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

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

**Orientación al mercado, estrategia de crecimiento, y desempeño empresarial: Los efectos moderadores de las conexiones externas**

**RESUMEN:** Este estudio examina el efecto mediador de la estrategia de crecimiento (incluyendo las estrategias de expansión de mercado y de producto) en el vínculo entre la orientación al mercado (OM) con el desempeño empresarial y los efectos moderadores de las conexiones externas de una empresa (incluyendo los lazos políticos y de negocio) en la relación entre la orientación al mercado y la estrategia de crecimiento. Se encuentra que ambas estrategias de expansión de producto y de mercado son conductos clave mediante los cuales la orientación al mercado mejora el desempeño empresarial. Combinando los efectos mediadores y moderadores en un marco que integra la orientación al mercado, la estrategia de crecimiento, las conexiones externas, y el desempeño empresarial, este estudio enriquece nuestro conocimiento sobre las implicaciones de la orientación al mercado y da una nueva comprensión de los factores que facilitan el crecimiento de la empresa.

**PALABRAS CLAVE:** Vínculos empresariales, desempeño empresarial, estrategia de expansión de mercado, orientación al mercado, lazos políticos, estrategia de expansión de producto