



BENCHMARKING

REALIZADA POR DIANA RAMÍREZ

UNICISO

WWW.PORTALUNICISO.COM

© - Derechos Reservados UNICISO

INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES?

El Benchmarking es un análisis estratégico, en el cual se toma como referencia los productos, procesos o servicios de las empresas líderes para comparar con la empresa y así tomar estrategias para mejorar.

¿PÁRA QUE SIRVE?

Puede ayudar a las empresas a identificar áreas, sistemas o procesos para mejorar o tomar referencias y así crear estrategias.





BENCHMARK

Bencharmk Significa Punto de Referencia o
Bencharmarking “Evaluación Comparativa”.

OBJETIVOS DEL BENCHMARKING

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

Definir nuevos
conceptos de análisis.

1

Identificar las áreas que
deben de mejorarse.

3

Ajustar la organización
con las mejores
prácticas del mercado.

5

Ampliar el conocimiento
de la empresa.

2

Establecer objetivos
reales y medibles.

4

Perfeccionar procesos,
reducir costos,
disminuir los errores.

6

1

TIPOS DE BENCHMARKING

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

COMPETITIVO

Mide:

- X Procesos
- X Servicios
- X Funciones

De los principales competidores para así comparar con la empresa y detectar mejoras.

En ocasiones será el más costoso ya que algunas empresas no estarán dispuestas a colaborar.



INTERNO

Se lleva a cabo dentro de la misma empresa. En ocasiones con *diferentes departamentos* o si tienen *diferentes grupos empresariales*.

Se identifica uno de los departamentos o grupos que tenga mejores rendimientos y se realiza la comparación con los demás.

Se cree que es el más fácil y económico de realizar, ya que se tiene toda la información dentro.



FUNCIONAL

Se identifican las mejores prácticas de una empresa que tenga buenos resultados en el área que se quiere mejorar.

Una ventaja de este tipo de Benchmarking es que no necesariamente tiene que ser una empresa del mismo sector.





2

ÉTAPAS DE BENCHMARKING

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

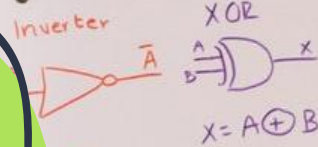
1. PLANIFICACIÓN

Se planifica la investigación y se responde:

- ¿Qué quiero medir? (Va relacionado con el área de la empresa que se quiere mejorar)
- ¿A quién voy a medir? (Debes de elegir el tipo de Benchmarking y así saber con quién será la comparación).
- ¿Cómo vamos hacerlo? Crea el equipo de trabajo y designa roles.

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

④ Digital Logic



⑥

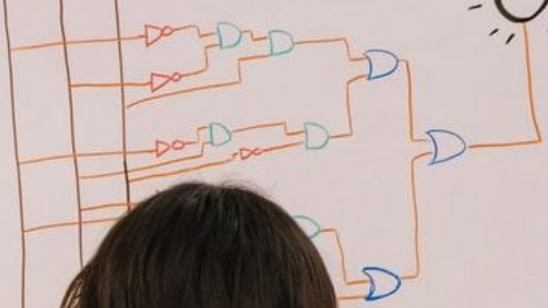
B	2
---	---

Ex. 00100

Hexadecimal

16 ⁴	16 ³	16 ²	16 ¹	16 ⁰
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

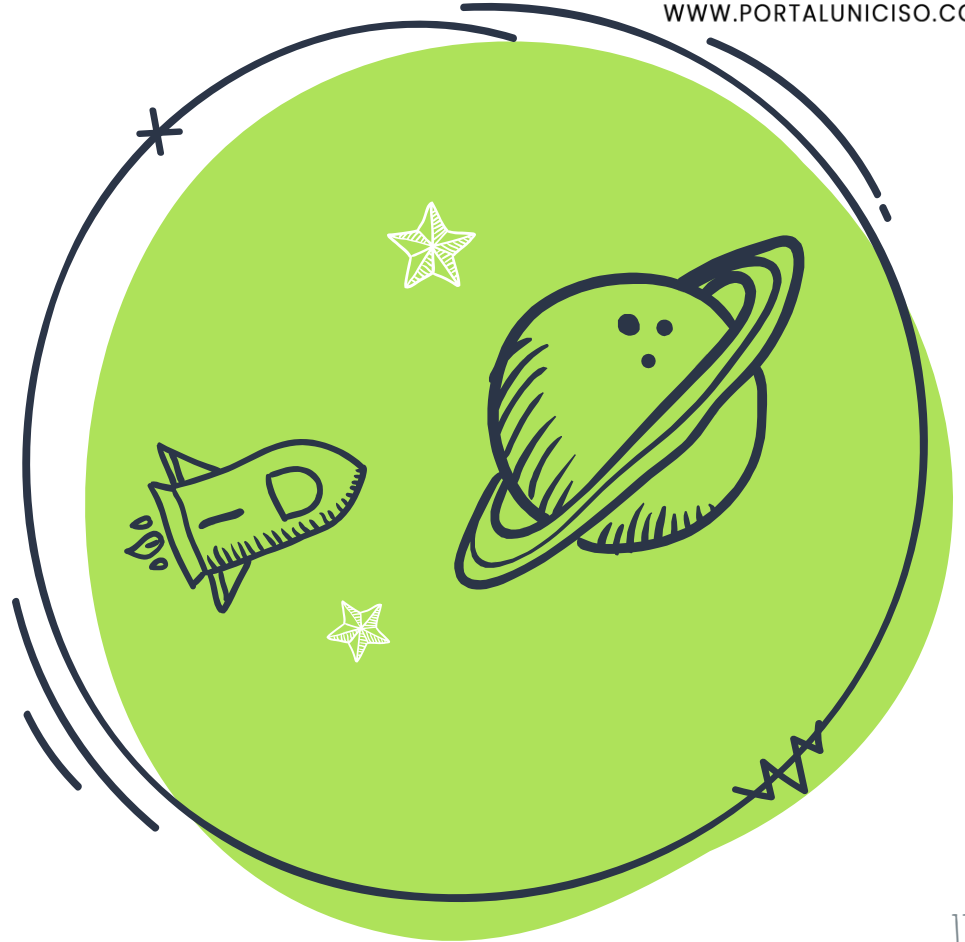
65536 4096 256 16 1



2. DATOS

Se deben de recopilar datos, ya que de allí depende el éxito de la investigación.

Se pueden obtener de fuentes internas, investigaciones, asociaciones, etc.



3. ANÁLISIS

Una vez se obtenga la información, se deben de analizar los datos y así saber las diferencias que hay.

De esta manera se podrá identificar las oportunidades de mejora.

Se comienza a proponer estrategias y se seleccionan las que por tiempo y recursos sean más viables para la empresa.

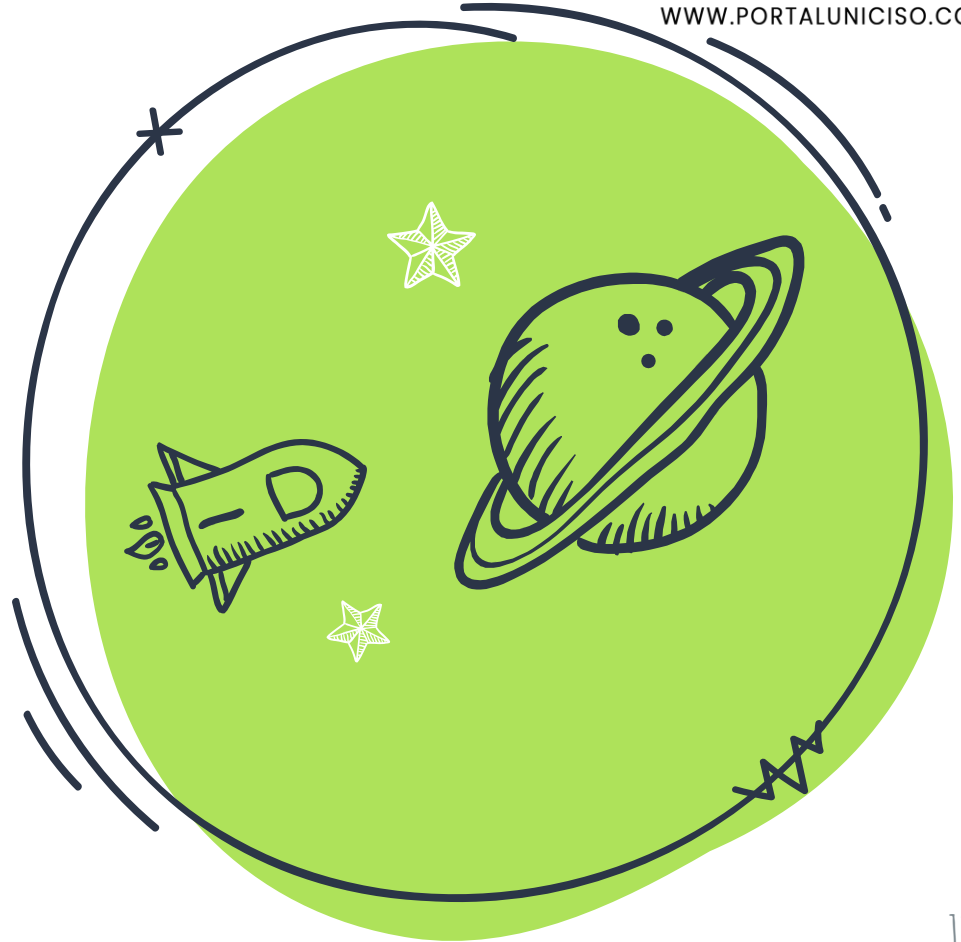
UNICISO

WWW.PORTALUNICISO.COM



4. ACCIÓN

Una vez se seleccionen las características o aspectos de referencia de las empresas, se tratan de adaptar a la empresa propia con mejoras y/o ventajas para los clientes.



5. SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Una vez se obtenga la información, se deben de analizar los cambios, mejoras y sus ventajas.

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM



EJEMPLOS

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM



ALGUNAS EMPRESAS QUE HAN IMPLEMENTADO BENCHMARKING

Starbucks

Se dieron cuenta que uno de los aspectos donde más se demoraban era en la preparación del café.

Así que decidieron optimizar el tiempo y re diseñaron el espacio del trabajo con nuevos utensilios y máquinas para la preparación de sus productos.

Esto, lo lograron observando a Toyota.

Xerox

Xerox analizó métodos, procesos y materiales de su afiliada Fuji, ya que sus costes de producción eran muy elevados.

La comparación indicó que había un retraso en las áreas y Xerox pudo rápidamente cambiarlas.



A hand-drawn rectangular frame with rounded corners and a wavy top line. A green sticky note with a black number '3' is attached to the top-left corner. The frame is decorated with various hand-drawn lines and arrows.

3

HERRAMIENTAS DIGITALES

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

ALGUNAS HERRAMIENTAS QUE TE PUEDEN COLABORAR:

Google Trends

Allí puedes buscar tendencias y comparar.

Es una herramienta fácil de usar y se encuentra en español.

SEM rush

Analiza los datos de tu sitio y de cualquier otro que necesites.

Puedes acceder a algunas funciones gratis como conocer competidores orgánicos, ubicación geográfica, etc.

Similarweb

Esta herramienta te permite analizar la competencia e identificar nuevas tendencias.

Es gratis pero sólo se encuentra en inglés.





4

INDICADORES

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

BENCHMARKS O INDICADORES

- X Fuentes de Ingreso
- X Ventas Anuales
- X Activos
- X Dividendos
- X Propuesta de Valor



BENCHMARKS O INDICADORES

- X Canales de Marketing
- X Tendencias
- X Materia Prima
- X Perfiles de Recursos Humanos



BIBLIOGRAFÍA

50minutos . (2016). *El benchmarking: La importancia de analizar el mercado (Gestión y Marketing)*. Kindle .

McDonald, J. (2007). *Aprenda las claves del benchmarking: En una semana*. Gestión 2000 .

McDonald, J. (2000). *Aprenda las claves del Benchmarking en una semana (2)* . Gestión 2000 .

Spendolini, M. (1992). *The Benchmarking Book*. Amacom Books.



CITA DE LA GUÍA

Ramírez, D. (2021). Benchmarking. UNICISO. Disponible en:
www.portaluniciso.com

SÍGUENOS:



CREDITS: This presentation template was created by [Slidesgo](#), including icons by [Flaticon](#), and infographics & images by [Freepik](#).

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

© - Derechos Reservados UNICISO