

\* **FERNANDES**, Fernanda Fernandes.  
\* **MORAES**, Bruna Alves.  
\* **DA SILVA**, Fernanda Eusébia Lopes.  
\* **SILVA**, Ivanilda de Oliveira.  
\*\* **GRASSI**, José Augusto.

ffferrandesfernandes@gmail.com  
brunamoraesazevedo@gmail.com  
fernanda\_lopessilva@hotmail.com  
nilda03@hotmail.com  
jose.grassi@gmail.com

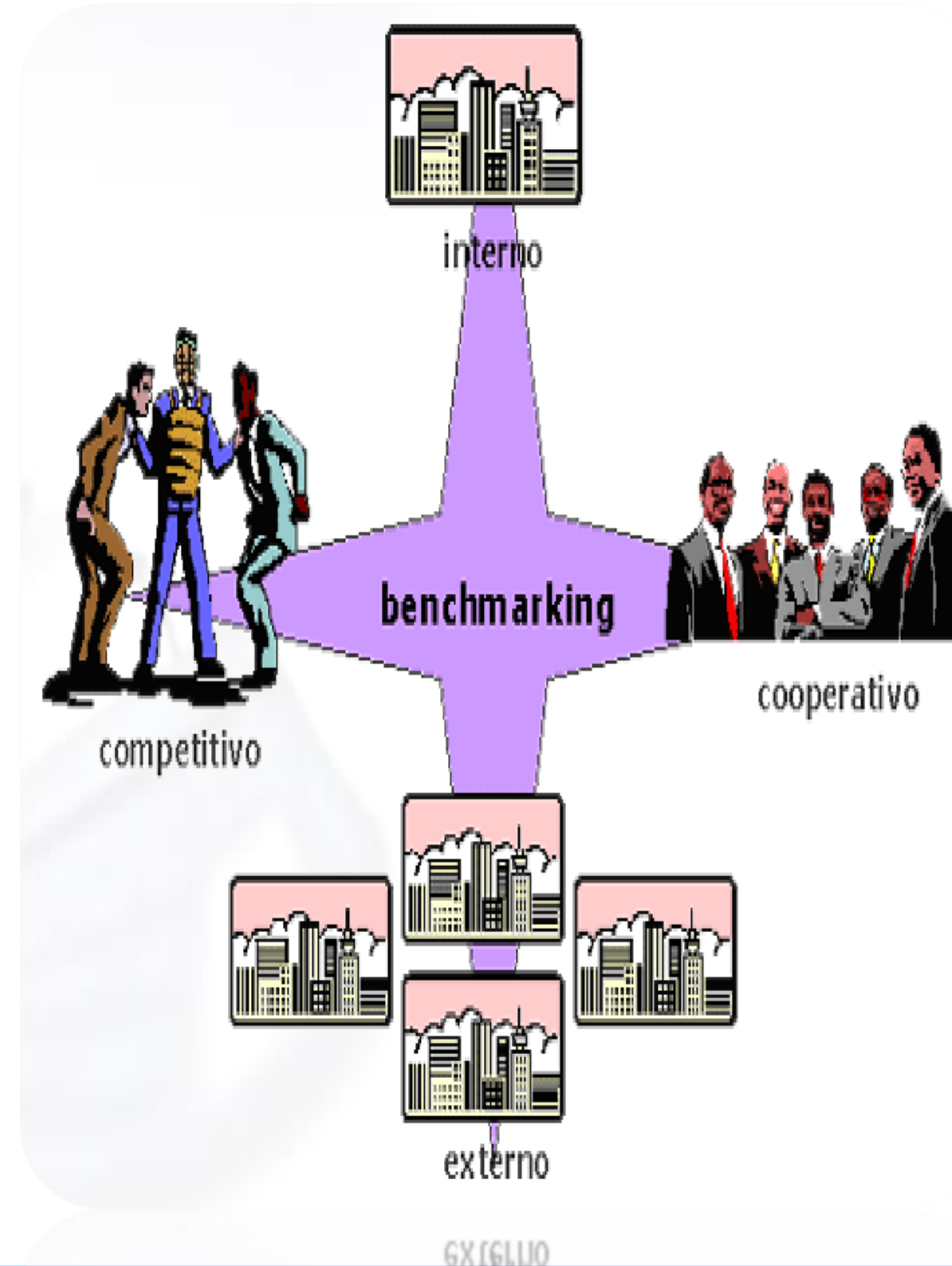
\* Acadêmico do Curso de Processos Gerenciais  
\* Acadêmico do Curso de Processos Gerenciais  
\* Acadêmico do Curso de Processos Gerenciais  
\* Acadêmico do Curso de Processos Gerenciais  
\*\* Docente Curso de Tec. Em Processos Gerenciais

## INTRODUÇÃO

O *benchmarking* é conhecido como uma das ferramentas mais importantes para a criação de sistemas empresariais eficientes e fundamentais para aumentar a competitividade das empresas.

**Concorrente Direto:** É aquele que vende a mesma linha de produtos para um mesmo público alvo, com uma mesma faixa de preço em um mesmo ponto de venda ou em ponto de venda diferentes, como os magazines, por exemplo.

**Concorrente Indireto:** É aquele que não vende a mesma linha de produtos, mas que atinge seu público alvo com uma estratégia clara de substituição de produto.



## DESENVOLVIMENTO

Conforme (LIN. – 1999): o *benchmarking* é reconhecido como uma das ferramentas de management mais importantes para a criação de sistemas empresariais mais efetivos e eficientes, fundamentais para aumentar a competitividade das empresas.

O conhecimento dos pontos fortes e fracos dos concorrentes, e de suas ações mais prováveis, é indispensável ao se estabelecer o componente central para a formulação estratégica: descobrir o nicho de clientes para os quais há uma vantagem competitiva em relação à concorrência. Como a vantagem competitiva é um conceito relativo e contingencial, a organização que tiver um conhecimento e informações precárias de seus concorrentes não terá nenhum conhecimento de si própria. O que caracteriza a dinâmica competitiva é que as organizações são mutuamente dependentes: elas são impactadas pelos movimentos umas das outras, e devem reagir em função desta nova situação proposta.

## BENCHMARKING

### Benchmarking é...

- um processo contínuo
- uma investigação que fornece informações valiosas
- um processo de aprendizado com outros
- um trabalho intensivo, consumidor de tempo, que requer disciplina
- uma ferramenta viável a qualquer organização e aplicável a qualquer processo

### Benchmarking não é...

- um evento isolado
- uma investigação que fornece respostas simples e "receitas"
- cópia, imitação
- rápido e fácil
- mais um modismo da administração

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas se comparam entre si para determinar padrões de trabalho. Existe o interesse em identificar as boas práticas e as forças dos seus concorrentes com objetivo de aumentar a competitividade e ser mais participativo no mercado em que atuam.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIN, Tamy Ymei; ALVARENGA, Ricardo Gonçalves. *A Importância do Benchmarking para as Empresas numa Economia Competitiva*. 1999. Disponível em: <gvpesquisa.fgv.br/publicacoes/pibic/importancia-do-benchmarking-para-empresas-numa-economia-competitiva>. Acesso em: 30 set.

OLIVEIRA, José Carmo Vieira de. *Como posso identificar meus concorrentes com eficiência?* Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI219840-17161,00-COMO+POSSO+IDENTIFICAR+MEUS+CONCORRENTES+COM+EFICIENCIA.html>. Acesso em: 30 set. 2014.