

ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA RELACIÓN PERTENENCIA A UN CLUSTER Y CARÁCTER BORN GLOBAL DE LA EMPRESA

M^ª ANTONIA VAQUERO SÁNCHEZ

JOSÉ M^ª GÓMEZ GRAS

Universidad Miguel Hernández de Elche

A pesar de la innegable importancia de los fenómenos clusterización e internacionalización la literatura que se ocupa de su interacción, es escasa, en particular, la que relaciona la influencia de los *clusters* industriales con la performance del proceso de internacionalización de la empresa (Becchetti y Rossi, 2000; Bugamelli e Infante, 2002; Chiarvesio *et al.* 2003;

2003; Karlsen y Nordhus, 2011; Puig y Debón, 2004; Zen *et al.*, 2011; Zygliopoulos *et al.*, 2006). Existe abundante evidencia empírica sobre las ventajas competitivas de los *clusters* industriales (ej., Bell, 2005; Porter, 1998), pero no de la relación entre dichas ventajas y la performance internacional de las empresas miembro (MacCarini *et al.*, 2003; Pla y Puig, 2009).

Por otro lado, se centra el debate en el contexto de la pyme, que representan la mayor parte del tejido empresarial español y europeo (1), para las que la globalización configura un nuevo marco para la competitividad (Audretsch, 2003). Dichas organizaciones tienen una serie de ventajas (2) y desventajas competitivas para afrontar la competencia nacional e internacional. Tradicionalmente, se ha señalado la falta de recursos (humanos, financieros), de experiencia o de información sobre los mercados extranjeros, como barreras a las que estas empresas se enfrentan en su proceso de internacionalización (Buckley, 1989). En este contexto, diversos estudios han destacado el papel de las alianzas y estrategias de red en la expansión geográfica de la pyme, ya que representan una op-

ción estratégica que hace que el pequeño tamaño y las consiguientes limitaciones de recursos, sea compatible con una amplia proyección internacional (Urban y Vendemini, 1992).

Algunos de los motivos que pueden llevar a estas empresas, que aspiran a desarrollar una actividad internacional, a integrar un *cluster* son: acceso a información internacional y a una red de relaciones (Pyke *et al.*, 1990), oportunidad de desarrollar proyectos conjuntos de I + D (Bell, 2005), o aprovechar el papel facilitador y de refuerzo en la internacionalización de sus miembros (Molina-Morales, 2001). Así, el *cluster* proporciona información y ayuda a sus miembros para construir o enriquecer su red de relaciones, procurando recursos para evolucionar más rápidamente en el proceso de internacionalización (Karlsen y Nordhus, 2011).

Dadas estas ventajas, se plantea la siguiente cuestión de investigación: cómo pertenecer a un *cluster* influye en el proceso de internacionalización de la empresa, concretamente: ¿es un factor determinante para aquellas empresas que siguen un proceso de internacionalización acelerado o empresas *born global*?

Para contrastar estas cuestiones, se analiza de forma exploratoria una muestra de pymes españolas, de distintos sectores de actividad, con diversos patrones de internacionalización. Por un lado, se identifican las empresas ubicadas en clusters industriales (ver Boix y Galletto, 2006), y por otro, se segmentan las empresas en dos grupos, según el carácter gradual o acelerado de su proceso de internacionalización. Para ello, se definen cuatro variables que determinarán "el grado de internacionalización" de la empresa o, su carácter gradual o *born global*.

TEORÍA: CLUSTERS E INTERNACIONALIZACIÓN ▼

Los *clusters* son una realidad relevante, en un contexto en el que los mercados se han vuelto más abiertos y globalizados, con un aumento generalizado de la competencia, ya que representan una nueva forma de organización que abre nuevas oportunidades para sus empresas miembro y sus regiones anfitrionas (Porter, 1998). Para Bertolini y Giovannetti (2006), esta forma de organización de la industria es una reacción de la misma ante la globalización, ya que los movimientos cooperativos permiten una reducción de los costes de transacción. Pyke *et al.* (1990), enfatizan la importancia de los nexos entre empresa e industria y, de las redes, que permiten a las empresas locales estar interconectadas, lo cual lleva a la emergencia del *cluster*.

Según esto, las ventajas competitivas perdurables en una economía global³ yacen cada vez más en las cosas locales (conocimiento, relaciones, motivación), que los rivales fuera de estos entornos no pueden igualar (Porter, 1998). Además, en estos últimos años, los clusters locales han mostrado su capacidad de transferir su estructura a los mercados internacionales, generando sistemas locales similares en el extranjero, en una especie de distrito spin-off (Majocchi, 2000).

La internacionalización es un fenómeno fundamental en la economía mundial, con muchas organizaciones que se convierten en internacionales (Kowalski, 2014), incluso, en los primeros años de actividad o nada más comenzarla (Oviatt y McDougall, 2005). En este sentido, la literatura proporciona no sólo sólidos argumentos para apoyar el papel de los *clusters* locales en estas nuevas empresas internacionales o *born global*, sino también, señalan al *cluster* en sí mismo como un tema de investigación emergente en la agenda de estas empresas, es decir, puede representar no sólo un entorno facilitador para dichas empresas sino un caso de *sistema local born global* (Zucchella, 2002).

El Cluster Industrial ▼

De las diversas conceptualizaciones de *clusters* industriales (Becattini, 1989; Delgado, Porter y Stern, 2010; Iam Marino y McCann, 2006; Krugman, 1990; Langen, 2002; Marshall, 1920; Porter, 1990; Porter, 1998; Pyke *et al.*, 1990), destacamos el sistema homogéneo de valores e ideas, que fomenta el carácter emprendedor

y la introducción de cambios tecnológicos, que de alguna forma garantizan la evolución y supervivencia del *cluster* (Molina-Morales, 2002). El segundo elemento a destacar es el sistema de relaciones, principalmente informales y poco estructuradas, que tiene importantes implicaciones estratégicas para las empresas allí instaladas (Saxenian, 1996). Existe bastante coincidencia en caracterizar esas relaciones como una combinación de competencia y cooperación (Porter, 1998), de tal forma que, las empresas no sólo luchan entre sí, sino que tratan, de manera conjunta, de encontrar nuevos mercados para la nueva producción, sin causar efectos destructivos en el sistema (Dei Ottati, 2002). Destacan las relaciones de confianza entre las empresas del *cluster* y las alianzas establecidas con el fin de cooperar (Iammarino y McCann, 2006; Porter, 1998; Saxenian, 1996), así como, la cooperación entre compañías mediante actividades complementarias (Maskell, 2001). No obstante, como señalan De Martino *et al.* (2006) a medida que las empresas se internacionalizan, reducen dicho grado de cooperación e interacción local.

En efecto, esas particulares relaciones interempresariales, son una característica que diferencia a los *cluster* de otros sistemas de empresas, ya que no están subordinadas a grandes empresas (Becattini, 1992); constituyen un principio organizativo del *cluster* (Pyke y Sengerberger, 1992), y suponen uno de los mecanismos reguladores locales que aseguran el éxito continuado (Piore, 1992). Las pequeñas redes privilegiadas o red territorial de relaciones, suponen la esencia de la estructura del distrito y un motor clave de la ventaja territorial (Saxenian, 1996), siendo el cambio de dichas redes locales a globales (4), uno de los principales desafíos para la supervivencia y renovación del distrito en la próxima década (Zucchella, 2002).

Por otro lado, debido a la baja o nula pertenencia a grupos empresariales de las empresas ubicadas en un *cluster*, destaca el carácter independiente de la función empresarial o directiva. Esto puede suponerle importantes limitaciones en cuanto al acceso a recursos (financieros, tecnológicos y humanos), así como un bajo poder de negociación frente a proveedores y clientes, que puede poner en peligro su crecimiento y desarrollo. No obstante, las redes locales entre empresas, un sistema de información territorial y el capital social existente, representan la base sobre la que crece una especie de «conocimiento colectivo internacional», vital para la expansión internacional (Maskell, 2001).

Clusters e internacionalización ▼

Teniendo en cuenta el potencial de los *clusters* en el proceso de internacionalización (Karlsen y Nordhus, 2011; Kowalski, 2014; Zen *et al.*, 2011, Zygliopoulos *et al.*, 2006) y el tipo de proceso adoptado, gradual o acelerado, vamos a desarrollar un esquema que nos permita entender cómo un *cluster*, en diferentes escenarios, puede dar apoyo y marcar la diferencia en el proceso de internacionalización.

CUADRO 1
INFLUENCIA DEL *CLUSTER* EN UN PROCESO GRADUAL DE INTERNACIONALIZACIÓN

Mercado interior	Mercado de trabajo conjunto de los clusters: encontrar RRHH especializados en los mercados internacionales, programas de formación y educación
Exportaciones esporádicas	Compartir experiencias con más empresas con experiencia exportadora
Exportaciones regulares	A través de la red de los clusters, conseguir el contacto de los representantes locales; Participar en ferias en los mercados internacionales
Filial de ventas	Un acceso más fácil a los fondos financieros; Cursos de formación
Filial de fabricación	Ayuda para encontrar los mejores socios

FUENTE: Elaboración propia.

Primer supuesto: la empresa adopta un proceso gradual de internacionalización. Este primer planteamiento corresponde al modelo de Uppsala (Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975), que consiste en un proceso de internacionalización gradual con distintas fases (cuadro 1), que plantea un mayor compromiso con los mercados internacionales a medida que el conocimiento de los mismos y los recursos disponibles se incrementa.

En primer lugar, la firma establece la actividad en el mercado nacional (fase 0) y luego se inicia con exportaciones esporádicas o no regulares (etapa 1). En esta fase inicial, (entre estadio 0 y 1), la empresa puede beneficiarse de los recursos del *cluster*: como acceso al mercado de trabajo conjunto, donde la empresa puede encontrar RRHH especializados en los mercados internacionales o, acceder a programas de formación y educación a un menor coste (Langen, 2002; Zen *et al.*, 2011). En el estadio 1, cuando la empresa comienza las exportaciones esporádicas, carece de un canal de información regular, lo que hace del acceso a la información un obstáculo importante. En esta situación, a través de la red del *cluster*, se hace más fácil encontrar a una persona con experiencia en ese mercado que pueda proporcionar información y aconsejar. En esta etapa inicial, compartir vivencias con más empresas con experiencia es muy importante para definir la estrategia de la empresa y para identificar posibles mercados objetivo (Karlsen y Nordhus, 2011).

Para saltar a las exportaciones regulares (etapa 2), la empresa puede, a través de la red del *cluster*, ponerse en contacto con un agente externo, como representantes locales y, obtener información sobre el mercado, recibir recomendaciones sobre las adaptaciones necesarias para asegurarse de que el producto se ajusta al mercado o, recibir apoyo en aspectos legales (Johanson y Vahlne, 2009). Después de decidir cuáles son los mercados objetivo, es importante para la empresa estar presente en las ferias internacionales, que podrá hacer a través del *cluster* a un menor coste (Zen *et al.*, 2011).

Se requiere un mayor compromiso de recursos y participación en los mercados internacionales cuando la empresa establece una filial de ventas (etapa 3) y el esfuerzo es aún mayor con la fundación de una filial de fabricación (etapa 4) (Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). En estas

etapas, pertenecer a un *cluster* puede marcar la diferencia y suponer un gran apoyo para la empresa. Como consecuencia de la buena reputación del *cluster*, la empresa puede conseguir un acceso más fácil a los fondos que se necesitan para iniciar estas operaciones (Zyglidopoulos *et al.*, 2006). Además, a través del mercado de trabajo conjunto del *cluster*, la empresa puede obtener cursos de formación para estar preparados al salir a los mercados extranjeros o reclutar los RRHH necesarios (Porter, 1998). Por otra parte, la red del *cluster* hace que sea más fácil encontrar los mejores socios en los mercados extranjeros (Karlsen y Nordhus, 2011).

Este proceso de internacionalización es adoptado por la empresa de forma gradual debido a la falta de recursos e información sobre los mercados internacionales. Como se ha demostrado, el *cluster* puede tener una influencia muy positiva y ayudar a acelerar este proceso (cuadro 1).

Segundo supuesto: la empresa adopta un proceso acelerado de internacionalización. El proceso acelerado de internacionalización se caracteriza por una rápida presencia en los mercados internacionales desde la fundación de la empresa o, tras un corto período de tiempo (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; Oviatt y McDougall, 2005; Rennie, 1993). Aunque se pensaba que la escasez de recursos financieros y de conocimientos o gestión era una seria limitación para una rápida expansión internacional por parte de las pequeñas empresas de reciente creación, dichas empresas demuestran que, la superación de dichas limitaciones, puede ser una cuestión de adoptar una perspectiva diferente de la competencia y mercados mundiales, basada en el enfoque de red, que permite mantener bajo control el nivel de complejidad de su negocio (Karlsen y Nordhus, 2011).

En cualquier empresa, una ventaja competitiva sostenible requiere que sus recursos sean únicos (Barney, 1991). La literatura sobre empresas *born global* ha identificado que la rápida internacionalización puede deberse a la experiencia internacional de los fundadores o directivos, que ya tienen una visión global y una sólida red internacional de negocios (Oviatt y McDougall, 1995), lo que implica que, en este caso, la unicidad del conocimiento y las cuestiones de gestión están estrechamente vinculadas. Diversos estudios han destacado la orientación emprendedora internacional y el papel de las redes en la gestión de estas empresas

CUADRO 2
INFLUENCIA DE UN CLUSTER EN EL PROCESO ACELERADO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Proceso acelerado de internacionalización	
Influencia del cluster	Aumentar la red de contactos existente
	Compartir experiencia internacional de la industria
	Proporcionar información sobre los canales de distribución
	Identificación de socios
	Reclutamiento de especialistas
	Acceso a fondos financieros
	Acuerdos de cooperación para desarrollar I+D

FUENTE: Elaboración propia.

(Madsen y Servais, 1997; Oviatt y McDougall, 1994; Rasmussen, Madsen y Evangelista, 1999).

Aunque estas empresas ya tienen una buena red (resultado de la experiencia acumulada por sus fundadores), podrán beneficiarse de la red del cluster, por ser precisamente, uno de sus principales activos (Molina-Morales, 2001). Tradicionalmente, las PYME pertenecientes a un cluster, han aprovechado la experiencia, ya sea de competidores locales o de antiguos negocios (*spin offs* son más frecuente en distritos que en otros entornos), y, generalmente, han sacado provecho del «capital de conocimiento», en general, disponible en el clúster local y, de los mercados exteriores ya seleccionados, con un alto potencial de crecimiento para sus productos, y esto, desde el inicio de su actividad empresarial (Karlson y Nordhus, 2011).

Además, el fundador puede tener experiencia internacional, pero no en esa industria específica. Como en el cluster hay empresas de negocios relacionados, éstas podrían ayudar a incrementar la red existente y compartir la experiencia internacional de esa industria, podrían cooperar compartiendo información sobre los canales de distribución que operan en cada mercado o mediante la identificación de los socios de los que tienen buenas referencias (Maskell, 2001). Al principio del proceso, la compañía puede necesitar todavía algunos recursos que pueden ser proporcionados por el cluster: ayuda para reclutar especialistas que se unan a su equipo y acceso a los fondos necesarios (Zyglidopoulos *et al.*, 2006). A pesar de que la empresa ya tenga varios contactos y experiencia, el cluster puede ayudar a complementar la información existente y ayudar así, a la internacionalización.

Por otro lado, las empresas con procesos acelerados de internacionalización hacen importantes inversiones en innovación, creación de productos y servicios innovadores y, aprovechan las nuevas tecnologías de comunicación para estar en contacto con sus socios o clientes (Oviatt y McDougall, 1995). Así, el cluster representa un entorno favorable para la iniciativa empresarial y puede suponer una importante contribución para las compañías en términos de I + D, a través de acuerdos de cooperación entre las empresas y las instituciones miembros (Zen *et al.*, 2011). Siendo integrante del cluster, la empresa no se limita sólo a los recursos internos, sino que también tie-

ne acceso a los recursos del cluster (Hervás *et al.*, 2008; Molina-Morales, 2001).

Un resumen de la influencia del cluster en el proceso acelerado de internacionalización de la empresa se puede ver en el cuadro 2.

Como se puede observar, dependiendo del perfil de la empresa y de sus necesidades, un cluster dispone de diferentes herramientas disponibles para intervenir.

En el primer supuesto, donde la compañía sigue un proceso de internacionalización gradual, la principal contribución del cluster podría ser la ampliación de la red existente a una escala global, con el fin de superar la falta de experiencia en los mercados internacionales y ayudar en el acceso a los recursos.

En el supuesto 2, el proceso acelerado de internacionalización, las medidas adoptadas por el cluster estarán más dirigidas al intercambio de conocimientos, por ejemplo, información sobre tendencias o canales de distribución. A pesar de que la empresa ya tiene alguna experiencia en los mercados internacionales y una buena red, tiene recursos limitados y los miembros del cluster pueden proporcionar acceso a los recursos necesarios.

Este acceso a recursos diversos, permite a las empresas del cluster, conseguir una mejor performance (Porter, 1998). Este resultado es consistente con el modelo de red de Internacionalización, según el cual la red puede tener un papel importante en la falta de información, a través del intercambio de experiencias y la transferencia de conocimiento (Hadley y Wilson, 2003). Es decir, la pertenencia a un cluster, puede ser un elemento facilitador en el proceso de internacionalización, ya que las redes permiten a las empresas integrantes, alcanzar los mercados exteriores objetivo más fácilmente y con un resultados más exitoso, que sin la asistencia de la red.

METODOLOGÍA †

Muestra y recogida de datos †

La población objeto de estudio está compuesta por pymes españolas independientes, actualmente acti-

CUADRO 3
TRABAJOS SOBRE LA PERFORMANCE INTERNACIONAL

Variables que miden la performance internacional			
Extent/degree of internationalization	Speed	Scope	
		Countries	Regions
McDougall (1989)	Reuber y Fischer (1997)	Zahra <i>et al.</i> (2000a)	Reuber y Fischer (1997)
McDougall <i>et al.</i> (1994)	Zahra <i>et al.</i> (2000b)	Roberts y Senturia (1996)	Roberts y Senturia (1996)
Brush (1995)	Roberts y Senturia (1996)	Burgel y Murray (1998)	
Bloodgood <i>et al.</i> (1996)	Fontes y Coombs (1997)		
McDougall y Oviatt (1996)	Lindquist (1997)		
Karagozoglu y Lindell (1997)	Burgel y Murray (1998)		
Reuber y Fischer (1997)			
Burgel y Murray (1998)			
Zahra <i>et al.</i> (2000a)			
Zahra <i>et al.</i> (2000b)			

FUENTE: Adaptado de Zahra y George (2002).

vas en los mercados internacionales (volumen de exportaciones $\geq 25\%$), y, pertenecientes a diversos sectores de actividad. La información sobre las empresas fue obtenida a partir de una base de datos confeccionada, a medida, por la empresa Dun & Bradstreet con datos actualizados a fecha 31/12/2010. La base de datos inicial incluía 1 245 empresas, de las cuales, tuvimos que eliminar aquéllas que dependían de alguna empresa matriz, y por tanto, no eran independientes, y las que, ya habían causado baja en el momento de realización del estudio. Finalmente, el número de empresas a las que nos dirigimos fue de 970. Los cuestionarios recibidos ascendieron a 134, de los cuales tuvimos que prescindir de 4, por encontrarse contestados incorrectamente. La muestra final está compuesta por 130 empresas, lo que supone un porcentaje de respuesta del 13,4%, similar a otros estudios en el ámbito español.

La muestra, representativa del tejido empresarial español repartido a lo largo del territorio, incluye un 56,9% de empresas de servicios frente al 43,1% de manufactura, con representación de las principales industrias: textil y confección; piel, cuero y calzado; productos para la casa; joyería, instrumentos musicales y juguetes; industria alimentaria; industria mecánica; industria metalúrgica; industria química e industria de la automoción.

Variables utilizadas en el estudio empírico

Variable grado de internacionalización (DEGINT). Las variables que han sido a menudo usadas como medidas del rendimiento exportador son: las ventas exportadas o intensidad exportadora, el crecimiento o rentabilidad exportadores (Aaby y Slater, 1989; Madsen, 1987; Shoham y Albaum, 1994). Usando este precedente, Moen (1999) midió la intensidad exportadora como porcentaje de las ventas totales exportadas y el crecimiento exportador, como porcentaje de crecimiento en la cuota de exportación en los últimos 2 años.

Diversos investigadores se han centrado en tres dimensiones clave del entrepreneurship internacional (Zahra y George, 2002): «el alcance (o grado) de la internacionalización de las ventas de una nueva em-

presa». Típicamente, el alcance de la internacionalización ha sido medido por el porcentaje de ventas de la empresa generadas en los mercados internacionales (EXTENT). Algunos estudios han examinado también la velocidad con la cual una nueva empresa internacionaliza sus operaciones, definida como el intervalo de tiempo que existe entre el año de fundación y el año de sus primeras ventas internacionales (SPEED). También hay estudios que examinan la amplitud de la internacionalización de las ventas, medida por el número de países en los cuales la nueva empresa genera ventas (SCOPE). En el cuadro 3, se presentan estas dimensiones y los estudios que las examinan.

Fischer y Reuber (1997), incluyeron tres componentes para medir el grado de internacionalización de una empresa: las ventas internacionales, como «porcentaje de las ventas totales» (EXTENT); el segundo componente, que recoge los aspectos estructurales del grado de internacionalización de la empresa, «porcentaje de empleados que pasan alrededor del 50% de su tiempo en actividades internacionales» (FETE); y finalmente, el «alcance geográfico de las ventas» (SCOPE), que mide el número de países a los que la empresa exporta.

Teniendo en cuenta lo anterior, nosotros vamos a construir un indicador del «grado de internacionalización de la empresa» (DEGINT) más completo, que quedaría compuesto por cuatro variables: a) tiempo transcurrido desde el año de fundación hasta el año en que empieza a exportar (SPEED), b) porcentaje de ventas en el exterior (EXTENT), c) porcentaje de empleados internacionales (FETE) y, d) número de países a los que exporta (SCOPE). Con esta medida multi-ítem conseguimos una mejora, bastante reclamada en la literatura, respecto a estudios previos que han sido criticados por su confianza en un indicador singular, como ha sido, típicamente, las ventas internacionales (Sullivan, 1994).

Las cuatro variables que componen el grado de internacionalización (SPEED, EXTENT, SCOPE y FETE), nos permiten realizar un *análisis de conglomerados*, de manera que segmentamos las empresas de la muestra

CUADRO 4
ANÁLISIS CLUSTER. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA

Cluster					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Gradual	83	63,80%	70,90%	70,90%
	Born global	34	26,20%	29,10%	100%
	Total	117	90%	100%	
Perdidos sistema		13	10%		
Total		130	100%		

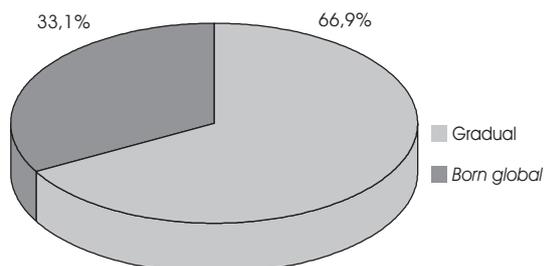
FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 5
PORCENTAJE DE EMPRESAS BORN GLOBAL

Tipo de empresa			
Total cluster		N	%
		124	100,00
	Gradual	83	66,90
	Born global	41	33,10
	Total	124	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

GRÁFICO 1
PORCENTAJE DE EMPRESAS BORN GLOBAL



FUENTE: Elaboración propia sobre datos de SCI

CUADRO 6
CARACTERIZACIÓN DE EMPRESAS BORN GLOBAL Y EMPRESAS DE PATRÓN GRADUAL

Grado de internacionalización de la empresa				
Cluster	Speed	Extent	Scope	Fete
1- Gradual	Lenta (4 años)	Bajo 38%	Medio (11 países)	Bajo 13%
	Rápida (<1 año)	Alto 79%	Medio (11 países)	Alto 82%

FUENTE: Elaboración propia.

en dos grupos, donde cada grupo es internamente lo más homogéneo posible y, los dos grupos son muy distintos entre sí (modelo de tipo k-medias con un número de segmentos igual a 2). El análisis cluster ha detectado la existencia de estos dos grupos, que identifican las tipologías de internacionalización. Como se observa en el cuadro 4, se han clasificado 117 de las 130 empresas en tres grupos diferentes. La razón por la que 13 empresas se han quedado sin clasificar estriba en que no disponen de algún valor de las 4 variables de internacionalización. Sin embargo, a partir de los valo-

res en las restantes variables, y comparando éstos con los segmentos conformados es inmediato asignar 7 empresas más a alguno de ellos, con una certidumbre prácticamente absoluta.

Así, la clasificación final quedaría:

La cuadro 6 nos ayuda a «caracterizar» los segmentos en cuanto a las 4 variables- clave (medias):

Cluster 1: Responde al tipo de empresa que sigue un patrón GRADUAL. Empresas con una SPEED lenta (comparada a las born global, 4 veces más lenta); unas ventas internacionales actuales de casi el 38% y unos RRHH dedicados a esta partida escasos (13%).

Cluster 2 (5): Responde al tipo de empresa BORN GLOBAL. Cuyo inicio de las exportaciones fue inmediato (<1 año) y, con una actividad exportadora actual elevada (79% del total de ventas y 82% de trabajadores dedicados a ello).

Variable pertenencia o no a un cluster industrial (CLUSTIND). Para definir una variable dicotómica que mida si una empresa pertenece o no a un cluster industrial, se ha tomado como referencia el trabajo de Boix y Galetto (2006), que recoge el mapa de los Distritos Industriales Marshallianos en España a partir de la metodología ISTAT.

Se dispone así, de dos variables cualitativas: «el grado de internacionalización» de la empresa (DEGINT), born global frente a gradual y, la pertenencia o no a un cluster industrial (CLUSTIND).

Se ha observado esta pareja de variables en una muestra aleatoria de empresas, por lo que se pueden emplear tablas de contingencia para expresar la relación entre ellas, realizando un análisis bivariante, mediante la prueba χ^2 de Pearson. Aunque dichos cuadros (7 y 8, en la página siguiente), nos permiten ver de un vistazo, que la proporción de empresas con un proceso de internacionalización gradual, que se encuentran en un cluster industrial, es diferente a la proporción de empresas con un proceso acelerado pertenecientes a un cluster, la significación estadística de la diferencia entre ellas, puede ser evaluada con la prueba χ^2 de Pearson.

De la tabla de contingencia, cuadro 7, se extrae, que el 39,2% de las 130 empresas de la muestra perte-

CUADRO 7
PERTENENCIA A CLUSTER INDUSTRIAL SEGÚN EL CARÁCTER INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

		Grado de internacionalización							
		Born global		Gradual		Sin clasificar		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Cluster industrial	Sí	28	68,30	22	26,50	1	16,70	51	39,20
	No	13	31,70	61	73,50	5	83,30	79	60,80
	Total	41	100,00	83	100,00	6	100,00	130	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 8
CARÁCTER INTERNACIONAL DE LA EMPRESA, SEGÚN PERTENENCIA A CLUSTER INDUSTRIAL

		Cluster industrial					
		Sí		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Grado de internacionalización	Born global	28	56,00	13	17,60	41	33,10
	Gradual	22	44,00	61	82,40	83	66,90
	Total	50	100	74	100,00	124	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

nece a un *cluster* industrial; y que de las 51 empresas ubicadas en *cluster*, más de la mitad son clasificadas como empresas *born global* (el 68,3% de las empresas *born global*).

Por otro lado, el 33,1% de las 124 empresas clasificadas como *born global* o *gradual*, son *born global*. Y, de las 41 empresas *born global*, 28 están ubicadas en un *cluster* industrial (el 56% de las empresas de distrito) (cuadro 8).

La prueba de comparación de proporciones χ^2 (p -valor < 0.001) indica que existe relación (6) entre internacionalización y *cluster* industrial de manera que:

- existen diferencias significativas en la proporción de empresas que pertenecen a un *cluster* industrial según si son Gradual o Born Global, siendo mayor la probabilidad de pertenecer a un *cluster* si la empresa es *born global*.
- análogamente, existen diferencias significativas en la proporción de empresas *Born global* según si pertenecen o no a un *cluster* industrial, siendo mayor la probabilidad de ser *born global* si la empresa pertenece a un *cluster*.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES ¶

Clusters e internacionalización son temas que han captado individualmente la atención de los investigadores. Por un lado, teniendo las raíces en los distritos industriales (Marshall, 1920), la literatura de *clusters* destaca la interacción que se produce entre sus miembros, la creación de un entorno que estimula la cooperación (Porter, 1998), los *knowledge spillovers* (Iammarino y McCann, 2006), el espíritu empresarial (Delgado *et al.*, 2010) y la innovación (Engel y Del Palacio, 2009). Por otro lado, la literatura existente sobre internacionalización, enfatiza estrategias que pueden ser adoptadas por las empre-

sas en función de sus capacidades: el Modelo de Uppsala, con una estrategia de internacionalización gradual (Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975); y *Born Globals* (Rennie, 1993) e *International New Ventures* (Oviatt y McDougall, 1995, 2005) que corresponde a una estrategia de internacionalización acelerada. En ambas estrategias, la red y las relaciones establecidas son fundamentales, ya que impulsan el potencial de las empresas para internacionalizarse (Coviello y Cox, 2006; Gabrielsson y Kirpalini, 2004; Holm, Eriksson y Johanson, 1996; Johanson y Mattsson, 1988; Johanson y Vahlne, 2009; Karlisen y Nordhus, 2011).

Sin embargo, la literatura centrada en la interacción entre los *clusters* y la internacionalización es escasa, se centra: en el papel de la red de contactos del *cluster* (Karlisen y Nordhus, 2011), en la empresa líder (Ferretti, y Parmentola, 2012), en los recursos del *cluster* (Wilk y Fensterseifer, 2003; Zen *et al.*, 2011), en los *clusters* temporales como las ferias y convenciones (Maskell *et al.*, 2006) y en la reputación del *cluster* como apoyo en el proceso de internacionalización (Zyglidopoulos *et al.*, 2006).

El propósito de este artículo es ayudar a comprender mejor el impacto de los *clusters* industriales en las actividades internacionales de las pyme, en concreto, constatar si la pertenencia a un *cluster* puede contribuir al carácter *born global* de la empresa. Metodológicamente, por un lado, se han establecido dos tipos de empresas según su grado de internacionalización: las empresas de internacionalización gradual (*speed* lenta, *extent* y *fete* bajas) y las *born global* (*speed* rápida, *extent* y *fete* altas). Las empresas que siguen un enfoque más gradual suponen el 66,9% de la muestra y las *born global* el 33,1%. Por otro lado, se ha contrastado la influencia de la variable «pertenencia a un *cluster* industrial» en estos dos grupos de empresas.

Tras contrastar estadísticamente las posibles diferencias significativas entre ambos segmentos de empre-

sas, con diferentes patrones de internacionalización, las medias en la variable *cluster* industrial resultan ser significativamente distintas en las tipologías de internacionalización. Se confirma que, la probabilidad de que una empresa sea *born global* es mayor entre las empresas que pertenecen a un *cluster* industrial. Así, las *born global* son en su mayoría, empresas situadas en *clusters* industriales. Casos de *born global* ubicadas, en su mayoría, en *clusters* o distritos industriales, son recogidos en Italia (Zucchella, 2002), Portugal (Sopas, 2001) o, Nueva Zelanda (Brown y Bell, 2001).

Los resultados confirman la diferencia en cuanto al efecto distrito, entre las empresas que siguen un proceso tradicional por etapas y aquéllas, más innovadoras y dinámicas que apuestan por un proceso más acelerado.

A la vista de los resultados, surge una conclusión fundamental: a pesar de las dificultades que puedan tener las pyme, por la restricción de recursos, para abordar un proceso de internacionalización, o de las diferencias entre el proceso de internacionalización de las empresas y sus capacidades o dificultades, el *cluster* industrial tiene un papel de apoyo al proceso o de acelerador del mismo. Así, ofrece un conjunto de recursos a sus miembros, proporcionándoles la información internacional necesaria o ayudándoles a construir o enriquecer su red de contactos (de socios), importantes en su proceso de internacionalización. Parece ser que, incluso en los primeros pasos de la empresa, el *cluster* proporciona alguno de los recursos necesarios para evolucionar rápidamente. Es decir, el proceso de internacionalización de una empresa perteneciente a un *cluster*, resulta de una relación complementaria entre las condiciones internas de la empresa y los recursos y servicios que el *cluster* puede proporcionar (Zen *et al.*, 2011).

Las limitaciones del estudio pueden sugerir ideas para extender y mejorar el análisis. Se podrían incluir las otras variables propias de las empresas *born global* (visión global, orientación emprendedora internacional, diferenciación,..), o, usar una medida más sofisticada para identificar los *clusters* industriales, como los coeficientes de localización. Además, aunque el método exploratorio desarrollado nos ha permitido el uso de la inferencia estadística, sería interesante realizar un estudio de casos, a través de entrevistas en profundidad, que nos permitiría estudiar las características diferenciales de las empresas integrantes de un *cluster*, con distinto patrón de internacionalización. Del mismo modo, sería oportuna la aplicación de otras técnicas multivariantes, como la regresión logística, para confirmar el efecto de la pertenencia a un *cluster* industrial en el grado de internacionalización, junto con el resto de variables que caracterizan a las *born global*.

En cuanto a las posibles aportaciones del presente trabajo, en primer lugar, y siguiendo las sugerencias de diversos autores (ej. Rialp, Rialp y Knight, 2005), hemos utilizado una medida multidimensional para medir el fenómeno *born global*. Que incluye, no sólo la veloci-

dad de entrada a los mercados exteriores, sino la intensidad y amplitud de las actividades internacionales, y la implicación estructural de la empresa (% de empleados dedicados a estas actividades). En segundo lugar, hemos usado una muestra de diversas regiones y *clusters* de España y, de distintos sectores de actividad, como venía reclamándose en la literatura.

Por otro lado, contribuir al estudio de este fenómeno *born global* resulta especialmente relevante en España, nuestro contexto geográfico, donde el estudio de las pequeñas empresas emprendedoras que pueden convertirse casi instantáneamente en internacionales ha sido bastante escaso (Pla y Cobos, 2002; Pla y Escrivá, 2006; Rialp *et al.*, 2005; Rialp y Rialp, 2005; Ripollés, Menguzzato e Iborra, 1999; 2002).

En cuanto a las implicaciones o recomendaciones que se pueden extraer, señalar que, dado el efecto positivo que la localización de la empresa en un *cluster* industrial tiene en su proceso de internacionalización y, especialmente, el papel que juegan las relaciones o redes en esta influencia, se puede apuntar que las políticas públicas o las medidas de apoyo a la internacionalización de las empresas, deberían ir encaminadas a mejorar la promoción de las redes empresariales, facilitando el acceso a contactos que les sirvan de empuje hacia el exterior. He aquí, donde instituciones como asociaciones sectoriales de empresas o cámaras de comercio, deben continuar e incluso ampliar el rol que hasta ahora han desempeñado. De esta forma, la estimulación de las relaciones entre empresas reduciría la incertidumbre sobre los riesgos de las operaciones exteriores e incrementaría la competitividad internacional. El positivo impacto de los *clusters* en la competitividad y la innovación de las organizaciones que los integran y, en el desarrollo del territorio donde se ubican, ha motivado que los gobiernos diseñen políticas de apoyo a estas estructuras (Cobo *et al.*, 2011).

De este modo, nuestros resultados parecen apuntar hacia el efecto positivo de los *clusters* en la competitividad internacional de las empresas (ya que son las empresas, mayoritariamente ubicadas en un *cluster*, las que consiguen acelerar e intensificar su proceso de internacionalización), y, por tanto, hacia el apoyo y reforzamiento de estos *clusters*, como medio para mejorar dicha competitividad, en línea con algunos estudios (ej. Belso, 2006), pero, en contra de otros (ej. Pla y Puig, 2009), que hablan del posible «declive» de estas agrupaciones en un mundo globalizado.

La presencia de estas dos líneas de investigación, aparentemente opuestas, en cuanto al papel que juegan los *clusters* industriales en el comportamiento internacional de las empresas, podrían converger al considerar la idea de ampliar la escala de los mismos a nivel internacional e incluso global (7).

Un estudio llevado a cabo por la Comisión Europea en 2002 señala que, a pesar de que los *clusters* se definen y analizan de forma muy heterogénea en los distintos países, lo que hace difícil realizar compara-

ciones y aprender de experiencias distintas, sí existe consenso, sobre la realidad de las ventajas –actuales o potenciales– de que gozan las empresas dentro de *clusters*. De hecho, ya desde la década de los 90, varios gobiernos regionales y nacionales de la UE y OCDE han adoptado, bajo diversos enfoques y con distinta intensidad, políticas de fomento de los *clusters*. En términos generales, el informe apunta que es conveniente ayudar a las empresas locales a estrechar sus lazos de cooperación y de vinculación a redes, en particular para la provisión y la utilización de los servicios compartidos y, si un *cluster* ya existe, resulta sensato aplicar medidas de política económica para elevar los *clusters* regionales a *clusters* innovadores (EC, 2002).

En cualquier caso y tal como Gillespie *et al.* (2001) señalan, Europa ha sido totalmente ineficiente tratando de hacer surgir Silicon Valleys, quizás porque en estos *clusters* hay una ventaja del primer entrante, sin embargo, los *clusters* tradicionales muestran bastante estabilidad en el tiempo. Así, una política razonable sería tratar de conservar y mejorar aquellos bienes que, como los *clusters*, no parecen fácilmente reproducibles.

NOTAS †

- [1] Suponen el 99,9% del sector no financiero (Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises 2013/2014, Comisión Europea) and Medium-sized Enterprises 2013/2014, Comisión Europea).
- [2] En The Second Industrial Divide (1984), Piore y Sabel postulaban que en el nuevo contexto de progreso técnico continuo y de diversificación de la demanda, la flexibilidad de las empresas pequeñas y medianas, las hacía más eficientes que las empresas muy grandes para adaptarse al cambio.
- [3] Nos encontramos frente a un proceso paradójico, que Beck (2004) ha denominado «glocalización», en el que el trasfondo de la economía global está permitiendo acentuar la importancia de lo local. Así, el proceso de globalización ha impulsado también los procesos de desarrollo endógeno, basados en un fortalecimiento de las estrategias relacionales (productivas, tecnológicas y de intercambio) y de sus redes, vinculadas con los entornos territoriales locales.
- [4] Giblin (2010) encuentra que la presencia de las empresas líderes afecta positivamente al grado en que las empresas conectan con redes globales, y aumenta la probabilidad de que las otras empresas del cluster, lleven a cabo IED.
- [5] La variable SCOPE no es discriminante.
- [6] χ^2 es 20,05.
- [7] Son numerosas las iniciativas que en la UE (ej. la European Cluster Collaboration Platform, 2010), persiguen volver eficientes y competitivos los distritos industriales europeos, buscando su visibilidad internacional en términos de innovación, competitividad y tamaño, para así convertirlos en auténticos actores globales.

BIBLIOGRAFÍA ‡

AABY, N.E. y SLATER, S.F. (1989). «Management Influence on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988». *International Marketing Review*, vol 6, nº 4, 7-22.

AUDRETSCH, D.E. (2003). *SMEs in the age of globalization*. Cheltenham, Edgard Elgar.

BARNEY, J. (1991). «Firm resources and sustained competitive advantage». *Journal of Management*, vol 17, pp. 99-120.

BECATTINI, G. (1989). *Los distritos industriales y el reciente desarrollo italiano*. *Sociología del Trabajo*, nº 5, pp. 3-17.

BECATTINI, G. (1992). «El distrito industrial marshalliano como concepto socioeconómico», in: Pyke, F., Beccattini, G. and Sengenberger, W. (eds), *Los distritos industriales y las pequeñas empresas I. Distritos industriales y cooperación interempresarial en Italia*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, pp. 61-79.

BECCHETTI, L. y ROSSI, S. (2000). «The positive effect of industrial district on the export performance of Italian firms». *Review of Industrial Organization*, 16(1), pp. 53-68.

BECK, U. (2004). *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Eds. Paidós Ibérica.

BELSO, J.A. (2006). «Do industrial districts influence export performance and export intensity? Evidence for Spanish SMEs' internationalization process». *European Planning Studies*, 14(6), pp. 791-810.

BELL, J. (2005). «Clusters, networks, and firm innovativeness». *Strategic Management Journal*, vol. 26, nº 3, pp. 287-295.

BERTOLINI, P. y GIOVANNETTI, E. (2006). «Industrial districts and internationalization: the case of the agri-food industry in Modena, Italy». *Entrepreneurship and regional development*, 18 (4), 279-304.

BLOODGOOD, J., SAPIENZA, H.J., y ALMEIDA, J.G. (1996). «The Internationalization of New High-potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4), pp. 61-76.

BOIX, R. y GALETTO, V. (2006): *El nuevo mapa de los Distritos Industriales de España y su comparación con Italia y el Reino Unido*. Document de treball 06.04, Uab.

BROWN P. y BELL J. (2001): *Industrial clusters and small firm internationalization*. In Taggart J.H., Berry M. & McDermott M. (eds.). *Multinationals in a New Era*. Basingstoke: Palgrave, 10-27.

BRUSH, C.G. (1995). *International entrepreneurship: The effect of firm age on motives for internationalization*. New York, Garland Publishing, Inc.

BUCKLEY, P. (1989). «Foreign direct investment by small and medium sized enterprises: the theoretical background». *Small Business Economics*, vol.1, nº 2, pp. 89-100.

BUGAMELLI, M. e INFANTE, L. (2002). *Sunk costs to exports*. Banca d'Italia, mimeo.

BURGEL, O. y MURRAY, G.C. (1998). The Internationalisation of British And German Start-Up Companies In High-Technology Industries. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, MA.

CHIARVESIO, M.; DI MARIA, L. y MICELLI, S. (2003). «Innovation and internationalisation of Italian districts: exploitation of global competencies or transfer of local knowledge?» Reinventing regions in the global economy. *Regional Studies Association International Conference*, Pisa. 12th-15th April.

COVIELLO, N.E. y COX, M.P. (2006). «The resource dynamics of international new venture networks». *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 4, nº2, pp. 113-132.

COBO, F.B.; HERVÉ, A. y APARICIO, M.S. (2011). «La Europa de los clusters: el apoyo institucional a los clusters en la UE». *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLIV, pp. 471-488.

DE MARTINO, R.; REID, D.M.H. y ZYGLIODOPOULOS, S. C. (2006). «Balancing localization and globalization: exploring the impact of firm internationalization on a regional cluster». *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 18, nº 1, pp. 1-24.

- DEI OTTATI, G. (2002). «Social concertation and local development: The case of industrial district». *European Planning Studies*, 10(4), pp. 449-466.
- DELGADO, M.; PORTER, M. E. y STERN, S. (2010). «Clusters and entrepreneurship». *Journal of Economic Geography*, 10 (4), pp. 495-518.
- ENGEL, J.S. y DEL PALACIO, I. (2009). «Global networks of clusters of innovation: Accelerating the innovation process». *Business Horizons*, vol. 52, nº5, pp. 493-503.
- EUROPEAN COMMISSION (2002). *Regional Clusters in Europe. Observatory of European SME's*, nº 3.
- FERRETTI, M. y PARMENTOLA, A. (2012). «Leading Firms in Technology Clusters: The Role of Alenia Aeronautica in the Campania Aircraft Cluster». *International Journal of Business and Management*, 7(21), pp. 65-77.
- FONTES, M. y COOMBS, R. (1997). «The coincidence of technology and market objectives in the internationalization of new technology-based firms». *International Small Business Journal*, vol. 15, nº 4, pp. 14-35.
- GABRIELSSON, M. y KIRPALANI, M. (2004). «Born globals: how to reach new business space rapidly». *International Business Review*, vol. 13, nº 5, pp. 555-571.
- GIBLIN, M. (2010). «Managing the Global-Local Dimensions of Clusters and the Role of "Lead" Organizations: The Contrasting Cases of the Software and Medical Technology Clusters in the West of Ireland». *European Planning Studies*, vol 19, nº 1, pp. 23-42.
- GILLESPIE, A.; RICHARDSON, R. y CORNFORD, J. (2001). «Regional Development and the New Economy». *European Investment Bank Papers*, vol. 6, nº1, pp. 109-131.
- HADLEY, R.D. y WILSON, H.I.M. (2003). «The network model of internationalization and experiential knowledge». *International Business Review*, vol. 12, nº 6, pp. 697-717.
- HERVÁS, J.L.; DALMAU, J.I. y ALBORS, J. (2008). «Influencia de los recursos y capacidades territoriales sobre las empresas en un distrito industrial: evidencia empírica para el sector cerámico en España». *Economía Industrial*, nº 369, pp. 213-224.
- Holm, D.B.; ERIKSSON, K. y JOHANSON, J. (1996). «Creating value through mutual commitment to business network relationships». *Strategic Management Journal*, 20 (5), pp. 467-486.
- IAM MARINO, S. y MCCANN, P. (2006). «The structure and evolution of industrial clusters: Transactions, technology and knowledge spillovers». *Research Policy*, vol. 35, nº 7, pp. 1018-1036.
- JOHANSON, J. y MATTSON, L.G. (1988). *Internationalization in Industrial Systems-A Network Approach*. In N. Hood & J.E. Vahlne (Eds.), *Strategies in global competition* (pp. 287-314). Croom Helm: Dover.
- JOHANSON, J. y VAHLNE, J.E. (1977). «The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments». *Journal of International Business Studies*, vol. 8, nº1, pp. 23-32.
- JOHANSON, J. y VAHLNE, J.E. (2009). «The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership». *Journal of International Business Studies*, vol. 40, nº 9, pp. 1411-1431.
- JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975). «The Internationalization of the Firm - Four Swedish cases». *Journal of Management Studies*, vol. 12, nº 3, pp. 305-323.
- KARAGOZOGLU, N. y LINDELL, M. (1997). «Global Strategies of US and Scandinavian R&D-intensive Small - and Medium-sized Companies». *European Management Journal*, vol.15, nº 1, pp. 92-100.
- KARLSEN, A. y NORDHUS, M. (2011). «Between close and distanced links: Firm internationalization in a subsea cluster in Western Norway, Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian». *Journal of Geography*, vol. 65, nº 4, pp. 202-211.
- KNIGHT, G. y CAVUSGIL, S. (1996). «The born global firm: a challenge to traditional internationalisation theory». *Advances in International Marketing*, nº 8, pp. 11-26.
- KOWALSKI, A. M. (2014). «The Role of Innovative Clusters in the Process of Internationalization of Firms». *Journal of Economics, Business and Management*, vol. 2, nº 3, pp. 181-185.
- KRUGMAN, P. (1990). «Increasing returns and economic geography». *Journal of Political Economy*, vol. 99, nº 3, pp. 483-499.
- LANGEN, P.W. (2002). «Clustering and performance: the case of maritime clustering in The Netherlands». *Maritime Policy & Management*, vol. 29, nº 3, pp. 209-221.
- LINDQVIST, M.C. (1997). *Infant Multinationals: Internationalisation of Small Technology-Based Firms*, in: D. Jones-Evans & M. Klofsten (Eds.). *Technology, Innovation and Enterprise: The European Experience*. Hampshire: MacMillan Press Ltd.
- MACCARINI, M.E.; SCABINI, P. y ZUCHELLA, A. (2003). *International entrepreneurship and location-specific factors: a study on born-global firms, 29th EIBA conference*, December 11-13.
- MADSEN, T.K. (1987). *Empirical export performance studies: A review of conceptualizations and findings*. In: S.T. Cavusgil (Ed.), *Advances in international marketing*, nº 2, pp. 177-198. Connecticut: JAI Press Inc.
- MADSEN, T. y SERVAIS, P. (1997). «The internationalisation of born globals: an evolutionary process?». *International Business Review*, vol. 6, nº 6, pp. 251-277.
- MAJOCCHI, A. (2000). «Are industrial clusters going international? The case of Italian SMEs in Romania». *Working Paper*, 12. Università dell'Insubria, Varese.
- MARSHALL, A. (1920). *Industrial Organization, continued. The concentration of specialized industries in particular localities. Principles of Economics*, 8th ed., 208-221, London: Macmillan and Co.
- MASKELL, P. (2001). «Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster». *Industrial and corporate change*, vol. 10, nº 4, pp. 921-943.
- MASKELL, P.; BATHOLT, H. y MALMBERG, A. (2006). «Building global knowledge pipelines: the role of temporary clusters». *European Planning Studies*, vol. 14, nº 8, pp. 997-1013.
- MCDUGALL, P. (1989). «International versus domestic entrepreneurship: New venture strategic behaviour and industry structure». *Journal of Business Venturing*, nº 4, pp. 387-399.
- MCDUGALL, P. y OVIATT, B.M. (1996). «New Venture Internationalization, Strategic Change, and Performance: A Follow-up Study». *Journal of Business Venturing*, vol. 11, nº 1, pp. 23-40.
- MCDUGALL, P.; SHANE, S. y OVIATT, B. (1994). «Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of Theories from International Business Research». *Journal of Business Venturing*, nº 9, pp. 469-487.
- MOEN, O. (1999). «The Relationship Between Firm Size, Competitive Advantages and Export Performance Revisited». *International Small Business Journal*, vol. 18, nº 1, pp. 53-72.
- MOLINA-MORALES, F.X. (2001). «European industrial districts: Influence of geographic concentration on performance of the firm». *Journal of International Management*, vol. 7 nº 4, pp. 277-294.
- MOLINA-MORALES, F.X. (2002). «Industrial districts and innovation: the case of the Spanish ceramic tiles industry. *Entrepreneurship & Regional Development*, nº 14, pp. 317-335.
- OVIATT, B. y MCDUGALL, B. (1994). «Toward a theory of international new ventures». *Journal of International Business Studies*, vol. 25, nº 1, pp. 45-64.
- OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P. (1995). «Global Start-Ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage». *The Academy of Management Executive*, vol. 9, nº 2, pp. 30-44.
- OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P. (2005). «Toward a Theory of International New Ventures». *Journal of International Business Studies*, vol. 36, nº 1, pp. 29-41.
- PLA, J. y 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*, vol. 18, nº 5, pp. 435-445.
- PIORE, M.J. y SABEL, C. F. (1984). *The Second Industrial Divide*. N.Y. Basic Books.

PIORE, M.J. (1992). *Obra, trabajo y acción: experiencia de trabajo en un sistema de producción flexible*, en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): «Los distritos industriales y las pequeñas empresas», Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.

PORTER, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of the Nations*. The Free Press. Nueva York, USA.

PORTER, M.E. (1998). «Clusters and the new economics of competition». *Harvard Business Review*, vol. 76, n° 6, pp. 77-90.

PUIG, F. y DEBÓN, A. (2004). *El emprendedor internacional en el distrito industrial. Un estudio de las nuevas empresas internacionales*, I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana sobre creación de empresas y entrepreneurship, Valencia 16-17 de Marzo.

PYKE, F. y SENGENBERGER, W. (1992). *Industrial districts and local economic regeneration*, Geneva: International Institute for Labour Studies.

PYKE, F.; BECATTINI, G. y SENGENBERGER, W. (1990). *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy*, Geneva: International Institute for Labour Studies.

RASMUSSEN E.S.; MADSEN T.K. y EVANGELISTA (1999). *The founding of born global company in Denmark and Australia: sensemaking and networking*. Odense: University of Southern Denmark- Odense University Proceedings.

RENNIE, M.W. (1993). «Global competitiveness: Born global». *The McKinsey Quarterly*, vol. 1, n° 4, pp. 45-52.

REUBER, A. R. y FISCHER, E. (1997). «The influence of the management team's international experience on the internationalization behaviors of SMEs». *Journal of International Business Studies*, vol. 28, n° 4, pp. 807-825.

ROBERTS, E.B. y SENTURIA, T.A. (1996). «Globalizing the Emerging High-technology Company». *Industrial Marketing Management*, n° 25, pp. 491-506.

SAXENIAN, A. (1996). «Inside-out: regional networks and industrial adaptation in Silicon Valley and Route 128. A Journal of Policy Development and Research», vol. 2, n° 2, pp. 41-60.

SHOHAM, A. y ALBAUM, G. (1994). «The effects of transfer of marketing methods on export performance – an empirical examination». *International Business Review*, vol. 3, n° 3, pp. 219.

SOPAS, L. (2001). *Born exporting in regional clusters: preliminary empirical evidence*. In Taggart J.H., Berry M. & McDermott M. (eds.), *Multinationals in a New Era*. Basingstoke: Palgrave, pp. 29-46.

SULLIVAN, D. (1994). «Measuring the Degree of Internationalization of a Firm». *Journal of International Business Studies*, vol. 25, n° 2, pp. 325-342.

URBAN, S. y VENDEMINI S. (1992). *European Strategic Alliances. Cooperative Corporate Strategies in the New Europe*. Oxford: Blackwell.

WILK, E.D.O. y FENSTERSEIFER, J. E. (2003). «Use of resource-based view in industrial cluster strategic analysis». *International Journal of Operations & Production Management*, vol. 23, n° 9, pp. 995-1009.

ZAHRA, S.A. y GEORGE, G. (2002). *International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda*. In M. Hitt, R. Ireland, M. Camp, y D. Sexton (eds.), *Strategic Leadership: Creating a New Mindset*. London, UK: Blackwell: pp. 255-288.

ZAHRA, S.A.; IRELAND, R.D. y HITT, M.A. (2000). «International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance». *Academy of Management Journal*, vol. 43, n° 5, pp. 925-950.

ZAHRA, S.A.; MATHERNE, B. y CARELTON, J. (2000). *Leveraging technological resources for competitive advantage: The case of Software New Ventures. Proceedings of the 2nd Annual McGill University Conference on Globalization*, in press.

ZEN, A.C.; FENSTERSEIFER, J.E. Y PRÉVOT, F. (2011). «Internationalization of Clustered Companies and the Influence of Resources: A Case Study on Wine Clusters in Brazil and France». *Latin American Business Review*, vol. 12, n° 2, pp. 123-141.

ZUCHELLA, A. (2002). *Born global versus gradually internationalizing firms: an analysis based on the Italian case. Paper proposed to be presented in the 28th EIBA Conference*.

ZYGLIDOPOULOS, S.C.; DEMARTINO, R. y REID, D.M. (2006). «Cluster Reputation as a Facilitator in the Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises». *Corporate Reputation Review*, vol. 9, n° 1, pp. 79-87.

