

# La Orientación al Mercado y sus Efectos en los Resultados de la Empresa

**Llonch Andreu, Joan**

## **Abstract**

La presente tesis doctoral pretende demostrar la existencia de una relación positiva entre el grado de orientación al mercado y los resultados de la empresa. A estos efectos se construye un modelo sobre la orientación de la empresa al mercado. Para probar las hipótesis que se formulan se realiza una investigación entre 144 empresas industriales con los resultados siguientes:

- 1) el grado de orientación al mercado puede medirse a través de un modelo unidimensional con tres componentes (orientación a los clientes, orientación a la competencia e integración y coordinación de funciones).
- 2) el grado de orientación al mercado no depende del sector, ni del tipo de producto, ni del tamaño de la empresa, ni de la existencia de capital extranjero.
- 3) el grado de orientación al mercado se correlaciona de forma positiva con la rentabilidad sobre la inversión, con el crecimiento y con los resultados globales. Pero no se obtiene correlación entre la orientación al mercado y el margen de beneficio sobre ventas.