

Clústeres como plataforma para la internacionalización

Berrbizne Urzelai ^{a,1}, Francisco Puig ^b

^a University of the West of England, Reino Unido

^b Universidad de Valencia, España

doi: 10.20420/eni.2017.163

Resumen

La cooperación empresarial y el intercambio de información y conocimientos son acciones y decisiones que las empresas pueden poner en práctica para competir más eficazmente en entornos globalizados. Esas opciones son más relevantes para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) que deciden acceder y expandirse en y hacia nuevos mercados internacionales. La existencia de esas redes, tanto en origen como en destino, estimula la creación y adquisición de un capital social que permite a los miembros incrementar su capacidad competitiva internacional. El estudio de esas interacciones permitirá mejorar la eficacia del efecto clúster y sus mecanismos.

Palabras clave: clúster, internacionalización, redes, capital social.

Clasificación JEL: M2, L1.

Fuente de referencia: Proyecto UV-INV-AE-488900 titulado “Internationalization through clusters: social networks and marketing”.

1 Competitividad empresarial y localización: el papel de los clústeres

Una buena parte de la literatura económico-empresarial ha evidenciado las características específicas de la empresa y de su industria/sector como determinantes de su rendimiento (efecto empresa y efecto industria). Desde otra perspectiva más centrada en la actividad, se ha identificado la localización como una dimensión clave para explicar las diferencias en su desempeño y competitividad (efecto clúster). En esta línea, entre los indicadores más utilizados destacan la productividad, la rentabilidad, la innovación, la supervivencia y la internacionalización.

En la literatura relativa a las aglomeraciones geográficas de empresas, uno de los enfoques más empleados es el basado en los clústeres y distritos industriales. En el mismo, esas aglomeraciones son definidas como grupos de organizaciones que interactúan en un sector

económico y en un territorio geográficamente limitado, donde la cooperación e intercambio de información y conocimientos entre las mismas favorece el crecimiento y desarrollo regional (Porter, 1998). Dichas interacciones se originan por la proximidad (geográfica y cognitiva) y la participación activa de las empresas que conforman la red social (clúster). Por tanto, los clústeres están formados por una variedad de nodos (personas, instituciones, empresa) y de relaciones (formales e informales) que permiten la generación de una serie de sinergias que ayudan a obtener ventajas competitivas. Ejemplos exitosos de tales aglomeraciones se encuentran en todos los continentes y en múltiples actividades, como por ejemplo el caso de las tecnologías de la información en Silicon Valley (EE.UU.) o el del sector del azulejo de Castellón (España).

Desde los años 80, el fenómeno asociado con el *clustering* ha atraído el interés de economistas, geógrafos, sociólogos, etc. Dentro de ese

¹ Autor de correspondencia: berrbizne2.urzelai@uwe.ac.uk

enfoque se han trazado diferentes líneas, no excluyentes, que han estudiado el origen de los mismos, estructura, evolución, etc. En la literatura más empresarial podemos destacar la encargada de su delimitación geográfica/mapeo (Boix & Galleto, 2005) y conceptual (Martin & Sunley, 2011), la del análisis del efecto que esas aglomeraciones tienen sobre el comportamiento estratégico y performance de las empresas (Neffke y otros, 2011), y la del diagnóstico de los determinantes por las que esos entes territoriales exhiben un desigual rendimiento (Molina-Morales & Martínez-Fernández, 2004). Todo ello se ha traducido en una vasta producción científica que desde diferentes tradiciones investigadoras han tratado de ordenar y caracterizar toda esa literatura, tal y como lo evidencian los trabajos de Hervás-Oliver y otros (2015). Sin embargo, pese a la relevancia que tiene en ámbitos directivos y profesionales, el rol que los clústeres juegan en el proceso de internacionalización de las empresas es un aspecto pendiente de análisis.

2 El reto de internacionalizar una PYME

Conforme se han ido implementando distintos acuerdos de libre comercio y se han ido desarrollando nuevas tecnologías de información y comunicación, el escenario competitivo de las empresas se ha vuelto más turbulento y globalizado. Para afrontar ese nuevo escenario la mayoría de las empresas han reconfigurado sus estrategias corporativas, competitivas y funcionales. Las PYMEs, caracterizadas por poseer menos recursos y conocimientos, también han tenido que adaptarse a este proceso de internacionalización, bien en solitario o estableciendo vínculos de colaboración con otros agentes.

Desde una perspectiva transformadora y

geoestratégica, dos respuestas parecen haber sido claves para afrontar ese proceso (Coucke & Sleuwaegen, 2008): a) el incremento significativo de importaciones de productos provenientes de países emergentes así como el *outsourcing* internacional, y b) la multilocalización o relocalización (parcial o total) de diversas funciones en ámbitos geográficos más económicos. Por ello, en ese nuevo escenario la internacionalización es un reto desde el que están emergiendo nuevos modelos y teorías de internacionalización que van más allá del modelo tradicional gradual en el que la empresa incrementa sus recursos y su grado de implicación en el exterior según va adquiriendo experiencia en el mercado (Johanson & Vahlne, 2009).

Efectivamente, frente esa visión tradicional ahora se observan otras realidades caracterizadas por una acelerada internacionalización, alto compromiso con los mercados exteriores y orientación global. Sin embargo, informes recientes como los del BBVA² o ICEX³ han advertido que, la actividad internacional de las PYMEs, en comparación con otras economías similares (Francia, Alemania, Italia), es irregular, está llena de casos de fracaso y con un crecimiento menor.

¿Qué aspectos llevan a esas empresas a actuar así y cuáles están ligados a un mejor resultado internacional? De acuerdo con la literatura, esos determinantes se podrían vincular con la pertenencia a redes de empresas de base territorial (Pla-Barber & Puig, 2009). De acuerdo con ese enfoque, la identificación y explotación de oportunidades, así como la reducción en los obstáculos que las empresas deben afrontar derivados del tamaño, el desconocimiento del país o falta de información sobre los mercados, podrían afrontarse desde la

² Correa Lopez, M. y Doménech, R. (2012). *La internacionalización de las empresas españolas* (No. 12/29). BBVA Bank, Economic Research Department.

³ ICEX España Exportación e Inversiones (2014). *Perfil de la empresa exportadora española*. Año: enero-noviembre 2013, Madrid.

pertenecía a un clúster (Tan & Meyer, 2011).

Por todo ello, hoy en día podemos caracterizar, en el ámbito internacional, nuevas realidades organizativas según los actores que las componen: a) una asociación nacional sectorial (*iniciativas clúster*), b) una actividad económica en un territorio determinado (*clústeres industriales*) o c) un territorio extranjero y unos lazos étnicos y culturales (*clústeres de compatriotas*). Esas tres realidades dan lugar a plataformas que dan soporte al reto internacional de las empresas.

Las organizaciones e *iniciativas* clúster pueden servir de plataforma para la cooperación entre los miembros y la mejora de su competitividad internacional. Estas organizaciones facilitan servicios a cambio de una cuota, establecen relaciones que facilitan la creación de oportunidades de negocio con socios externos, y organizan misiones comerciales, entre otros. Los clústeres “*en origen*” también sirven de plataforma en las primeras fases de internacionalización, por ejemplo para incrementar sus exportaciones y ofrecer información y oportunidades de negocio. Los clústeres de compatriotas, o grupos de empresas del mismo país de origen, parecen muy válidos para los modalidades de internacionalización más comprometidas (inversión directa extranjera – IDE) y mercados más distantes (Alfaro & Chen, 2014).

Por ejemplo, un importante número de empresas vascas han co-localizado sus filiales en una misma ubicación en Kunshan, provincia de Jiangsu, China (Urzelai & Puig, 2016; Urzelai, 2017). En casos como éste, en que existe una proximidad geográfica, pero también organizacional y cultural, estos polos industriales podrían evolucionar hacia un “*overlapping clúster*” donde las filiales aprovechen externalidades de tipo país, industriales y organizacionales. Desde un

proceso inverso, empresas Chinas provenientes mayormente de Beijing, Shanghai y la provincia de Jiangsu se localizan principalmente en los estados de Baden-Württemberg y Bavaria de Alemania (Shen, 2015). Ese fenómeno es generalizable a otras geografías de origen y destino (Stallkamp y otros, 2017). Por tanto, más allá de la búsqueda de externalidades relacionadas con la actividad, el sector o las vinculaciones dentro de la cadena de valor, hay clústeres de empresas que se crean por vínculos sociales y su efecto es significativo en el crecimiento y desarrollo internacional (Meyer y otros, 2011).

En una primera fase de internacionalización las empresas pueden beneficiarse de la pertenencia a un clúster para incrementar sus exportaciones a través de los servicios que el clúster ofrezca para posicionar y dar a conocer la empresa en mercados exteriores, para incrementar su capacidad estratégica global, para asesorar sobre ayudas a la internacionalización, o para facilitar el acceso a nuevas oportunidades de negocio o vías de entrada (distribuidores, agentes, etc.) (ej. Pla-Barber & Puig, 2009). Por otro lado, en una fase más avanzada del proceso de internacionalización, las empresas invierten en mercados extranjeros a través de modalidades que implican más recursos. En esta etapa, los clústeres de compatriotas o empresas del mismo país de origen aportan un entorno de inversión propicio para, entre otros, adquirir legitimidad y poder de negociación en el mercado destino, reducir la incertidumbre y oportunismo, o facilitar un ecosistema de conocimiento tácito y apoyo mutuo (Urzelai, 2017).

En definitiva, frente a la globalización y liberalización de mercados, la cooperación empresarial vía *clustering* es fundamental, especialmente para las PYMES y su andadura internacional. Por ello, el enfoque ampliado del efecto clúster supone considerar que las

empresas están simultáneamente interconectadas productiva, social y comercialmente en origen y en destino, y a través de diferentes tipos de interacciones. En otras palabras, que esas realidades organizativas actúan como plataformas para la internacionalización.

3 El *clustering* como marco relacional: la dimensión social

Como venimos argumentando, parece lógica la influencia que tienen los clústeres en la generación y desarrollo de redes sociales, ya que el proceso social de aprendizaje entre empresas funciona mejor cuando los socios están lo suficientemente cerca como para permitir una interacción frecuente y un intercambio real de información. La cooperación encuentra en los clústeres el escenario propicio para su desarrollo ya que es en ese contexto donde se dan las condiciones básicas para su existencia (proximidad geográfica y/o cognitiva). Por tanto, la proximidad geográfica, junto con la interacción y cooperación, hacen que esas redes produzcan externalidades de información y conocimientos.

Las redes y conexiones sociales son especialmente útiles en los casos donde la internacionalización necesita un alto grado de confianza mutua entre las distintas partes. A cambio, el eficaz funcionamiento de las mismas limita el costo de la coordinación y reduce al mínimo el riesgo de comportamientos oportunistas. El valor de esas redes sociales puede entenderse en términos de capital social. El capital social se concibe como la suma de recursos que acumula un individuo o un grupo de individuos por el hecho de poseer una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de familiaridad y reconocimiento. Cuando ese recurso se emplea para una expansión geográfica, las organizaciones pueden deliberadamente crear mecanismos que propicien la adquisición y

gestión del capital social (internacional) vía recursos y conocimientos, en y de los mercados distantes (Masciarelli, 2011).

Entonces, si el *clustering* y su derivada del capital social son tan eficaces ¿por qué algunos clústeres han desaparecido y algunas iniciativas basadas en ese modelo relacional han fracasado? Pensamos que eso es debido a que existen diferentes tipos de clústeres y que éstos pueden aportar diferentes tipos de ventajas a las empresas internacionales. Existen rasgos diferenciales *inter* e *intra* clústeres debido al ciclo de vida del sector, la capacidad de absorción de sus empresas o las características de sus participantes que permiten identificar un amplio y diverso abanico de combinaciones y estadios evolutivos. Por ejemplo, si aceptamos que un clúster textil colombiano diferirá de uno italiano porque el entorno competitivo vigente en cada uno de ellos (tamaño de las empresas, clientes, proveedores etc.) es diferente, también un clúster de compatriotas chinos localizados en Alemania diferirá de otro de compatriotas españoles en China debido a sus orígenes. Entonces podremos aceptar que una iniciativa o plataforma clúster no tendrá el mismo efecto para todas las empresas porque éstas difieren en términos de capacidad de absorción, experiencia, etc.

Los inversores que entran por primera vez y en solitario, experimentan un mayor grado de marginalidad y dificultades. Además, cuanto más tácito es el conocimiento compartido de la red, más importante es la proximidad geográfica y cognitiva. Por ejemplo, imaginemos un grupo de empresas españolas que deciden instalarse en la India. Los nuevos inversores tendrán una mayor necesidad de conocimiento local que los ya instalados. Esa necesidad los conducirá a buscar una aglomeración de tipo país o étnico (ej., en el parque de empresas vascas de Pune). Tras el establecimiento de la actividad se desarrollará un intenso proceso social entre todas

esas empresas que se verá favorecido por compartir una cultura.

En otras palabras, la proximidad facilita la interacción formal e informal, facilitando el intercambio de información y la potencial colaboración. Esta espiral crea un lenguaje común o un código de comunicación, a veces llamado conocimiento tácito, a través de la interacción repetida con el tiempo. Todo ello conduce a la creación de instituciones, asociaciones y organismos regionales que ayudan a reforzar los entornos adecuados para la interacción entre empresas y su eficaz internacionalización.

4 Conclusiones

En este artículo argumentamos que los clústeres pueden ser estudiados como una plataforma de relaciones que aportan recursos (tangibles e intangibles) claves para afrontar con éxito el reto de la internacionalización de la PYME. Frente a otras investigaciones similares, este nuevo enfoque delimita a los clústeres desde una perspectiva social que va más allá de la geográfica y local. El recurso que esa plataforma crea lo denominamos capital social internacional.

Dado que las interacciones que se dan dentro de esos clústeres pueden ser de diversa naturaleza (formales, temporales, colaborativas, etc.), perseguir diferentes objetivos y adoptar diferentes modalidades, proponemos que dichas plataformas adopten diferentes modalidades: iniciativas clúster, clústeres de compatriotas y clústeres sectoriales.

Sin embargo, debido a su origen y participantes también alertamos de que existirá una heterogeneidad en el uso y aprovechamiento de las ventajas del *clustering*, reclamando por ello un mayor estudio sobre los temas organizativos (el emprendedor, el tamaño), de información (necesidades) e institucionales (el

país de acogida) que los caracterizan.

5 Referencias

- Alfaro, L., & Chen, M.X. (2014). The global agglomeration of multinational firms. *Journal of International Economics*, 94(2), 263–276.
- Boix, R., & Galletto, V. (2005). *Identificación de sistemas locales de trabajo y distritos industriales en España*. MITYC, Madrid.
- Coucke, K., & Sleuwaegen, L. (2008). Offshoring as a survival strategy: evidence from manufacturing firms in Belgium. *Journal of International Business Studies*, 39(8), 1261–1277.
- Hervas-Oliver, J.L., Gonzalez, G., Caja, P., & Sempere-Ripoll, F. (2015). Clusters and industrial districts: Where is the literature going? Identifying emerging sub-fields of research, *European Planning Studies*, 23(9), 1827–1872.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala in internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, *Journal of International Business Studies*, 40(7), 1411–1431.
- Martin, R., & Sunley, P. (2011). Conceptualizing Cluster Evolution: Beyond the Life Cycle Model? *Regional Studies*, 45(10), 1300–1318.
- Masciarelli, F. (2011). *The strategic value of social capital: How firms capitalize on social assets*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Meyer, K.E., Mudambi, R., & Narula, R. (2011). Multinational enterprises and local contexts: the opportunities and challenges of multiple embeddedness, *Journal of Management*, 48(2), 235–252.
- Molina-Morales, F.X., & Martínez-Fernández, M.T. (2004). How much difference is there between industrial district firms? A net value creation approach, *Research Studies*, 33(4), 473–486.
- Neffke F., Henning, M., Boschma, R.; Lundquist, K.J., & Olander, L.O. (2011). The Dynamics of Agglomeration Externalities along the Life Cycle of Industries, *Regional Studies*, 45(1), 49–65.
- Plá-Barber, J., & Puig, F. (2009). Is the influence of the industrial district on international activities being

eroded by globalization?: Evidence from a traditional manufacturing industry. *International Business Review*, 18(5), 435–445.

Porter, M.E. (1998). Clusters and the new economics of competition, *Harvard Business Review* 76(6), 77–90.

Shen, Z. (2015). *Clustering and interorganizational dynamics in foreign market entry strategies. Evidence from Chinese MNEs*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia, Valencia.

Stallkamp, M., Pinkham, B.C., Schotter, A.P., & Buchel, O. (2017). Core or periphery? The effects of country-of-origin agglomerations on the within-

country expansion of MNEs. *Journal of International Business Studies*. Doi: 10.1057/s41267-016-0060-x.

Tan, D., & Meyer, K.E. (2011). Country-of-origin and industry FDI agglomeration of foreign investors in an emerging economy, *Journal of International Business Studies*, 42(4), 504–520.

Urzelai, B., & Puig, F. (2016). Overcoming liabilities in internationalization process through co-location and social capital. *XXVI Conferencia Internacional ACEDE*. Vigo, España, 26–28 Junio 2016.

Urzelai, B. (2017). *Transnationalization through country-of-origin clusters: drivers and challenges in China*. Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, Valencia.

Clusters as platforms for internationalization

Berrbizne Urzelai ^{a,1}, Francisco Puig ^b

^aUniversity of the West of England, UK

^bUniversidad de Valencia, Spain

Abstract

Business cooperation and the exchange of information and knowledge are actions and decisions that companies can take in order to compete more effectively in globalized markets. These options are even more relevant for small and medium size enterprises (SMEs) that decide to access and expand in new international markets. The existence of these networks, both at the home and host contexts, stimulates the creation and acquisition of social capital, which allows members to increase their international competitive capacity. The study of these interactions allows to improve the cluster effect efficiency and its mechanisms.

Keywords: cluster, internationalization, networks, social capital.

JEL classification: M2, L1.

Reference source: Proyecto UV-INV-AE-488900 titulado “Internationalization through clusters: social networks and marketing”.

1 Firm competitiveness and localization: the role of clusters

The economic-business literature has showed evidence about the specific characteristics of the company and its industry/ sector as determinants of its business performance (business effect and industry effect). From a perspective that focuses on the activity of the firms, location has been identified as a key dimension to explain the differences on performance and competitiveness (cluster effect). In this line, we find the size, productivity, profitability, innovation, survival level or internationalization among the most used indicators.

In the literature on business geographic agglomeration, one of the most used approaches is the one that is based on clusters and industrial districts. This literature defines agglomerations as organizational groups that interact, in an economic sector and in a geographically limited territory, where the cooperation and exchange of information and knowledge among the

organizations favour growth and regional development (Porter, 1998). These interactions are fostered by the (geographical and cognitive) proximity and the active participation of the companies that are part of that social network (cluster). Therefore, industrial clusters are made up of a variety of nodes (people, institutions, and businesses) and relationships (formal and informal) that allow the generation of various synergies that increase their competitive advantage. Successful examples of such agglomerations are found all over the world and in multiple activities, as it is the case of the information technology in Silicon Valley (U.S.A) or the tile industry sector in Castellon in Spain.

Since the 80s, the phenomenon associated with clustering attracted the interest of economists, geographers, sociologists, etc. Within this approach, different but not exclusive lines of research have studied issues such as the origin, structure, evolution, etc. Business literature highlights the study of the

¹ Corresponding author: berrbizne2.urzelai@uwe.ac.uk

geographical delimitation/ mapping (Boix & Galleto, 2005) and conceptual clarification (Martin & Sunley, 2011), the analysis of the effect that these agglomerations have on the strategic behaviour and performance of companies (Neffke et al., 2011), and the diagnostic of the determinants by which these territorial entities exhibit a heterogeneous performance (Molina-Morales & Martínez-Fernández, 2004). All this has been translated into a vast scientific production that, from different research approaches, have tried to structure and characterize that literature, as shown by Hervás-Oliver et al. (2015). However, despite its managerial relevance, the role that the clusters have on the internationalization process of the firms, is an area that requires further analysis.

2 The challenge of internationalization for a SME

As various free trade agreements have been implemented and new information and communication technologies have been developed, the competitive landscape of companies has become more turbulent and globalized. To face this new scenario, most companies have reconfigured their corporate, competitive and functional strategies. SMEs, characterized for having less resources and knowledge, have also adapted to this process of internationalization, either alone or by establishing links and collaborations with other agents.

From a transformational and geostrategic perspective, two responses seem to have been relevant to address this process (Coucke & Sleuwaegen, 2008): a) the increase of imported products from emerging countries and the international *outsourcing*, and b) the

multilocalization or relocation (partial or total) of diverse functions in other more economic geographic areas. Thus, in this new scenario, internationalization is a challenge from which new models (Johanson & Vahlne, 2009) arise. These models follow processes that go beyond the traditional gradual approach in which the company increases its resources and its involvement abroad as it gains experience in the market. In fact, opposite to the traditional models, nowadays we can observe different realities characterized by accelerated internationalization processes, a higher commitment in foreign markets and a global orientation of the firms. However, recent reports such as that of BBVA⁵ or ICEX⁶ have argued that, as compared to other similar economies (France, Germany, Italy), the international activity of SMEs in Spain is irregular, full of unsuccessful cases and with a slower growth.

Which aspects drive companies to act like this and which ones are linked to a better international performance? According to the literature, those aspects could be linked to the participation in territorial networks (e.g., Pla-Barber & Puig, 2009). In this line, the identification and exploitation of opportunities, the reduction of the liabilities that firms have due to their size, the lack of knowledge about the country, or the lack of market information, could be faced by being a member of a cluster (Tan & Meyer, 2011).

Therefore, in today's international scenario, we can identify, new organizational realities that depend on their actors and the members, where they share a) a national sectorial platform (*cluster initiatives*), b) an economic activity in a given territory (*industrial clusters*) or c) a foreign territory and ethnic and cultural ties (*compatriot clusters*). These realities create the

⁵ Correa Lopez, M. y Doménech, R. (2012). *La internacionalización de las empresas españolas* (No. 12/29). BBVA Bank, Economic Research Department.

⁶ ICEX España Exportación e Inversiones (2014). *Perfil de la empresa exportadora española*. Año: enero-noviembre 2013, Madrid.

platforms that support to the internationalization challenge of the firms.

Clusters "*in origin/ at home*" can serve as a platform in the early stages of internationalization of the firms, for example to increase their exports. Cluster organizations and *initiatives* also serve as platform for the members to cooperate and improve their internationalization. These organizations provide services in exchange for a fee, establish relationships that facilitate the creation of business opportunities with external partners, and organize trade missions, among others. The compatriot clusters or groups of firms from the same or country-of-origin appear to be valid for other modes of internationalization that require a higher commitment (FDI) and more distant markets (Alfaro & Chen, 2014).

For example, an important number of Basque firms have co-located their subsidiaries in the same location in Kunshan, Jiangsu province, China (Urzelai & Puig, 2016; Urzelai, 2017). In such cases, where there is a geographical, but also organizational and cultural proximity, these industrial poles could evolve towards an "*overlapping cluster*" where the subsidiaries take advantage of country-of-origin, industrial and organizational externalities. As a reverse process we also found that Chinese companies, mostly coming from Beijing, Shanghai and Jiangsu Province, are mainly located in the states of Baden-Württemberg and Bavaria in Germany (Shen, 2015). This phenomenon is applicable to other geographic areas at the home and host contexts (Stallkamp et al., 2017). Therefore, beyond the search for externalities related to the activity, the sector or the links within the value chain, the companies also tap into agglomerations that are created by social bonds and their effect on growth and international development is significant (Meyer et al., 2011).

In a first phase of internationalization,

companies can benefit from the membership of a cluster in order to increase their exports through the services that the cluster offers to position and promote those companies in foreign markets, to increase their global strategic capacity, to advise on aids for internationalization, or to facilitate access to new business opportunities or entry modes (distributors, agents, etc.) (Pla-Barber & Puig, 2009). On the other hand, in a more advanced phase of the internationalization process, companies invest in foreign markets through entry modes that involve more resources. At this stage, country-of-origin or compatriot clusters provide a supportive environment to, among other things, acquire legitimacy and negotiation power in the target market, reduce uncertainty and opportunism, or facilitate a tacit knowledge and an ecosystem of mutual support (Urzelai, 2017).

In sum, within a context of globalization and market liberalization, business cooperation through clustering is essential, especially for the internationalization process of SMEs. Thus, this extended approach of the cluster effect involves considering that firms are simultaneously interconnected productively, socially and commercially in origin and destination, and through different types of interactions. In other words, these organizational realities act as platforms for internationalization.

3 Clustering as a relational framework: the social dimension

As we have argued, the influence of clusters on the generation and development of social networks between companies is reasonable, since the social process of inter-firm learning works best when partners are close enough to have a frequent interaction and real exchange of information. Cooperation finds in clusters a proper space for its development, since it is within that context where the basic conditions for its existence are met (geographical and /or

cognitive proximity). Thus, geographic proximity, along with the interaction and cooperation, make these networks generate information and knowledge externalities for their members.

Social networks and connections are especially useful for cases in which internationalization needs a high degree of mutual trust among the partners. An efficient functioning of the network limits the coordination cost and minimizes the risk of opportunistic behaviour. The value of these social networks can be described in terms of social capital. Social capital is understood as the sum of resources accumulated by an individual or a group of individuals as a result of having a long-lasting network of more or less institutionalized relationships of familiarity and recognition. When this resource is used for a geographic expansion, the organizations can deliberately create mechanisms that promote the acquisition and management of (international) social capital through resources and knowledge in and from distant markets (Masciarelli, 2011).

So, if clustering and social capital are so efficient, why have some clusters disappeared and have some initiatives based on that relational model failed? We think that this is because there are different types of clusters that can bring different types of advantages to international companies. There are *inter* and *intra*-cluster differences due to the life cycle of the sector, the absorption capacity of the companies or the characteristics of its participants that allow to identify a wide and diverse range of combinations and evolutionary stages. For example, if we accept that a Colombian textile cluster will differ from an Italian one due to their different competitive environment (size of companies, customers, suppliers, etc.), then a cluster of Chinese compatriot firms in Germany will also differ from a cluster of Spanish compatriots in China due to their differences in

origin. Therefore we could accept that a cluster initiatives or platforms will not have the same effect on all the member firms, as they differ in terms of their absorption capacity, experience, etc.

Investors who enter for the first time and on their own, experience a greater degree of marginality and difficulties. In addition, the more tacit the shared knowledge of the network is, the more important the geographical and cognitive proximity is. For example, imagine a group of Spanish companies that decide to establish in India. New investors will have a greater need for local knowledge than those already there. This need will drive them look for a country-of-origin or ethnic agglomeration (for example in the park of Basque companies in Pune). After the initial stage of the activity, an intense social process that is fostered by a shared culture among all these companies, will be developed.

In other words, proximity facilitates formal and informal interaction, facilitating the information exchange and potential collaboration. This spiral process creates a common language or a code of communication, sometimes called tacit knowledge, through those repeated interactions. All this leads to the creation of institutions, associations and regional organizations that help to support the suitable environments that foster the interaction between companies and their effective internationalization.

4 Conclusions

In this article we argue that clusters can be studied as a platform of relationships that provide the key resources (tangible and intangible) necessary to meet the challenge of internationalization of SMEs successfully. In opposition to other similar research. This new approach defines the clusters from a social perspective that goes beyond the geographical and local dimension. The resource of that

platform creates the so-called international social capital.

As interactions within these clusters can be diverse in nature (formal, temporary, collaborative, etc.), pursue different objectives and adopt different modalities, we propose that those platforms adopt different modalities: cluster initiatives, country-of-origin clusters and sectorial clusters.

However, due to their origin and participants, we need to consider that there is a heterogeneity in the use and utilization of the benefits of clustering, which needs further research on organizational (the entrepreneur, the size, etc.), informational (needs) and institutional (host country) issues that characterize these clusters.

5 References

- Alfaro, L., & Chen, M.X. (2014). The global agglomeration of multinational firms. *Journal of International Economics*, 94(2), 263–276.
- Boix, R., & Galletto, V. (2005). *Identificación de sistemas locales de trabajo y distritos industriales en España*. MITYC, Madrid.
- Coucke, K., & Sleuwaegen, L. (2008). Offshoring as a survival strategy: evidence from manufacturing firms in Belgium. *Journal of International Business Studies*, 39(8), 1261–1277.
- Hervas-Oliver, J.L., Gonzalez, G., Caja, P., & Sempere-Ripoll, F. (2015). Clusters and industrial districts: Where is the literature going? Identifying emerging sub-fields of research, *European Planning Studies*, 23(9), 1827–1872.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala in internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, *Journal of International Business Studies*, 40(7), 1411–1431.
- Martin, R., & Sunley, P. (2011). Conceptualizing Cluster Evolution: Beyond the Life Cycle Model? *Regional Studies*, 45(10), 1300–1318.
- Masciarelli, F. (2011). *The strategic value of social capital: How firms capitalize on social assets*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Meyer, K.E., Mudambi, R., & Narula, R. (2011). Multinational enterprises and local contexts: the opportunities and challenges of multiple embeddedness, *Journal of Management*, 48(2), 235–252.
- Molina-Morales, F.X., & Martínez-Fernández, M.T. (2004). How much difference is there between industrial district firms? A net value creation approach, *Research Studies*, 33(4), 473–486.
- Neffke F., Henning, M., Boschma, R.; Lundquist, K.J., & Olander, L.O. (2011). The Dynamics of Agglomeration Externalities along the Life Cycle of Industries, *Regional Studies*, 45(1), 49–65.
- Plá-Barber, J., & Puig, F. (2009). Is the influence of the industrial district on international activities being eroded by globalization?: Evidence from a traditional manufacturing industry. *International Business Review*, 18(5), 435–445.
- Porter, M.E. (1998). Clusters and the new economics of competition, *Harvard Business Review* 76(6), 77–90.
- Shen, Z. (2015). *Clustering and interorganizational dynamics in foreign market entry strategies. Evidence from Chinese MNEs*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia, Valencia.
- Stallkamp, M., Pinkham, B.C., Schotter, A.P., & Buchel, O. (2017). Core or periphery? The effects of country-of-origin agglomerations on the within-country expansion of MNEs. *Journal of International Business Studies*. Doi: 10.1057/s41267-016-0060-x.
- Tan, D., & Meyer, K.E. (2011). Country-of-origin and industry FDI agglomeration of foreign investors in an emerging economy, *Journal of International Business Studies*, 42(4), 504–520.
- Urzelai, B., & Puig, F. (2016). Overcoming liabilities in internationalization process through co-location and social capital. XXVI Conferencia Internacional ACEDE. Vigo, España, 26–28 Junio 2016.
- Urzelai, B. (2017). *Transnationalization through country-of-origin clusters: drivers and challenges in China*. Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, Valencia.