

Orientación al mercado aplicado a APICOM S.A.¹

Introducción

La Orientación al Mercado (OM) ha sido considerada por Kohli, Jaworski y Kumar (1993) como fuente de ventaja competitiva para la empresa, llevando a generar creación de valor. En esta línea, su estudio se convierte en una cuestión de especial importancia para gestión y sostenibilidad empresarial. Por tanto, el objetivo de este capítulo fue investigar la apropiación de la OM en la empresa APICOM.

Este capítulo se encuentra estructurado de la siguiente manera; una primera parte se contextualiza la Orientación al Mercado, teniendo en cuenta literatura y estudios previos relacionados a dimensiones de interés de la OM

La segunda parte se centra en la descripción del sector al que pertenece la empresa y su crecimiento en Colombia; La tercera parte está centrada en la descripción de la empresa, su historia, su portafolio, su crecimiento y su situación actual, manejo de clientes, estrategias y posicionamiento.

En la cuarta parte de este capítulo se encuentra el diagnóstico de gestión de mercadeo realizado a la empresa, el método y los instrumentos usados. A continuación, la quinta parte se centrará en los resultados de los hallazgos respecto

¹ Este documento hace parte del proyecto de investigación empresarial por compendio de capítulos, resultado del trabajo de grado de la maestría en gerencia estratégica de mercadeo. Este documento constituye un capítulo del producto científico: libro resultado de investigación enfocado al tópico de mercadeo “Orientación al Mercado” coordinado por el profesor Leonardo Ortégón Cortázar de la IUPG. En consecuencia, no se utilizan las secciones típicas de artículo científico como resumen y palabras claves, pero si el enfoque sistemático de contextualización teórica, del ámbito empresarial y analítica del constructo de interés. No se autoriza la publicación parcial o total de este documento en ninguna plataforma divulgativa de conocimiento académico, profesional o científico. Únicamente se autoriza la divulgación y gestión para la modalidad de libro resultado de investigación a la oficina editorial de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

a la OM y sus dimensiones de análisis, para finalmente discutir las conclusiones de la investigación.