado de la literatura para mostrar que los patrones generados por el proceso pueden tener hilos comunes y diferentes. Estas comparaciones permiten el análisis y la creación de ideas para mejorar el proceso de ensamblaje, y se concluye que estas comparaciones permiten el análisis y la creación de ideas para mejorar el proceso de ensamblaje.

De igual forma, en Colombia, Martelo. R. et al. (2019), es su investigación titulada: "Determinación del Perfil Profesional de los Estudiantes de Pregrado Aplicando la Técnica del Benchmarking", teniendo como problema principal los egresados incompetentes, para ello realizaron la determinación del perfil profesional para estudiantes de pregrado en instituciones de educación superior; por lo que aplicaron la estrategia del Benchmarking y el diagrama de causa-efecto. Como resultado obtuvieron que mediante lo aplicado les admitten involucrar a los investigadores principales y personal

relevante en la definición de perfiles profesionales para brindar mayor conocimiento e influencia para implementar cambios en los procesos. Llegando a la conclusión que mediante las estrategias este modelo ofrece soluciones innovadoras basadas en la investigación de pautas y métodos estandarizados utilizados en la competencia.

Sin embargo, en el mismo año de dicho País también se realizó una investigación, en ellos difieren los autores Betancourt, B., y Franco, A. (2019) con el título de “Benchmarking competitivo con cuatro empresas de la industria porcina”. La justificación de este estudio es que la industria porcina necesita identificar los factores de éxito para introducir mejoras en áreas donde las empresas tienen un desempeño deficiente. Estas propuestas apuntan a fortalecer la cadena productiva, la productividad de los procesos empresariales y la calidad de los productos. Por tanto, el benchmarking nos permite formular las siguientes hipótesis de mejora para la industria porcina: El benchmarking como modelo de gestión permite a las empresas del sector porcino identificar las mejores prácticas, aprender de los principales actores, diseñar estrategias competitivas e implementar planes de mejora. Los resultados de este estudio se compararon en cuatro empresas de la industria porcina del Valle del Cauca (Colombia), aplicando una metodología descriptiva exploratoria con enfoques cualitativos y cuantitativos utilizando fuentes primarias y secundarias. Llegando a la conclusión que una buena logística de compras, alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores y una buena gestión de la distribución son claves para reducir los costes de producción. Por lo tanto, es posible aumentar las ganancias y utilidades de la empresa. Desde una perspectiva de gestión, es importante tener conocimientos de gestión y el uso de estrategias del Benchmarking en temas específicos de la industria porcina.

Por tanto, en España, Díaz et al., (2020) en su investigación titulada "Mejorar la sistematización del benchmarking en los servicios públicos de salud", su objetivo general es promover la sistematización del benchmarking para la gestión de mejora continua, identificación de indicadores y reporte de resultados por parte de las organizaciones de salud. La estrategia del Benchmarking para una mejor comparación con la gestión de la calidad encontró buenos indicadores para las comparaciones externas, por ejemplo, en el campo de los sistemas de información, y concluyó que el proceso posterior confirmó nuestra opinión de que se deben buscar mecanismos que faciliten la estandarización de los indicadores servicio a la salud pública.

Así mismo, Marciniak, R. (2019) en su estudio titulado “A Generic Process Model in Assembly Companies as a Decision-Making Benchmarking Strategy”, el objetivo del estudio fue presentar los resultados obtenidos en un benchmark aplicado a una universidad virtual en Polonia, para lo cual se desarrolló y una aplicación de se aplicó el método de benchmarking. La Universidad Obert de Cataluña fue elegida como el centro de formación de los socios, como resultado de lo cual la Universidad Virtual de Polonia tiene muchas oportunidades para mejorar la calidad de su educación virtual, aunque en términos de algunas variables comparables (unidades de estudio). y plataformas virtuales), la situación es la misma que en las universidades socias. Sin embargo, hubo diferencias negativas significativas entre las dos instituciones educativas en variables como planificación estratégica, temas educativos y proceso de aprendizaje, pero se concluyó que el benchmarking es una herramienta muy útil y eficaz para mejorar la calidad de la educación virtual.

Pero, Brasil no es ajeno a las investigaciones del Benchmarking, ya que, según Viegas et al., (2019) en su estudio titulado " Benchmarking de calidad y sostenibilidad de la producción científica en administración ", enfrentó el problema de que una revisión bibliográfica resultó en la selección de 51 artículos que identificaron las principales preguntas de investigación en el campo, destacando la relevancia. Referencia a la creación de artículos de gestión. , a partir de la cual se pueden ofrecer puntos de referencia sobre la calidad y sostenibilidad de la producción científica de la industria; tiene como objetivo mejorar la coordinación de la Asignación de Personal en la Educación Superior (CAPES) a partir de análisis bibliográficos de publicaciones sobre el estado de la investigación en gestión administrativa para Revista Nacional Qualis A o B trabajos que contribuyen a siete revistas nacionales en el campo clasificadas como A o B. Luego se prepararon los criterios desarrollados por los revisores de esta revista y tres revistas internacionales más. Como parte de la instrucción, evaluar el trabajo que se les presenta. La revisión bibliográfica resultó en una selección de 51 artículos que abordan preguntas clave de investigación en el campo, y el resultado es un marco de referencia que ayudará a CAPES a establecer un sistema de evaluación comparativa para envíos de revistas de alta calidad. Se recomienda la mejora continua de los artículos a nivel internacional, concluyendo que los criterios de evaluación de la revista corresponden a los mencionados en los artículos seleccionados, pero no permiten explorar los

aspectos evaluativos de las prácticas de evaluación ciega y comparativa. Se recomienda la mejora continua del artículo a nivel internacional.

En cambio en Perú, la autora Chancafe, M. (2020), en su investigación titulada: “Técnica de benchmarking y el desempeño organizacional”, encontró como problema principal que medida que el panorama cambia con el avance de la ciencia y la tecnología, las organizaciones empresariales sienten la necesidad de implementar diversos mecanismos para optimizar los servicios que brindan y garantizar la sostenibilidad en términos de tiempo y espacio, por lo cual realizaron una investigación para conocer a más profundidad la estrategia del benchmarking, sus beneficios e importancia para su uso. Como resultado obtuvieron que el benchmarking es una técnica poderosa que utilizan las organizaciones para garantizar la calidad, la eficiencia, la eficacia y el desempeño, ya que necesitan conocer las mejores prácticas de otras organizaciones y aplicarlas a la suya. La conclusión general a la que llegaron es que el Benchmarking es una estrategia que se utiliza para mejorar la calidad, la innovación, construir cultura organizacional y optimizar los procesos para satisfacer a los grupos objetivo.

Del mismo modo, De los santos et al. (2020), en su investigación titulada: “Benchmarking como herramienta para mejorar la competitividad en Grifo San Antonio EIRL, Chiclayo”. Se encontró con el problema de mejorar la competitividad en la empresa mencionada, para ello recabó información mediante la aplicación de un diseño transversal no experimental, en la cual 60 empleados respondieron la encuesta, como resultado se obtuvo que el 50% de los entrevistados considera que sus acciones planificadas son de alto nivel, y de acuerdo a las variables analizadas, los procesos implementados por la empresa se encuentran en un nivel adecuado para las actividades propuestas por Griffo San Antonio. Concluyendo que la situación de grifo requiere acción inmediata para la planificación y evaluación Comparativa.

Igualmente, Arandia, J. (2021), realizó una investigación denominada: “Benchmarking y su incidencia en la atención de los usuarios de una comisaría de Tingo María, 2021”, encontrando como problema principal la desatención a los usuarios por parte de la Policía de Tingo María, por lo cual determinaron aplicar el benchmarking para conocer a más profundidad qué tipo de atención brindan a los usuarios la Comisaría de la PNP ubicada en Tingo María. Obteniendo como resultado la falta de servicio al cliente por motivos ajenos a ellos ya que los oficiales no reciben el apoyo del servicio público. Concluyendo que, la estrategia de benchmarking nos permite mejorar la atención de los usuarios de la Comisaria PNP Tingo María.

De igual forma Asto, J. (2019), detalla en su investigación: “El benchmarking y la productividad en la empresa Gismatech SAC, Ate, 2019” que la problemática se debe en el rechazo de los ideales, que afectan los índices financieros del estado, que a su vez afectan el desempeño de las instalaciones deportivas municipales, para ello buscan determinar la conexión entre el benchmarking y la productividad en dicha empresa antes mencionada. Usando la herramienta, ahora es posible determinar cuánto grado de correlación entre las variables se muestra. Concluyendo que, en la hipótesis general existe relación directa y significativa entre el benchmarking y la productividad en la empresa Gismatech SAC, Ate, 2019. Esto le ayudará a identificar las debilidades de su empresa en términos de servicios, procesos y estrategia y tomar acciones para mejorar su competitividad.

Sin embargo, Castillo, M. (2022) en su estudio titulado Programa de Benchmarking para Mejorar la Competitividad de la Venta de Repuestos y Servicios de Plaza Motors Jaén, cuyo objetivo era desarrollar un programa de benchmarking para mejorar la competitividad de la Venta de Repuestos y Servicios de Plaza Motors Jaén, Jaén consideró que la investigación utilizada era cuantitativa y explicativo; su diseño fue correlacional, no experimental y transversal. Los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios de elaboración propia validados por evaluación de expertos. Esto dio una confiabilidad de 0,924, que fue el resultado de la prueba piloto, donde el resultado más significativo fue que el 53,3% de los empleados consideró importante implementar tecnología en actividades clave como la gestión de inventarios; asimismo, el 90% de los encuestados afirmó que la calidad de los repuestos es alta y concluyó que para evaluar la efectividad del programa de referencia aplicado a la empresa se analizó que los niveles de ventas comparables en 2019 y 2020 podrían incrementarse. Luego de la aplicación del programa, el total de años fue de 6.3%, y luego, junto con las nuevas estrategias adoptadas en esta crisis, se puede traducir en un aumento de ventas estimado en 5%.

Asi mismo, Acuña, L (2019) en su estudio de 2019 titulado Benchmarking y Capacitación en D'Valentina S.A.C en Lima, el problema es que al usar esta herramienta (benchmarking interno) se dieron cuenta que hay un problema enorme en el área de almacén llamado cuellos de botella que afectan

los ciclos de envío y recepción. Por otro lado, también estaban buscando (benchmarking competitivo) porque se enteraron de una empresa que usaba un sistema de contabilidad computarizado. Dado que este trabajo explorará el ajuste entre la evaluación comparativa y la capacitación de los empleados, consultamos con las empresas para explorar el proceso de evaluación comparativa y realizar las mejoras adecuadas, ya que el mundo actual se encuentra en medio de la modernización y el cambio tecnológico. y capacidades humanas, la tecnología utilizada en la aplicación es utilizar instrumentos de encuesta para recolectar información, el cuestionario contiene 23 preguntas, de las cuales 13 son de benchmarking y 10 de capacitación, han sido previamente testadas por tres expertos y se obtuvo el Cronbach de alfa tiene un valor de coeficiente favorable para su aplicación, y el coeficiente de correlación Rho de Spearman como supuesto general de los resultados de inferencia muestra que existe una relación positiva muy fuerte entre el benchmarking y la capacitación de los empleados ($R_s = 0.797$; Sig. < 5%), concluyó que existe una correlación positiva significativa de 0.797 entre benchmarking y capacitación D'Valentina S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres. Esto sugiere que el benchmarking tiene un impacto positivo en la formación de los empleados. Los resultados coinciden con un nivel de significación de 0,000, lo que indica que el efecto es estadísticamente significativo.

En esa misma línea, Sarmiento, E. y Torres, D. (2019) en su investigación titulada “Benchmarking para incrementar las ventas del grupo de farmacias Econosalud Chiclayo, 2018”, tuvo como objetivo general realizar un Plan basado en benchmarking para el incremento de ventas de dicha empresa. En lo cual, los hallazgos de resultados para la empresa fueron favorables ya que se puede destacar el nivel de benchmarking de la empresa en mención, donde su promedio se encuentra en el 3.7%. Luego del análisis de esta investigación se puede destacar que la imperiosa necesidad de diseñar estrategias de Benchmarking permitirá incrementar las ventas del Grupo Farmacia Econosalud Chiclayo, permitiéndoles el logro de los objetivos estratégicos trazados por la empresa. En ese sentido, el Benchmarking entonces requiere una medición continua, porque desafortunadamente, los competidores no están esperando para ponerse al día. La búsqueda constante de medidas puede parecer una carga, pero pocos expertos se oponen a la búsqueda constante de las mejores prácticas. La mayoría de la gente sabe que mejorar la industria requiere un intercambio constante de ideas. Los profesionales de hoy entienden que el mundo está cambiando así que el que falla más rápido pierde.

4. Discusión

A raíz de lo investigado, el autor Ferrer, D. (2021), en su investigación titulada “La importancia del Benchmarking en las organizaciones”; llegaron a la misma conclusión que Eleodoro, J. (2019) con la investigación “Gestión de calidad y su relación con el Benchmarking en las Mype de transporte público Piura- Jaén terminal terrestre Castilla Piura, 2018”, esos dos autores recalcaron la importancia del uso del benchmarking y como esa estrategia les sirvió de mucha ayuda, señalaron también que el proceso del Benchmarking se centra en las actividades que más importan para tener éxito. Es por eso que realizar una evaluación comparativa es mucho más que un análisis competitivo. El propósito es aprender no sólo lo que se produce, sino cómo se produce el problema.

El estudio realizado por Porto, L. (2020), con la investigación de “Benchmarking como herramienta para fomentar la cultura tributaria y responsabilidad financiera en las organizaciones”, infirió que, al analizar una empresa, sus competidores y su mercado, puede descubrir ideas nuevas e innovadoras que puede aplicar a su empresa. “Aplicación del benchmarking en los planes de estudio e investigación formativa en el marco de la acreditación: caso de las carreras de Bibliotecología de la UNMSM y UCR” investigación desarrollada por Duran, F. (2020), enfatiza a más profundidad lo del Benchmarking destacando que la contribución más útil de la estrategia del Benchmarking es conocer el negocio e identificar sus debilidades y áreas de mejora. También facilita el desarrollo de planes de acción para integrar las mejores prácticas y optimizar procesos dentro de la organización con el único fin de mejorar el desempeño a corto, mediano y largo plazo; lo cual Duran

Sin embargo, Moyano, Y. (2019) y Baron, S. (2021), en sus investigaciones tituladas: “Diagnóstico estratégico de innovación y benchmarking egresados de administración de empresas universidad de Cundinamarca” y “Gestión de calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ópticas, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018”. Las contribuciones de los autores mencionados en la preparación del artículo son de gran ayuda para analizar el tema principal que se abordó, pues dejan en evidencia la importancia de que

las empresas hoy en día estén en constante investigación tanto interna (misma organización) como externa (competidores). Cabe mencionar que en cada investigación de los diferentes autores se llegó a recabar información esencial del porque las empresas deben incorporar el Benchmarking como estrategia ya que les permitirá contar con una ventaja y estar siempre a un paso más de sus contrincantes o competidor.

Después de lo mencionado podemos afirmar que, el benchmarking como estrategia en las organizaciones permite a la compañía u organización mejorar sus estándares de competitividad y liderazgo en el mercado frente a sus productos, marcas, servicios, procesos, metodologías o estrategias. De esta manera se identifican las deficiencias y debilidades frente a los competidores directos en el mercado o en un sector en particular. Es un tipo de investigación que facilita el desarrollo de nuevas ideas y estrategias de marketing para impulsar el crecimiento de la empresa y de los empleados, con base en el conocimiento adquirido a través de un proceso de investigación sistemático y continuo para diferenciarse de sus competidores, porque el objetivo de las empresas siempre será la excelencia y la calidad, por lo que este tipo de investigación debe presentarse continuamente.

5. Conclusiones:

Una de las conclusiones a las que puede contribuir el estudio es que el benchmarking permite formar pares de comparación. Con la ayuda de esta estrategia, es posible determinar quién es similar en el campo de especialización, identificar la técnica de recopilación y estudio de datos, encontrar la "brecha" existente, visualizar perspectivas de desempeño, aclarar metas operativas, diseñar planes factibles y ajustar también la estructura comparativa.

Dicho de otro modo, al emplear las estrategias del Benchmarking como una opción en la administración empresarial, las empresas pueden descubrir información valiosa de sus competidores directos clave, información que puede ayudarnos a mejorar su estrategia y lograr mejores resultados para situarse en una buena posición dentro del mercado.

Para sintetizar, el benchmarking es una estrategia muy poderosa cuando se combina con otras herramientas. Esto le permite evaluar a las empresas cada solución de "comparación" para ver si funcionan y, de ser así, qué contribución pueden hacer. Se puede hacer uso también de herramientas como cuadros de mando integrales y listas de verificación simples. En otras palabras, definimos un conjunto de parámetros que se deben cumplir y probamos la solución, siendo considerada la mejor la solución con la puntuación más alta. Tenga cuidado ya que depende mucho de la información que tenga sobre la solución. Esto se debe a que los componentes que fabricamos requieren mucha más consideración que los de nuestros competidores, y tenemos pocos datos finales, por lo que podemos hacerlo mejor, pero a nivel de proceso no somos intrusivos. Esto se debe a la compatibilidad y los problemas que pueden ocurrir.

Todas las empresas que entran al mercado optan por contar con una ventaja competitiva, es así que si una empresa aplica la estrategia del benchmarking les permitirá aprovechar sus recursos de valor agregado para innovar, como implementar nuevas tecnologías en sus propios productos y ofertas, obteniendo así una ventaja competitiva sin importar el tamaño de la empresa, sector económico, actividad o línea de negocio. producir es esencial y muy importante. Descubre oportunidades para optimizar tus procesos productivos y diferenciarte de tus competidores mediante el análisis alcanzado.

Al incorporar el Benchmarking no se trata de copiar lo que hacen los competidores, se trata de comprender lo que los líderes están haciendo para y en base a ello implementar estrategias para impulsar la mejora. Seremos capaces de alcanzar un alto nivel de competitividad si miramos a aquellos que quieren sobresalir en este campo para mejorar nuestras estrategias, métodos y técnicas, para luego mejorarlos y adaptarlos a nuestra empresa.

Las empresas se encuentran cada vez más en un entorno altamente competitivo, especialmente el del Internet. La diferenciación es la clave para establecer la posición de su empresa frente a los competidores y ganar un lugar destacado en el mercado. La evaluación comparativa no se trata de copiar o robar literalmente a sus competidores, se trata de encontrar algo que realmente funcione para obtener la capacidad de hacer que su negocio sea competitivo y capaz de mejorar. Todas las empresas deben incorporar el benchmarking en su estrategia de marketing para analizar continuamente la actividad de la competencia.

Uno de los beneficios más notables de la evaluación comparativa es precisamente cómo la mejora del rendimiento hace que las empresas sean más competitivas. Comprender lo que hacen sus competidores puede ayudarlo a sobrevivir mejor en un entorno en constante cambio.

El Benchmarking generalmente facilita salir de su zona de confort y descubrir otros enfoques para lograr los objetivos propuestos. Esto contrarresta las ideas que limitan los buenos resultados para una empresa en particular, por ejemplo, basándose en tendencias o repitiendo patrones incorrectos.

6. Referencias

- Acuña, L. (2019). Benchmarking y capacitación en la empresa D' Valentina S.A.C, Lima 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/113183>
- Asto, J. (2019). El benchmarking y la productividad en la empresa Gismatech SAC, Ate, 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66249>
- Arandía, J. (2019). Benchmarking y su incidencia en la atención de los usuarios de una comisaría de Tingo María, 2021. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102628>
- Betancourt, B., y Franco, A. (2017). Competitive Benchmarking with four companies in the pork industry. *Ingeniería y competitividad*, 20(2). <https://doi.org/10.25100/iyc.v20i2.5902>
- Briones, T., Carvajal, D., y Sumba, R. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2026–2044. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926897.pdf>
- Bustamante, R., Briones, T., Carvajal, A. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2026–2044. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2490>
- Chancafe, M. (2020). Técnica de benchmarking y el desempeño organizacional. Revisión sistemática de literatura. *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/61523>
- Castillo, M. (2020). Plan de benchmarking para mejorar la competitividad en venta de repuestos y servicios de la empresa Plaza Motors Jaén. *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52775>
- Díaz, J., García, A., y Villalbí, J. (2020). Improving the systematization of benchmarking in public health services. *Scopus*. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85101607311&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=597ce6fc12d4e016deefe39e80d2a6b6&sot=b&sdt=cl&cluster=scolang%2C%22Spanish%22%2Ct&s=TITLE-ABS-KEY%28benchmarking%29&sl=27&sessionSearchId=597ce6fc12d4e016deefe39e80d2a6b6>
- De los santos, O., y Valverde, A. (2020). Benchmarking como herramienta para mejorar la competitividad en Grifo San Antonio EIRL, Chiclayo. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52765>
- Fajardo, P., Cabrera, H., Alcántara, M., y Millán, A. (2021). El Benchmarking como herramienta para el logro de calidad y eficiencia ante la burocratización mecanizada en los servicios de las instituciones. https://www.researchgate.net/publication/355113364_El_Benchmarking_como_herramienta_para_el_logro_de_calidad_y_eficiencia_ante_la_burocratizacion_mecanizada_en_los_servicios_de_las_instituciones
- Luzuriaga, A., Siguenza, L., Apolo, D., Gusmán, R., y Arcentales, R. (2021). Generic model of processes for assembly companies as a benchmarking strategy for decision making. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85105468843&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Benchmarking&st2=evaluaci%20c3%b3n+comparativa&sid=a76cf0eb80a17af42ff31987f954e192&sot=b&sdt=b&sl=71&s=%28TITLE-ABS->

- KEY%28Benchmarking%29+AND+TITLE-ABS-
KEY%28evaluaci%3bn+comparativa%29%29&relpos=3&citeCnt=0&searchTerm=
Martelo, R., Jiménez, P., y Quintana, A. (2019). Determination of the Professional Profile of Undergraduate Students Applying the Benchmarking Technique. Scopus. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85053294930&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=8162a8177f0aeea431240b85455cf597&sot=b&sdt=cl&cluster=scolang%2C%22Spanish%22%2Ct&s=TITLE-ABS-KEY%28benchmarking%29&sl=27&sessionSearchId=8162a8177f0aeea431240b85455cf597>
- Marciniak, R. (2019). A Generic Process Model in Assembly Companies as a Decision Making Benchmarking Strategy. Redalyc. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342149105010>
- Nitsche, B., Straube, F. y Verhoeven, P. (2019). Assessing the current state of supply chain volatility: development of a benchmarking instrument. *Production*, 29. DOI: 10.1590/0103-6513.20190022
- Quezada, P., Chamba, L., y Luna, T. (2019). Digital benchmarking for higher education center. *Universidad Internacional Del Ecuador, Escuela de Derecho, Quito, Ecuador. Scopus.* <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85049917000&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=8162a8177f0aeea431240b85455cf597&sot=b&sdt=cl&cluster=scolang%2C%22Spanish%22%2Ct&s=TITLE-ABS-KEY%28benchmarking%29&sl=27&sessionSearchId=8162a8177f0aeea431240b85455cf597>
- Rodríguez, E. (2021). Benchmarking interno y liderazgo competitivo en La Positiva Vida Seguros – Cusco, Año 2020. *Repositorio de la Universidad César Vallejo.* <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65801>
- Sarmiento, E., y Torres, D. (2019). Benchmarking para incrementar las ventas del Grupo de Farmacias Econosalud Chiclayo, 2018. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41545>
- Viegas, C. (2018). Benchmarking de qualidade e sustentabilidade da produção científica em Administração. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 11(4), 999-1011. <https://www.redalyc.org/journal/2734/273458364005/>
- Viegas, C., Correa, C., y Souza, C. (2019). Benchmarking de calidad y sostenibilidad de la producción científica en administración. *Redalyc.* <https://www.redalyc.org/journal/2734/273458364005/>
- Vegas, H. (2019). Benchmarking en la gestión pública local venezolana. Encuentros, reflexiones y aproximaciones. *Visión Gerencial*, 18(2), 267-277. <http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial>
- Willmington, C., Belardi, P., Murante, A., y Vainieri, M. (2022). The contribution of benchmarking to quality improvement in healthcare. A systematic literature review. https://www.researchgate.net/publication/358283420_The_contribution_of_benchmarking_to_quality_improvement_in_healthcare_A_systematic_literature_review