

# Evolución del benchmarking como estrategia de crecimiento empresarial en el siglo XXI

## Evolution of benchmarking as a business growth strategy in the 21 st century

Wilson Gabriel Moreira Sornoza<sup>1</sup>, Regina Jiménez Chinga<sup>1\*</sup>,  
Lilia Nadia Dueñas Rivadeneira<sup>1\*\*</sup>

Recibido: 01/07/2025  
Aceptado: 13/08/2025  
Publicado: 31/03/2026

<sup>1</sup> Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador  
Correspondencia:  
wilson.moreira@utm.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4268-8048>

<sup>1\*</sup> Universidad Nacional de Piura, Lima, Perú  
Correspondencia:  
rjimenezc@unp.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-4048-0929>

<sup>1\*\*</sup> Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador  
Correspondencia:  
lduenas2823@utm.edu.ec  
<https://orcid.org/0009-0004-8153-5556>

Licencia:



Revista de la Facultad de Ingeniería Económica, Estadística y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Ingeniería

### RESUMEN

La evolución del benchmarking ha contribuido al desarrollo de las empresas en diferentes sectores económicos donde éstas desarrollan sus actividades empresariales. La aplicación de esta herramienta tiene como fin mejorar los procesos, comparando las prácticas propias con las de la competencia. Sin embargo, en las organizaciones, existe el desconocimiento de esta técnica, limitando adoptar estrategias que contribuyan al crecimiento empresarial. En consideración de aquello, el presente artículo tiene como objetivo analizar la evolución del benchmarking como herramienta para el crecimiento empresarial en el contexto actual, abordando temas que contribuyan al objetivo planteado, para este efecto, se aplicó la metodología basada en investigación documental-descriptiva, utilizando fuentes bibliográficas confiables y de impacto para este estudio. Empresas de diferentes sectores, como de transporte, telecomunicación, servicios, entre otras, han optado por procesos de benchmarking, logrando la optimización de sus recursos, así como su competitividad empresarial.

**Palabras clave:** Comparación; Competencia; Factores Internos; Externos

JEL: M10; M19; M20; M21; M29

## ABSTRACT

The evolution of benchmarking has contributed to the development of companies in various economic sectors where they carry out their business activities. The purpose of applying this tool is to improve processes by comparing one's own practices with those of the competition. However, within organizations, there is a lack of awareness of this technique, which limits the adoption of strategies that could contribute to business growth. In light of this, the present article aims to analyze the evolution of benchmarking as a tool for business growth in the current context, addressing topics that contribute to the stated objective. To this end, a methodology based on documentary-descriptive research was applied, utilizing reliable and impactful bibliographic sources for this study. Companies from different sectors, such as transportation, telecommunications, and services, among others, have opted for benchmarking processes, achieving optimization of their resources as well as their business competitiveness.

**Keywords:** Comparison, Competition, Internal Factors, External Factors

## 1. INTRODUCCIÓN

El benchmarking ha evolucionado significativamente desde su introducción en el ámbito empresarial, convirtiéndose en una herramienta empresarial relevante para el desarrollo y la competitividad en el siglo XXI. El término benchmarking fue utilizado por primera vez en 1979 por Xerox, que comenzó a cuestionar su modelo de gestión y a observar las mejores prácticas de la competencia para mejorar su rendimiento y así optimizar sus propias estrategias y procesos (Hernández & Cano, 2017).

A lo largo de las décadas, el benchmarking ha pasado por varias generaciones de desarrollo. La primera etapa se centró en la ingeniería inversa, mientras que la segunda, conocida como benchmarking competitivo, se enfocó en la comparación directa entre empresas. Posteriormente, la definición de este término se redefine en base a la evolución de algunos conceptos relacionados con los programas o procesos de calidad, analizar el mercado, y otras a fines a la optimización empresarial (Gilart et al., 2023). Es así, que en la actualidad se habla de una herramienta estratégica global de nuevos retos empresariales, donde las empresas no solo se comparan entre sí, sino que también comparten información y mejores prácticas a nivel internacional.

Con el paso del tiempo, el benchmarking se ha presentado como una estrategia primordial para el crecimiento de las organizaciones del siglo XXI, las empresas comparan sus procesos con los líderes del mercado, esta práctica les permite identificar oportunidades para consolidarse en el mercado donde compiten. En un entorno cada vez más exigente y competitivo, las entidades buscan constantemente mejorar sus prácticas y procesos, logrando así mantenerse en el mercado. El uso del benchmarking se ha vuelto determinante para las empresas, tiene una relación directa con las ventas de la misma en base a un enfoque de la mejora empresarial, promoviendo el crecimiento en el sector donde compite (Herrera et al., 2023).

En este contexto, el protagonismo empresarial ha cobrado una importancia significativa, por su capacidad para adaptarse a los cambios y liderar la implementación de estrategias innovadoras se ha convertido en un factor relevante para el éxito organizacional de las empresas (Ching & Saavedra, 2024). La evolución de este rol no solo se ha centrado en la ventaja competitiva, sino que se ha vuelto una necesidad imperativa para la supervivencia y la evolución empresarial en un entorno caracterizado por un desarrollo constante.

Por tal razón, el benchmarking es considerado una herramienta de gran aporte para la mejora de los procesos empresariales, sin embargo, existen empresas que no logran aplicarlo, por el desconocimiento que se tiene sobre la utilidad del benchmarking, limitando a desarrollar procesos eficientes en la organización, limitando el crecimiento y competitividad empresarial (Briones et al., 2021). Las empresas compiten en mercados cada vez más exigentes, cambiantes, por esta razón, sus procesos deben alinearse a la optimización de los recursos en sus procesos integrales.

Esto nos lleva a realizar un análisis sobre las prácticas gerenciales actuales, que buscan fortalecer las relaciones empresariales y posicionar una marca o producto, optimizando los procesos en donde se logre una mejor productividad, mejorando la reputación local, regional y global donde opera la empresa (Chávez et al., 2023). El Benchmarking es una práctica de mejora continua, permite recabar información sobre los procesos internos, así como de la competencia para mejorar su posición y contrarrestar los efectos provocados por el entorno. A pesar de los avances de la aplicación del benchmarking como estrategia de crecimiento empresarial, existen vacíos en la literatura actual que justifican la necesidad de identificar las tendencias actuales en este campo. Por lo tanto, surge la pregunta de investigación ¿Cómo ha evolucionado el benchmarking como estrategia de crecimiento empresarial en el siglo XXI?. El trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la evolución del Benchmarking como

herramienta para el crecimiento empresarial en el contexto actual, abordando criterios empíricos y teóricos para cumplir con el objetivo propuesto.

## **2. METODOLOGÍA**

Para la revisión bibliográfica sobre la evolución del benchmarking como herramienta para el crecimiento empresarial en el contexto actual, se realizó un proceso de búsqueda y selección de fuentes basado en publicaciones de mayor impacto en revistas científicas. Se consideraron bases de datos especializadas como Scopus, Web of Science, Scielo, Dialnet y Google Académico. Se incluyeron artículos originales y de revisión publicados en los últimos cinco años, en español e inglés, y disponibles para su revisión. Asimismo, se terminaron palabras clave como benchmarking, crecimiento empresarial, evolución, estrategia empresarial, organizándolos escritos en categorías acordes a la temática de estudio.

La investigación es de tipo cualitativo, de diseño documental, Calle (2023), menciona que los estudios documentales plantean un procedimiento basado en las características del objeto de estudio, y la obtención y revisión de documentos. Las bases de datos y repositorios son proporcionadas para la selección de estudios relevantes y de calidad. Se consideran trabajos científicos revisados por pares, revistas sistemáticas y metaanálisis que traten de forma específica la evolución del benchmarking en el contexto empresarial actual.

Se omitieron estudios como tesis, editoriales, conferencias, o cualquier otro documento que no haya sido arbitrado para su publicación. Se priorizó la relevancia temática, la actualidad de las publicaciones y la contribución significativa al conocimiento existente en el campo del benchmarking y el crecimiento empresarial. Este proceso de búsqueda y selección de fuentes garantizó la inclusión de estudios pertinentes y actualizados que respaldan el análisis de la evolución del benchmarking como estrategia para el crecimiento empresarial en el contexto actual en el artículo de revisión bibliográfica.

## **3. DISCUSIÓN**

### **Definición y concepto del benchmarking**

Se entiende por benchmarking a un proceso sistemático mediante el cual una organización mide su rendimiento en comparación con los mejores del sector. Este procedimiento abarca la recopilación de la información necesaria, el

análisis de las capacidades de otras empresas y la puesta en marcha de mejoras derivadas de esos descubrimientos. Según un estudio, el benchmarking no solo ayuda a identificar brechas en el rendimiento, sino que también fomenta la innovación al permitir que las empresas aprendan de las mejores prácticas de otros sectores y adaptarse a cambios de la industria (Espinoza & Gallegos, 2019).

De acuerdo a (Vikarchuk et al., 2022) benchmarking es una técnica de gestión que permite a las organizaciones medir su desempeño comparándolo con las mejores prácticas del sector, con el fin de mejorar su competitividad y eficiencia. Este proceso implica identificar, entender y adaptar los procesos exitosos de otras organizaciones, del mismo sector o de otro, para optimizar las propias operaciones y mejorar los resultados comerciales. Las prácticas empresariales buscan la eficiencia en la administración de los recursos y la mejora de la productividad empresarial.

### **Historia y evolución del benchmarking**

El término "benchmarking" tiene sus raíces en la práctica de la medición comparativa utilizada en diferentes industrias para identificar las mejores prácticas y emularlas. Originalmente, este término estaba vinculado a la evaluación del rendimiento de sistemas de computación, pero su aplicación se ha ampliado enormemente con el tiempo en diversos sectores empresariales (Freiburger, 2023). La evolución del benchmarking ha llevado a su aplicación en todos los ámbitos como la medicina, donde se considera como una medida para comparar resultados quirúrgicos, lo que permite la identificación de los mejores resultados posibles y, por tanto, aumentar la calidad del cuidado de la salud (Wu et al., 2023).

El vocablo "benchmarking" tiene su origen en la práctica de la medición comparativa llevada a cabo en distintos sectores con la finalidad de conocer las mejores prácticas e imitarlas. Inicialmente, el término benchmarking se asociaba a la evaluación del rendimiento de sistemas informáticos, no obstante, su ámbito de aplicación se ha visto muy ampliado con el paso del tiempo en diferentes áreas de la actividad empresarial (Freiburger, 2023). La evolución del benchmarking ha permitido su uso en otros ámbitos como la medicina, donde es una herramienta para comparar resultados quirúrgicos, lo que a su vez posibilita la identificación de los mejores resultados posibles y, por tanto, la mejora de la calidad del cuidado de la salud (Wu et al., 2023).

El benchmarking ha evolucionado hasta dejar de ser una simple herramienta de medición para convertirse en una metodología compleja y multidisciplinaria que desempeña un papel fundamental en la mejora continua de procesos, productos y servicios en multitud de industrias. Esta evolución va acompañada de su creciente importancia como camino para alcanzar niveles óptimos de competitividad y eficiencia en un mundo globalizado. Con el paso de los años la metodología del benchmarking se ha ido perfeccionando, por ejemplo, en el ámbito de la optimización de algoritmos, donde se han llegado a desarrollar técnicas específicas para evitar sesgos en los resultados y aumentar la fiabilidad de las comparaciones (Auger & Hansen, 2021).

El Benchmarking, a su vez, aporta en su aplicación carácter de herramienta clave de la estrategia empresarial, en la medida en que permite a las organizaciones mejorar sus procesos al adoptar las mejores prácticas, lo que a su vez repercute en la obtención de ventajas competitivas sostenibles. Según Archipova et al., (2023), el benchmarking da la posibilidad de diagnosticar los puntos débiles de los procesos y reorientarlos para mejorar el desempeño estratégico.

A ello se añade, además, la posibilidad de incorporar innovaciones y mejoras en la calidad de los productos y servicios que se ofrecen, lo cual es imprescindible para poder seguir siendo competitivo en mercados que no dejan de evolucionar. En este sentido, Puzyrova (2020), subraya que el benchmarking no solo contribuye a mejorar los procesos internos de la empresa, sino que además es un instrumento muy eficaz para poder anticipar cambios en el entorno empresarial y estar en disposición de afrontarlos adecuadamente.

### **Tipos de benchmarking, etapas y su aplicación**

Hay distintos tipos de benchmarking, que se emplean según los objetivos de la empresa y el entorno en el que actúa. Para este apartado, tomaremos los tipos de benchmarking que proponen Mihalciuc y Nicoreac (2023):

**Tabla 1**  
*Tipos de Benchmarking*

<b>Tipos de Benchmarking</b>	<b>Definición</b>
Interno	Se enfoca en comparar distintos departamentos dentro de la misma empresa, estandariza procesos, optimiza el rendimiento interno de la empresa.
Competitivo	Comparación directa con los competidores más fuerte de la industria, le permite a la empresa anticiparse a movimientos estratégicos del mercado
Funcional	Se basa en mejorar procesos específicos, como logística, recursos humanos, marketing, etc. Mejora las prácticas de área clave, optimizando la eficiencia operacional.
Genérico	Compara los procesos de negocios más básicos y comunes con los líderes en cualquier industria, promoviendo la innovación y mejora continua.

**Nota.** *Elaborado por autores, tomado de Mihalciuc y Nicoreac (2023).*

El benchmarking es un proceso sistemático, este proceso se realiza en varias etapas clave, para asegurar que la comparación sea efectiva y que los resultados derivados sirvan como base para el desarrollo de la empresa. Por la relevancia, se consideran las etapas analizadas por De Cárdenas (2006) tomadas de su investigación:

- Identificar a que se le va a hacer benchmarking: Determinar en primer lugar las necesidades de los gestores del proceso, aquí se establecen aspectos específicos para la evaluación comparativa, además, se asignan los recursos necesarios en esta etapa.
- Crear el equipo de benchmarking: En esta fase se gestionan las tareas y definen las actividades para cada participante, se consideran las herramientas para el desarrollo del proyecto, es decir, se elige, organiza y dirige el equipo.
- Establecer las fuentes del Benchmarking: Abarca el proceso de reconocimiento de las mejores prácticas organizacionales e industriales, así como también, señalar las fuentes que servirán para obtener información en el desarrollo del proceso comparativo.

- Seleccionar y comparar la información: Se sugiere el uso de métodos concretos que faciliten recabar la información necesaria, la misma que se analizará de acuerdo a las exigencias del cliente, en donde se llegue a recomendar acciones que promuevan el cambio, siendo indispensable que las personas a cargo de esta actividad estén bien informadas de las pautas a seguir.
- Actuar: En esta parte, se emite el informe con un conjunto de sugerencias para la práctica concreta del cambio. Se recomienda que, al concluir esta actividad, se discutan de nuevo las necesidades de los clientes y expongan los procesos de ejecución a seguir, de esta forma se garantiza el seguimiento y continuidad del proceso de Benchmarking.

La aplicación del benchmarking en los últimos años ha evolucionado de una manera dinámica, llegando aplicarse a diferentes sectores empresariales, llegando a consolidarse como una herramienta estratégica para la competitividad empresarial, aplicándose en sectores como, el transporte, la banca, la tecnología de la información (TI), gestión agrícola, entre otros. Por medio de múltiples estudios expresan la relevancia del benchmarking por el papel de la mejora en la eficiencia y competitividad empresarial. Este enfoque ayuda a las empresas a identificar debilidades y oportunidades de mejora para un crecimiento continuo (Mihalciuc y Nicoreac, 2023). Es así, que se muestra lo que destacan algunos autores sobre la finalidad de aplicar esta herramienta empresarial en diferentes sectores económicos:

**Tabla 2**

*Aplicación del Benchmarking en sectores empresariales*

<b>Sector</b>	<b>Razón de aplicación</b>
Transporte	Se lo emplea para optimizar la gestión de pavimentos en redes viales, siendo útil la aplicación por la complejidad y cantidad de variables involucradas en el sector (Shivaramu et al., 2021).
Bancario	En este sector se utiliza el benchmarking para analizar y mejorar procesos, optimizando la estructura de costos, incrementando la rentabilidad y mejorando la eficiencia operativa (Koval et al., 2021).
TI	En este sector altamente dinámico el benchmarking se centra en mantener la competitividad, para lo cual propone establecer metas y evaluar el rendimiento con las mejores prácticas del sector (Dhanabhakym & Jenifer, 2023)
Agrícola	En la agricultura, el benchmarking se emplea para formular estrategias de marketing eficaces que permitan a las unidades de negocio complementarse a los cambios del sector, mejorando su posición competitiva (Boychev & Cyril 2021).
Hotelero	En el sector hotelero, el benchmarking ha sido de gran aporte para mejorar la gestión y eficiencia operativa. Al utilizar el benchmarking, las empresas hoteleras pueden ajustar sus estrategias enfocadas en el cliente, siendo eficientes en los tiempos en la mejora de los procesos, lo que conduce a un crecimiento sostenido (Zadneprovskaya et al., 2021).

**Nota.** *Elaborado por autores (2024).*

### **Factores que influyen en la implementación efectiva del benchmarking**

Para que este proceso sea efectivo, la puesta en marcha del mismo debe hacerse teniendo en cuenta no sólo aspectos metodológicos y de adaptación del proceso a las necesidades de la empresa, sino también aspectos culturales

y ambientales. Es por ello que a continuación se mencionan algunos de los aspectos que se deben tener en cuenta y que han sido tomados de diferentes estudios:

- 1.- Factores culturales y ambientales: La cultura de la empresa y el entorno son factores imprescindibles para que la puesta en marcha del benchmarking sea un éxito. En una investigación llevada a cabo, se demostró que la inclusión de aspectos ambientales y culturales en las actividades de benchmarking no solo incrementa la competitividad, sino que también mejora el desempeño de la organización. Asimismo, se subrayó que la implantación de una cultura colaborativa y abierta al aprendizaje externo es, sin duda, el factor determinante para que el benchmarking funcione (Alsharari & Aljohani, 2023).
- 2.- Técnicas metodológicas empleadas: La utilización de modelos multidimensionales y la realización de análisis comparativos exhaustivos facilitan una implantación del benchmarking más precisa y con mejores resultados. Un modelo conceptual que hace uso de indicadores tanto cualitativos como cuantitativos ha resultado fundamental para que la eficiencia y la competitividad de las empresas mejoren, sobre todo en sectores con una competitividad extrema (Burennikova, 2022).
- 3.- Ajuste a entornos concretos: El benchmarking será más eficiente si la compañía responde adaptando las técnicas y los procesos a su entorno, ya sea el de la industria o el operativo. Por ejemplo, que los benchmarks se modifiquen para que no solo reflejen con la mayor exactitud posible la realidad operativa de la organización, sino también sus objetivos estratégicos (Graham & Singh, 2021).
- 4.- Obstáculos metodológicos: La correcta elección de las metodologías y herramientas para llevar a cabo el benchmarking es clave para que la empresa no caiga en sesgos y, por lo tanto, pueda disponer de resultados fiables y con los que poder actuar (Shivaramu et al., 2021).

### **Crecimiento empresarial**

El crecimiento empresarial es un desafío complejo que depende de aspectos como la rentabilidad, la innovación, la competitividad y la mejora continua de los productos o servicios. Según Cruz et al., (2020) el crecimiento de una organización puede lograrse de dos maneras: por incremento de los ingresos de la empresa dado por el aumento de las ventas del producto o servicio; o por el

incremento del beneficio financiero de las operaciones, lo que permite reducir costos.

Por otro lado, Germán y Marines (2023) definen que el crecimiento empresarial es el conjunto de acciones mediante las cuales una empresa incrementa sus actividades, aumenta su capacidad productiva y fortalece su posición en el mercado. Este crecimiento puede reflejarse en diferentes aspectos, por ejemplo: aumento de ingresos, expansión territorial, diversificación de productos o servicios, incremento del portafolio de clientes. Es uno de los indicadores más importantes de la salud financiera y estabilidad a largo plazo de una empresa, ya que demuestra su capacidad de adaptación y de desarrollo en un mercado competitivo. Las empresas se enfrentan a diferentes retos para competir y mantenerse en el mercado, por lo que sus estrategias deben garantizar este crecimiento.

Por ejemplo, el crecimiento empresarial es fundamental porque permite a las empresas beneficiarse de economías de escala, lo que reduce costos y mejora la eficiencia operativa. Además, un crecimiento sostenido fortalece la capacidad de la empresa para desarrollar e innovar, acceder a nuevos mercados, y aumentar su cuota de mercado. Este crecimiento también contribuye al desarrollo económico más amplio, generando empleo y estimulando la inversión. Las empresas que logran crecer de manera consistente están mejor posicionadas para enfrentar desafíos económicos y aprovechar oportunidades emergentes en sus industrias Maldonado et al., (2021).

### **Factores a considerar para el crecimiento empresarial**

Para Fitriyani (2021) el crecimiento empresarial es un proceso que está afectado a diversos factores, tanto internos como externos, los mismos que tienen diversas formas de medición que llegan a determinar el crecimiento de una organización, para lo cual es necesario considerar los siguientes puntos:

#### **Factores internos:**

- Cultura organizacional y habilidades de liderazgo: Son aspectos fundamentales para el desarrollo empresarial. El compromiso de los líderes para dirigir eficazmente, junto con una cultura organizacional sólida, donde se definen los objetivos y valores empresariales, tiene un impacto positivo en el crecimiento empresarial y rentabilidad financiera (Roy & Duraipandian, 2021).
- Gestión y eficiencia operativa: Aspectos internos como la eficiencia operati-

va, el tamaño de la empresa y la estructura de capital también juegan un papel protagonista en el rendimiento financiero y crecimiento empresarial. Estudios recientes han mostrado que una gestión eficiente y un adecuado manejo del capital repercute en la salud financiera y el desarrollo de las empresas (Nguyen et al., 2023).

- Estrategia de marketing y capital empresarial: Las estrategias de marketing eficaces y una base de capital sólida, son también, elementos clave, sobre todo, en pequeñas empresas. La puesta en marcha de estrategias de marketing bien planificadas, junto con una gestión adecuada del capital, aporta un gran valor al crecimiento y la competitividad de la empresa (Upe & Aswan, 2022).
- Competencias gerenciales y estructura organizativa: Las competencias gerenciales y la estructura de la empresa, son factores internos que determinan el crecimiento empresarial. Entre estas competencias destaca, por ejemplo, la orientación emprendedora, consecución al logro empresarial, y una estructura organizativa que se acomode a los objetivos de la empresa, facilitando, así, el crecimiento sostenible (Runtuk et. al., 2023).

### **Factores Externos:**

El crecimiento empresarial también depende de los factores externos que rodean a una empresa y que pueden determinar su éxito o fracaso. Entre estos factores se encuentran las condiciones económicas y legales, la competencia o la disponibilidad de recursos:

**Condiciones económicas y competitividad:** Las condiciones económicas y el nivel de competencia son dos factores externos muy importantes que condicionan el crecimiento empresarial. La inestabilidad económica, la competencia desleal, o las dificultades para acceder a financiación, son algunas de las trabas que más han perjudicado al posicionamiento de empresas de todos los sectores en los que compiten (Roy & Duraipandian, 2021).

**Entorno regulatorio y tecnológico:** Factores como las regulaciones gubernamentales, las políticas económicas, y los cambios tecnológicos también influyen en la formulación y ejecución de estrategias que encaminen al desarrollo de la empresa. La capacidad de las organizaciones para adaptarse a estos cambios es vital para su crecimiento y la sostenibilidad (Purwanti et al., 2023).

**Factores sociales y demográficos:** Los factores sociales y demográficos, como

la aceptación cultural, la dinámica poblacional, y las relaciones con la comunidad, también tiene un papel trascendental en el desarrollo empresarial. Estos factores pueden facilitar o dificultar la expansión de las empresas dependiendo de cómo se interactúe con este grupo de interés (Khachatryan, 2021).

Políticas gubernamentales: Políticas gubernamentales de apoyo a la industria son esenciales, las regulaciones, el acceso al financiamiento, la formalidad jurídica de las empresas, son aspectos que promueven la estabilidad y crecimiento de las empresas (Engidaw, 2021).

#### **4. DISCUSIÓN**

El benchmarking promueve la ejecución de nuevas estrategias en una empresa, las mismas que encaminan al desarrollo de los empleados y al crecimiento empresarial, diferenciándose en el sector donde desenvuelve la actividad económica, ya sea comercial o productiva (Chávez & Fernández, 2023). En este sentido, Herrera et al. (2023) señalan que aplicar este tipo de herramientas impacta de forma positiva en los ingresos de la empresa, mejorando el rendimiento del negocio.

Para Fajardo et al., (2023) desarrollar este tipo de prácticas contribuyen a un crecimiento interno como externo, en donde se desarrollan competencias empresariales, así como también una adaptación a cualquier amenaza al negocio, y de esta forma crear valor para el grupo de interés de la empresa. Además, el benchmarking contribuye a esa mejora constante en los procesos, mejorando la productividad por medio de las mejores prácticas que de implementen, fortaleciendo la oferta de valor del bien o servicio, y de esta forma el negocio tenga un crecimiento sostenible (Archipova et al., 2023).

El benchmarking, a medida que evoluciona, se convierte en una estrategia central para el desarrollo empresarial, permitiendo a las empresas comparar su rendimiento con los líderes del mercado y adoptar prácticas que mejoren su competitividad. Esta práctica ha demostrado resultados eficaces en sectores industriales como de servicios; para Zadneprovskaya et al., (2021) mencionan, que el sector hotelero, relacionada al servicio, donde se aplican procesos de benchmarking, les permite identificar errores en sus políticas de ventas y optimizar sus estrategias de gestión, logrando así su competitividad en este sector.

Son diversos los sectores económicos que han logrado aplicar el benchmarking, ya que, al ser un proceso dinámico y continuo, se logra utilizar esta herramienta en diferentes empresas. Es así, que, en el caso del sector agrícola, la aplicación del benchmarking les ha permitido replantear estrategias comerciales, mejorando la imagen competitiva de estas unidades de negocio (Boychev & Cyril 2021). Otro sector donde ha tenido protagonismo es en el bancario, les ha permitido optimizar la eficiencia en sus procesos internos, impactando en el crecimiento de estas empresas, sobre todo por el incremento en los márgenes de rentabilidad (Koval et al., 2021).

Las estrategias de desarrollo empresarial basadas en benchmarking buscan desdoblarse mejores prácticas de sus procesos, en donde logren la optimización de sus recursos tangibles e intangibles, mejorando la eficiencia, la gestión y la sostenibilidad. Por tal razón, la aplicación continua del benchmarking además de mejorar la eficacia operativa, facilita la adaptación de las empresas a cambios en el mercado y en las condiciones externas, impulsando su crecimiento a largo plazo (Boichuk & Afanasenko, 2023). Los retos de las organizaciones es responder a las exigencias del mercado, observando las tendencias del mismo, donde los diferentes actores, como competidores, clientes, cada vez son más exigentes. Las empresas que implementan benchmarking de manera efectiva pueden mantenerse a la vanguardia de sus industrias, adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos y asegurar un crecimiento razonable (Uktamjonova, 2023).

Los factores internos, como externos, son aspectos que se consideran para medir un crecimiento empresarial, en base a estos aspectos, las instituciones optan por estrategias para poder competir. El benchmarking además de potencializar y mejorar los procesos de la empresa, aplica un análisis sobre las estrategias que aplican los competidores, con la intención de poder captar clientes y mantener un crecimiento empresarial en el sector.

Esto no solo mejora la eficiencia y calidad de las operaciones, sino que también aumenta la competitividad, lo que lleva a un crecimiento empresarial sostenido (Boichuk & Afanasenko, 2023). Es decir, este tipo de estrategias empresariales permite identificar oportunidades de mejora y potenciar un crecimiento. Las decisiones que se tomen sobre la gestión estratégica del benchmarking son esenciales para mejorar la calidad del servicio, reducir costos y simplificar tareas, lo que impulsa el crecimiento empresarial (Shymko, 2021).

## 5. CONCLUSIONES

Los resultados relevantes de esta revisión bibliográfica sobre la evolución del benchmarking como herramienta para el crecimiento empresarial en el contexto actual han demostrado hallazgos significativos que contribuyen al campo de estudio. Se ha evidenciado que la aplicación de esta herramienta empresarial potencializa la capacidad operativa de la organización, en donde se pueda comparar con empresas del mismo sector y así mejorar del desempeño organizacional.

La prospectiva organizacional y la capacidad de anticipación estratégica se han convertido en factores claves del éxito empresarial. En relación al objetivo de trabajo de analizar la evolución del benchmarking como herramienta para el crecimiento empresarial en el contexto actual, se han alcanzado nuevos conocimientos sobre el recorrido que ha hecho esta estrategia para afrontar los nuevos desafíos y aprovechar las nuevas oportunidades del entorno empresarial actual.

Son muchos los sectores empresariales que hacen su planteamiento estratégico basándose en el benchmarking, principalmente por los buenos resultados que este les reporta en sus procesos y en su productividad, lo que a su vez les mejora su posición competitiva y su crecimiento empresarial. Las conclusiones y futuras líneas de investigación que se extraen de este trabajo sugieren la conveniencia de profundizar en trabajos de campo sobre las prácticas de benchmarking en distintos sectores, así como analizar la relación que puede existir entre el benchmarking y la sostenibilidad empresarial y responsabilidad social.

Se propone indagar en la relación entre la evolución del benchmarking y el crecimiento empresarial en entornos concretos, como las pymes y sectores emergentes, para luego comprender mejor cómo esta estrategia puede ayudar a tener un comportamiento empresarial más alineado con los aspectos éticos y sostenibles en el futuro. Las empresas que apostaron por este tipo de estrategias lograron optimizar sus procesos, con lo que mejoraron la eficiencia operativa y, por lo tanto, su capacidad de adaptarse a las exigencias del mercado, orientadas a ser competitivas, con lo que mejoraron sus ingresos y beneficios.

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES

**Wilson Gabriel Moreira Sornoza:** Conceptualización; Curación de datos, Análisis formal.

**Regina Jiménez Chinga:** Metodología; Supervisión.

**Lilia Nadia Dueñas Rivadeneira:** Investigación; Redacción borrador – original; Visualización.

## REFERENCIAS

- Alsharari, N., & Aljohani, M. S. (2023). The benchmarking implementation and management control process as influenced by interplay of environmental and cultural factors: institutional and contingency perspectives. *Benchmarking: An International Journal*, 31(9), 3327-3348. <https://doi.org/10.1108/bij-11-2022-0733>
- Archipova, O., Liagutov, K., & Zelezinski, A. (2023). Benchmarking as a tool for forming a marketing strategy for the development of a catering company. *Economic Vector Journal*, 4(35), 25-30. <https://doi.org/10.36807/2411-7269-2023-4-35-25-30>
- Auger, A., & Hansen, N. (2021). Benchmarking: state-of-the-art and beyond. In *GECCO 2021-Genetic and Evolutionary Computation Conference Companion* (pp. 339-340). Association for Computing Machinery (ACM). <https://doi.org/10.1145/3449726.3461424>
- Boichuk, N., & Afanasenko, A. (2023). Effective Business Development Strategy. *Market Infrastructure*, 61-65. <https://doi.org/10.32782/infrastructure72-11>
- Boychev, B., & Cyril, S. (2021). Application of the Benchmarking Approach in the Agricultural Sector. *Agribusiness and Rural Areas - Economy Journal*, 181-191. <https://doi.org/10.36997/ARA2021.181>
- Briones, T., Carvajal, D., & Sumba, R. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Revista Polo del Conocimiento*, 6(3), 2026-2044. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926897>
- Burennikova, N. (2022). Enterprise Economics: The Updated Approaches to Benchmarking in the Context of Performance Modeling and Multidimensional Ranking. *Business Inform Journal*, 79-86. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-3-79-86>
- Calle, S. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Revista Ciencia Latina Internacional*, 7(4), 1865-1879. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7016](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016)
- Chavez, R., & Fernández, A. (2023). Benchmarking como estrategia en las organizaciones. *Revista Horizonte Empresarial*, 10(1), 185-196. <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2483>

- Ching, Y., & Saavedra, R. (2024). El rol del gerente de mercadeo y su impacto en las organizaciones. *Revistas Científica Sinergia*, 3(1), 211-233. <https://doi.org/10.48204/synergia.v3n1.5087>
- Cruz, D., Perez, s., Sauza, B., & Lechuga, C. (2020). La competitividad y el crecimiento empresarial en pymes manufactureras ¿están relacionados? *Revista Relayn*, 4(2), 27-37. <https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/article/view/23/30>
- De Cárdenas, A. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *Revista Acimed*, 14(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352006000400015&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352006000400015&script=sci_arttext)
- Dhanabhakym, M., & Jenifer, J. (2023). A Contrastive Study on Employee Performance and Benchmarking in the Selected IT Industry. *Revista Ijarsct*, 3(2), 524-528. doi: <https://doi.org/10.48175/IJARSCT-8531>
- Engidaw, A. (2021). The effect of external factors on industry performance: the case of Lalibela City micro and small enterprises, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10, 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00147-7>
- Espinoza, M., & Gallegos, D. (2019). Benchmarking, ¿cómo y de dónde?: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Espacios*, 40(37), 16-25. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p16.pdf>
- Fajardo, R., Saavedra, M., & Gómez, M. (2023). Revisión narrativa de literatura: Capacidades de innovación en la sostenibilidad empresarial de pymes. *Revista Pensamiento y Gestión* (54), 170-197. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64678795006>
- Fitriyani, Y. (2021). Pengaruh dewan komisaris, dewan direksi dan komite audit terhadap profitabilitas perbankan di BEI tahun 2017-2019. *Jurnal Imiah Manajemen, EKonomi, Dan Akuntansi*, 5(2), 849-867. [https://www.academia.edu/download/90998291/1186-Article\\_20Text-3414-publish.pdf](https://www.academia.edu/download/90998291/1186-Article_20Text-3414-publish.pdf)
- Freiburger, D. (2023). Computer Benchmarks: 50 Years Ago and Now. *ACM SIGHPC Connect Journal.*, 11(2). <https://doi.org/10.1145/3632261.363226>
- Germán-Soto, V., & Marines, A. (2023). Modelando crecimiento y rentabilidad empresarial de la industria de Coahuila. *Ensayos Revista de Economía*, 42(1), 1-32. <http://dx.doi.org/10.29105/ensayos42.1-1>
- Gilart, M., Silveira, Y., & Sanabria, J. (2023). *Benchmarking en Procesos Universitarios*. Sello Editorial Fungade. [https://www.researchgate.net/publication/371737003\\_Libro\\_de\\_Benchmarking](https://www.researchgate.net/publication/371737003_Libro_de_Benchmarking)
- Graham, D. J., & Singh, R. (2021). Model-based adjustment for conditional benchmarking. *IMA Journal of Management Mathematics*, 33, 381-393. <https://doi.org/10.1093/imaman/dpab021>
- Hernández, C., & Cano, M. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio de las organizaciones. *Revista Dspace*, 31-42. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>

- Herrera, C. O., Meneses-Claudio, B., & Rios-Rios, S. (2023). Business benchmarking is linked to the sales of companies in the industrial textile sector in northern Lima during the year 2022. *Revista Salud, Ciencia y Tecnología*, 2(481), 2-28. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023481>
- Khachatryan, V. (2021). External Environment of Realization of Entrepreneurial Potential of Enterprise. *Herald of Khmelnytskyi National University*, 3(294), 268-273. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-294-3-43>
- Koval, N., Pilyavoz, T., & Glushchenko, L. (2021). Innovative Tools of the Banking Sphere Based on Benchmarking. *Odessa National University Herald. Economy*, 5(90), 97-101. <https://doi.org/10.32782/2304-0920/5-90-16>
- Maldonado, G. G., García Ramirez, R., Mata Zamores, S., & Castillo Esparza, M. M. (2021). Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la PYME de la industria automotriz de México. *Revista Telos*, 23(1), 85-99. <https://doi.org/10.36390/telos231.07>
- Mihalciuc, C. C., & Nicoreac, D. (2023). Applicability and usefulness of the benchmarking tool in business practice. *European Journal of accounting, finance & business*, 11(1), 34-44. <https://ideas.repec.org/a/scm/ejafbu/v11y2023i1p34-44.html>
- Nguyen, H. C., Baik, B., Yoon, S., Park, T., & Nam, D. (2023). Benchmarking integration of single-cell differential expression. *Nature Communications*, 14(1), 1570. <https://doi.org/10.1038/s41467-023-37126-3>
- Purwanti, A., Judijanto, L., & Thalib, N. (2023). The influence of the external environment on business strategy planning and implementation. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(02), 42-49. <https://www.academia.edu/download/122648944/315.pdf>
- Puzyrova, P. (2020). Using benchmarking to facilitate effective business development management. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*, (1), 143. <https://test.knutd.edu.ua/handle/123456789/15781>
- Roy, R. K., & Duraipandian, R. (2021). Analysis of Business Internal Factors that Impact the profit of IT Entrepreneurship. *Psychology and Education*, 58(1). <https://pdfs.semanticscholar.org/5a14/ada42ad1c1dd365935de3895c-085d107c17d.pdf>
- Runtuk, J. K., Ng, P. K., Ooi, S. Y., Purwanto, R., Nur Chairat, A. S., & Ng, Y. J. (2023). Sustainable growth for small and medium-sized enterprises: interpretive structural modeling approach. *Sustainability*, 15(5), 4555. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4555>
- Shivaramu, K. M. S., & Prashanth, S. N. (2021). *Benchmarking as a tool for improving organizational performance*.
- Shymko, O. (2021). Benchmarking as a marketing tool to ensure the competitiveness of trading enterprises. *Business Inform*, 10(525), 387-392. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-387-392>

- Uktamjonova, Z. A. Q. (2023). Methods of implementation of benchmarking strategy in industrial enterprises. *IJMEF*, 3(12), 46–49. <https://doi.org/10.37547/ijmef/Volume03Issue12-09>
- Upe, J. A., & Aswan, A. (2022). Internal factors improving viability of small food and beverage businesses: The case of Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 20(1), 117-127. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(1\).2022.11](https://doi.org/10.21511/ppm.20(1).2022.11)
- Vikarchuk, O., Zavalii, T., & Kalinichenko, O. (2022). Benchmarking as a project tool of competitiveness in modern business. *Economics. Management. Innovations*, (2 (31)). <http://eui.zu.edu.ua/article/view/268874>
- Wu, T., Wang, B., Zhang, D., Zhao, Z., & Zhu, H. (2023). Benchmarking evaluation of building energy consumption based on data mining. *Sustainability*, 15(6), 5211. <https://doi.org/10.3390/su15065211>
- Zadneprovskaya, E. L., Poddubnaya, T. N., Panina, E. A., & Dzhum, T. A. (2021). Modern features of benchmarking in the hotel business. *New Technologies*, 17(4), 84–93. <https://doi.org/10.47370/2072-0920-2021-17-4-84-93>