



## **ORIENTACIÓN AL MERCADO DE LAS VIÑAS CHILENAS**

**LESLY MOLINA MARTÍNEZ  
DANIELA VALDIVIA ISAMIT**

**INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN INFORMÁTICA**

### **RESUMEN**

Este estudio investiga el grado de orientación al mercado que presentan las viñas chilenas y el efecto que dicha orientación provoca en el desempeño financiero. Determina cuáles son los factores más relevantes considerados por las viñas, al momento de tomar sus decisiones estratégicas y se evalúa si tales decisiones tienen un efecto positivo en su rendimiento empresarial. Su desarrollo se basa, inicialmente, en una recopilación bibliográfica del concepto de la orientación al mercado, considerando sus principales autores, además de las escalas existentes para la medición de la misma, con el propósito de conocer los estudios empíricos anteriores, los resultados obtenidos en ellos y descubrir la importancia de la orientación al mercado para las empresas. Por otra parte, se recopiló antecedentes sobre la situación actual de la economía chilena, de la industria del vino en Chile y la importancia que representa la orientación al mercado en las viñas chilenas. Con esta revisión bibliográfica, se estableció la utilización de dos escalas de medición de la orientación al mercado, MARKOR por un lado y la escala MKTOR por otro, en el diseño de un cuestionario que además de medir este concepto, solicitó información de desempeño financiero e innovación. La encuesta tuvo una tasa de respuesta del 25%, destacando que el estudio se aplicó a toda la población. Los resultados de la investigación, revelaron que la escala MARKOR mide de mejor forma la orientación al mercado. Y se descubrió que gran parte de las viñas chilenas, presentan un alto grado de orientación al mercado. Además, se comprobó, que las viñas orientadas al mercado, se ven influenciadas a innovar, generando ello, un mejor desempeño organizacional. Palabras claves: orientación al mercado, innovación, desempeño organizacional.