**Market Orientation, Growth Strategy, and Firm Performance: The Moderating Effects of External Connections**

**Igor Filatotchev, Zhongfeng Su, and Garry D. Bruxton**

**Orientação ao Mercado, Estratégia de Crescimento e Desempenho da Empresa: Os Efeitos Moderadores de Conexões Externas**

**Sumário**: Este estudo examina o efeito mediador da estratégia de crescimento (incluindo as estratégias de expansão de mercado e de produto) sobre a conexão entre orientação de mercado (MO) e desempenho da empresa, e os efeitos moderadores das ligações externas da empresa (incluindo as conexões políticas e empresariais) na relação entre MO e estratégia de crescimento.

Ele descobre que ambas as estratégias de expansão de mercado e produto são condutores chave através dos quais MO melhora o desempenho da empresa. Além disso, a relação entre MO e a estratégia de expansão do mercado é positivamente moderada pelas conexões políticas, mas negativamente moderada pelos laços comerciais, enquanto a ligação entre MO e estratégia de expansão do produto é moderada negativamente pelas conexões políticas, mas positivamente por laços comerciais. Através da combinação de efeitos mediadores e moderadores em um modelo que integra MO, estratégia de crescimento, conexões externas e desempenho da empresa, este estudo enriquece nosso conhecimento sobre as implicações da MO e fornece uma visão sobre os fatores que facilitam o crescimento da empresa.

**Palavras-chave:** conexões empresariais, desempenho empresarial, estratégia de expansão de mercado, orientação ao mercado, conexões políticas, estratégia de expansão de produto