Benchmarking.[[1]](#footnote-1)1

Almir Inacio Jasper Junior2

Aryel Montibeller[[2]](#footnote-2)3

Leander Cristian Pereira[[3]](#footnote-3)4

Marcelo Corrêa[[4]](#footnote-4)5

Murilo Mafra[[5]](#footnote-5)6

Orientador: Dario Silva de Souza7

*Centro Universitário de Brusque-UNIFEBE*

*Outubro/2015*

*Brusque, SC, Brasil*

RESUMO

*A cada dia que passa acompanhamos as mudanças da sociedade e o impacto que isso causa no ambiente, e vice-versa. Por isso este artigo tem como objetivo entender e identificar a afetividade de pessoas adultas que frequentam o Santuário Santa Paulina, analisando o ponto de vista de cada pessoa, para o melhor entendimento de como é a afetividade de um lugar. A metodologia do trabalho foi qualitativa com entrevista semiestruturada com 9 pessoas que trabalhavam e visitavam local estudado naquele momento. As falas foram analisadas por meio da Perspectiva de Bardin onde estabeleceu-se categorias de análise. Observou-se que o proposito simbólico de afetividade deste lugar acaba contribuindo muito ainda na questão das pessoas frequentarem o santuário, como questões espirituais e peregrinação de fiéis devotos da santa. No entanto, percebe-se certa alteração do objetivo de fato deste lugar, onde deixa de receber e confortar as pessoas, para uma crença capitalista que visa sobretudo o lucro encima da necessidade das pessoas. Isto reflete diretamente nas alterações das características físicas deste lugar, que segundo a pesquisa, podem ser notadas de forma positiva ou negativa por seus frequentadores.*

**Palavras-chave:** Benchmarking; Logística; Empreendedorismo; Administração; Investimento; Resultado.

**1 INTRODUÇÃO**

Cada novo dia, nasce uma nova tecnologia, ideia ou um processo de produção. O sucesso consiste em um baixo índice de erros e alto índice de produção. Para estar dentro do sucesso e entre essas recém nascidas tecnologias é necessário estar interessado e disposto. Todos buscam consistentemente ser ou ter o melhor, porém, exemplos de empresas malsucedidas acompanham nossos ouvidos no cotidiano. Entretanto, há uma prática que identifica, entre todos, os melhores dos melhores, hoje conhecido como *benchmarking.* Benchmarking é a pesquisa industrial que permite a um gerente comparar o desempenho entre mesmas funções de empresas diferentes.

Segundo Camp (1993) benchmarking é a busca incessante das melhores práticas que direcionam para a maximização da performance empresarial. A operação de benchmarking é uma operação de análise de mercado, certamente positivo, proativo e que conduz a mudanças nas operações, e ao desempenho elevado.

O presente artigo tem como escopo, apresentar uma breve descrição de benchmarking, mostrando o que se encaixa e o que não se encaixa neste termo, os tipos, benefícios e um processo.

**2 ORIGEM**

O processo de benchmarking não é novo. Em uma guerra na idade medieval, fazer um estudo sobre a concorrência poderia ser a vitória na batalha, pois já poderiam descobrir vestígios de como o inimigo atuaria. Na guerra fria, as maiores potências do mundo investiram milhões em investigações, tudo isso para estudar o concorrente.

Diferente do que se parece, todos fazemos benchmarking diariamente. Todo ser humano está à procura de ser melhor a cada dia. Uma maneira mais sólida e fácil é a percepção do nosso erro e partir deste ponto procurar a solução, seja por meio de nossos conhecimentos ou pela comparação.

**3 BENCHMARKING**

. De acordo com Camp (1993) benchmarking é a busca incessante das melhores práticas que direcionam para a maximização da performance empresarial. A operação de benchmarking é uma operação de análise de mercado, certamente positivo, proativo e que conduz a mudanças nas operações, e ao desempenho elevado. Existem concepções erradas de benchmarking e precisam estar completamente entendidas, tudo o que não for benchmarking, deve ser deixado de lado.

**3.1 O QUE É BENCHMARKING?**

Existem várias definições de benchmarking. Segundo David T. Keanrs: “Benchmarking é o processo contínuo de medição de produtos, serviços e práticas em relação aso mais fortes concorrentes, ou ás empresas reconhecidas como líderes em suas indústrias”.

**3.2 O QUE NÃO É BENCHMARKING?**

Segundo Camp (1993):

* O benchmarking não é uma ordem de redução de recursos. Embora, a aplicação deste método pode resultar em um menor consumo recursos, mas nem sempre será esse o resultado. Pode haver um equilíbrio na distribuição desses recursos.
* O benchmarking não é um programa, ou seja, não é um evento isolado, pois para o êxito, deve ser permanente e atualizado mesmo que consuma tempo. É preciso gerenciar corretamente o benchmarking.
* O benchmarking não é um livro de receitas, que requer reunir os ingredientes e aplicá-los, também não é uma cópia Trata-se de um processo de estudo e análise, que cada caso terá suas particularidades.
* O benchmarking não é apenas mais uma técnica, mas uma nova maneira que pode revolucionar qualquer segmento indústria, desde que feito corretamente.

**4 TIPOS DE BENCHMARKING.**

Existe umas divergências entre autores na divisão de benchmarking. Segundo Camp (1993), o benchmarking pode ser divido em quatro tipos: benchmarking com operações internas; benchmarking competitivo; benchmarking funcional e benchmarking genérico. Porém, Spendolini (1993) afirma que para o termo benchmarking, só existem três tipos. A diferença é que este último, une o benchmarking funcional com o benchmarking genérico, considerando um tipo único. Para síntese deste artigo, será citado os quatro tipos citados por Camp (1993):

 **4.1 BENCHMARKING INTERNO**

Benchmarking interno é o que é realizado em uma mesma organização, seja em suas diversas unidades ou em seus diversos setores. O objetivo desta prática é sempre estar com a empresa com o mesmo grau de conhecimento e desempenho. Os dados e informações são fáceis de coletar e não deve haver confidencialidade.

 **4.2 BENCHMARKING COMPETITIVO**

Este tipo abrange a maioria dos processos de benchmarking. Concorrentes diretos externos são os principais alvos de estudo. Deve-se tomar cuidado onde as operações da organização estudada não são comparáveis. Entretanto essa preocupação mereça pouca atenção, a obtenção das informações e dados requer elevada importância.

“Embora possa ser difícil, a obtenção de informações deve ser tentada. O mais produtivo é escolher o método e a abordagem corretos. A abordagem deve se concentrar em garantir que ambas as partes compreendam que as investigações focalizam as melhores práticas. A razão desse sucesso é que as outras artes também estão interessadas em compreender as melhores práticas que são o motivo do sucesso das suas operações ou poderiam melhorá-las ainda mais. A troca de informações pode se dar, caso se deseje, através de uma terceira parte, como um consultor, que garante a confidencialidade e anonimidade.”. (CAMP, Robert - 1993)

 **4.3 BENCHMARKING FUNCIONAL**

 O benchmarking funcional consiste em estudar diferentes tipos de indústrias, afim de encontrar uma tecnologia ou um processo de produção que possa existir em um duas organizações de diferentes segmentos da indústria. Pode haver o lapso da expressão “se não é o mesmo produto, então os métodos não são aplicáveis”. Porém, o benchmarking funcional vem para afastar essa ideia negativa.

 **4.4 BENCHMARKING GENÉRICO**

Existem processos empresariais que são os mesmo, independentemente do tipo de indústria. Pode ser desde o faturamento até a engenharia, todos os processos precisam ser realizados com sucesso para o produto ser de melhor qualidade e o cliente ficar satisfeito. Nesse tipo de benchmarking, é analisado esses processos que tem a mesma base de funcionamento. O benchmarking genérico trazer grandes surpresas até mesmo para os líderes de mercado, pois a melhor prova de funcionalidade é a de um processo que tenha sido instalado e executado em outra empresa.

**5. PASSO A PASSO DO BENCHMARKING**

O processo de benchmarking também é assunto com diferenças de opiniões sobre autores. De acordo com Camp (1993), o processo de benchmarking divide-se em cinco categorias: planejamento, análise, integração, ação e finalmente a maturidade. Conforme a figura 01.



Figura 01 – Processos de benchmarking definidos por Camp.

Fonte:

 **5.1 PLANEJAMENTO**

Como todo processo concluído com êxito, o benchmarking começa com um planejamento. O objetivo é planejar os primeiros passos respondendo as seguintes perguntas:

1. O que usar como referência?

Todo trabalho de um setor da empresa resulta em um serviço ou um produto. O benchmarking serve para ambos os resultados. Portanto, a primeira pergunta se destina em encontrar o objeto de trabalho que está a ser estudado.

1. Com quem iremos comparar?

A maioria das empresas conhece seus concorrentes diretos. Estes seriam os melhores candidatos a serem estudados, porém, o ideal é escolher para o estudo as empresas líderes da indústria, quer seja no mesmo ou em diferentes segmentos.

1. Como serão coletados os dados?

O benchmarking pode ser alvo de preconceito. Para afastar essa sensação, a abordagem deve ser minuciosa e sem falha. A maioria das informações de uma empresa está pronta e publicamente disponível, porém é preciso um estudo detalhado.

**5.2 ANÁLISE**

Após respondido as três pergunta iniciais, o processo se destina a coleta de dados. Como o benchmarking é um processo de comparação, é necessário que suas práticas sejam conhecidas, bem como a do seus parceiros. A partir desse autoconhecimento, pode-se avaliar os pontos fracos e os mais falhos.

 **5.3 INTEGRAÇÃO**

O processo de integração consiste em definir metas de mudanças para os pontos mais críticos descobertos no processo de análise. Nesta etapa do processo, também é necessário a comunicação do benchmarking aos níveis organizacionais. Passo que requer uma atenção especial, pois se mal compreendida pelos colaboradores da empresa, pode ser vista com mal olhos e ser rejeitada.

 **5.4 AÇÃO**

As descobertas até este ponto feitas, devem ser convertidas em ações. Nesse ponto, as pessoas que de fato executam os processos operacionais, são as melhores para opinar como as descobertas podem ser implementadas da melhor maneira. O processo deve ser analisado, afim de saber se está dando resultado e deve ser comunicado as pessoas operadoras.

 **5.5 MATURIDADE**

Esta etapa do processo se dá a partir do momento que as mudanças já foram instaladas a todos os processos da empresa. Esse processo faz jus ao nome, quando o benchmarking é institucionalizado e se torna permanente. É feito diariamente em todos os níveis da empresa.

 O benchmarking genérico trazer grandes surpresas até mesmo para os líderes de mercado, pois a melhor prova de funcionalidade é a de um processo que tenha sido instalado e executado em outra empresa.

**6 CONCLUSÃO**

 O benchmarking se resume em uma luta pela excelência em todos os esforços empresariais. Sacrificar tempo estudando a si mesmo ou o mesmo processo, pode chegar a resultados não significantes.

O investimento é um dos itens que conduz a empresa para o aumento dos lucros, porém, se feito de maneira certa, pode ter resultados ainda melhores. A certeza de funcionalidade de um processo é que traz a confiança e o ânimo em destinar recursos e buscar cada vez o melhor. O benchmarking com todo o seu processo surge para suprimir todas as dúvidas do administrador e se torna uma nova ferramenta de negócios na indústria.

 **7 REFERÊNCIAS**

SPENDOLINI, Michael J. **Benchmarking.** São Paulo: Makroon Books, 1993.

CAMP, Roberto C. **Benchmarking:** o caminho da qualidade total. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

1. 1 Artigo científico realizado na disciplina de Transportes e Logística, orientado pelo professor Dario Silva de Souza, na turma ECA8 do curso de Engenharia Civil do Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE. [↑](#footnote-ref-1)
2. 2 Discente da 8ª fase do curso de Engenharia Civil no Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.

jasper\_gba@hotmail.com [↑](#footnote-ref-2)
3. 3 Discente da 8ª fase do curso de Engenharia Civil no Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.

aryel92@gmail.com [↑](#footnote-ref-3)
4. 4 Discente da 8ª fase do curso de Engenharia Civil no Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.

leanderrazor@gmail.com [↑](#footnote-ref-4)
5. 5 Discente da 8ª fase do curso de Engenharia Civil no Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.

marcelo2\_correa@hotmail.com

6 Discente da 8ª fase do curso de Engenharia Civil no Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.

muriloma@outlook.com [↑](#footnote-ref-5)