

Proyecto PhD. Resumen

El objetivo de esta investigación es avanzar en la comprensión de la relación entre las empresas Born Global españolas que aplican Estrategias Medioambientales Proactivas sobre el rendimiento financiero de las mismas, analizando su grado de internacionalización y el método de entrada a los mercados internacionales, así como la influencia del Directivo/Fundador en la formación de la Born Global y en el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad.

Las fuerzas asociadas con la globalización impulsan a muchas empresas a entrar en la esfera internacional para obtener ventaja competitiva y sobrevivir estableciendo una presencia global. Actualmente para todas las empresas, no importa el tamaño ni el sector, la internacionalización es una opción estratégica clave. La movilidad del conocimiento hace posible que una empresa joven pueda expandirse rápidamente más allá de las fronteras nacionales, esta idea ha sido respaldada por la literatura sobre las empresas Born Global.

El avance en determinadas capacidades relacionadas con el desarrollo de una estrategia medioambiental proactiva (EMP) favorece el proceso de internacionalización.

Las empresas que van a formar parte del estudio se caracterizan primero por tener el 25% de exportaciones sobre el total de ventas en al menos uno de los tres primeros años desde el inicio, segundo como aquellas empresas con más de 10 y menos de 200 empleados. La población objeto de estudio se obtendrá a partir de una Base de Datos propia elaborada a partir de información de dos fuentes: informes de sostenibilidad GRI y la Encuesta de Estrategias Empresariales (ESEE) brindados por la Fundación Sepi.

Revisión de Literatura

Teorías de internacionalización de empresas

El modelo Upsala se focaliza en la adquisición, integración, el uso del conocimiento acerca de los mercados extranjeros, y un creciente compromiso y asignación de recursos a los mercados. El proceso es descrito como evolutivo, dinámico y cíclico. De acuerdo con

Johanson y Vahlne (1990) los dos patrones principales del proceso son el tipo de compromiso y la distancia psíquica.

En el modelo relacionado a la Innovación, la internacionalización es considerada como una innovación en la empresa (Andersen, 1993), el modelo distingue una serie de etapas de internacionalización que se organizan en forma secuencial y fijas.

La teoría de la internalización explica la existencia y funcionamiento de la empresa multinacional (Rugman, 1981) y contribuye a entender los límites de la misma, su interfaz con el entorno externo y su diseño organizativo interno.

El paradigma ecléctico identifica y evalúa la importancia de los factores que influyen el inicio de la producción internacional por parte de las empresas y el crecimiento de dicha producción, postulado inicialmente por Dunning (1980).

El enfoque de redes considera a las redes intra e interorganizacionales. Los principales expositores del mismo son Coviello y Munro (1997) quienes señalaron que las pequeñas y medianas empresas muestran un patrón de externalización de sus actividades durante los procesos de internacionalización dependiendo en gran medida del establecimiento de redes.

El enfoque del Emprendimiento Internacional es una nueva área de investigación entre la interfaz de la investigación de emprendimiento y los negocios internacionales (McDougall y Oviatt, 2000; Antoncic y Hisrich, 2001; y Ruzzier, Hisrich, y Antoncic, 2006). En contraste con las teorías tradicionales de internacionalización (Upsala e Innovación), este enfoque se focaliza más en la rápida internacionalización de las empresas (Bose, 2016).

Teoría Natural de Recursos y Capacidades

Actualmente existe un consenso en que se deben integrar los asuntos medioambientales en la estrategia empresarial debido a los crecientes problemas que se presentan en el medio ambiente (Adler, 2016). La Teoría Natural de Recursos y Capacidades (NRBV por sus siglas en inglés, Natural Resource Based View) provee las bases para plantear la relación entre el resultado medioambiental y los rendimientos de la empresa (Hart, 1995;

Russo y Fouts, 1997; Albertini, 2013), planteándose la relación entre las capacidades medioambientales, la rentabilidad y la mejora medioambiental.

Así también, la NRBV proveyó una teoría para explicar la ventaja competitiva como un resultado del desarrollo de capacidades medioambientales valiosas por parte de la empresa, como la innovación continua, el aprendizaje organizativo, y la integración de los stakeholders, asociados con una estrategia medioambiental proactiva (Hart, 1995).

A medida que las oportunidades de desarrollo de ventaja competitiva empresarial disminuyen en un mundo de competencia global, la NRBV puede proporcionar una orientación creciente al desarrollo de estrategias competitivas, como una teoría de empresa basada en el desarrollo de capacidades organizativas que pueden proporcionar una ventaja competitiva sostenida; las estrategias medioambientales complejas y completas pueden, como argumenta Hart (1995), ser un importante dominio competitivo emergente.

Los negocios tienen el desafío de crear nuevos conceptos de estrategia, nuevos modelos de negocios, la base para obtener una ventaja competitiva en los próximos años está cada vez más arraigada en un conjunto de capacidades emergentes del cuidado del medio ambiente. En definitiva, el mejor rendimiento medioambiental aumentará los beneficios financieros de la empresa, estos beneficios se reflejarán en la reputación de la empresa; el establecerse como empresa líder en las acciones medioambientales hará crecer las ventas y ganar mercado en aquellos clientes que sean sensibles a las cuestiones medioambientales.

Teoría Institucional

La Teoría Institucional enfatiza los procesos de legitimación y la tendencia a dar por sentadas estructuras organizativas institucionalizadas, independientemente de sus implicaciones de eficiencia. Delmas y Toffel (2004) detallaron los actores institucionales que influyen directamente sobre las prácticas medioambientales a nivel de la empresa, siendo los mismos: el gobierno, los clientes, la competencia, la comunidad, los stakeholders, y las asociaciones industriales. Esta teoría ayuda a entender porque una empresa se vuelve medioambientalmente responsable, y porque implanta prácticas medioambientales que van más allá de la ley.

Las empresas pueden adoptar varios tipos de prácticas de estrategias medioambientales en respuesta a las presiones institucionales. Estas se pueden basar en: (i) estrategias medioambientales de conformidad o de legislación obligatoria y de control; o (ii) estrategias medioambientales voluntarias que buscan reducir los impactos medioambientales de las operaciones más allá de los requerimientos legales (Sharma, 2000). Los directivos deberían ver a las normas voluntarias como una manera de mejorar su posición competitiva por varias razones: esto puede mejorar su reputación en el mercado, esto promueve el desarrollo de productos ecológicos, esto puede actuar como una barrera de entrada y esto refleja las preocupaciones personales de los directivos sobre el entorno natural (López-Gamero y Molina-Azorín, 2016).

Como lo establece Hart (1995), para mantener la legitimidad y construir reputación, las empresas pueden necesitar mostrar sus operaciones a un mayor escrutinio público, lo que en términos de esta teoría se transforman en instituciones. La transparencia de las operaciones no pondría en peligro la ventaja competitiva de la empresa; por el contrario, esta puede mejorar su imagen, reputación y legitimidad.

El uso conjunto de la Teoría de Recursos y Capacidades y la Teoría Institucional permite sobrepasar la debilidad que posee la primera cuando trata de estudiar los factores y efectos de la interacción de la empresa en su entorno natural.

Micro fundamentos.

Esta línea teórica resalta la necesidad de considerar aspectos relacionados a las acciones de los individuos y sus interacciones como variables independientes que subyacen el rendimiento de la empresa.

El proyecto de los micro fundamentos se convirtió rápidamente un dominio de investigación importante en la gestión estratégica en general y en la Teoría de Recursos y Capacidades en particular (Molina-Azorín, 2014). La línea de micro fundamentos es considerada por Barney, Ketchen Jr, y Wright (2011) como uno de los temas claves para el futuro de esta teoría.

El argumento principal de los micro fundamentos es que los individuos dentro de la organización son importantes, por lo que es importante entender a los individuos que conforman a la organización como los principales actores, estudiando y analizando sus habilidades, heterogeneidad, propósitos, decisiones, expectativas y motivaciones (Noci-Azorín, 2014).

Relacionando la Teoría de Recursos y Capacidades con los micro fundamentos, los altos directivos pueden representar algunos de los recursos más valiosos, únicos y difíciles de imitar (Barney, 1991).

Se sostiene que mientras más internacionalizada sea una empresa multinacional, es más probable que sus altos directivos tengan mayor experiencia internacional (Peng, 2001). Dichos atributos representan un conocimiento tácito específico de la empresa que es difícil de acceder por otras empresas multinacionales cuyos altos directivos no posean conocimientos similares; esto también es válido para las empresas Born Global, en donde la experiencia previa de los directivos o fundadores es relevante para la internacionalización de la PyME, otorgando a las empresas que lo poseen una fuente extra de ventaja competitiva.

Por lo expuesto se podría afirmar que la internacionalización temprana de la empresa es facilitada más probablemente por las capacidades internas de nivel micro que por los derramadores externos de nivel macro (García-Cabrera, García-Soto, y Suárez-Ortega, 2017), es decir que las capacidades y experiencia previa de los directivos o fundadores, juegan un papel importante en el proceso de internacionalización de las empresas Born Global. Por lo que a los fines de esta tesis doctoral que pretende comprender los factores que influyen en el proceso de internacionalización de las empresas Born Global, y por consiguiente en sus resultados empresariales, es importante poder identificar el micro fundamento más importante para que este proceso se lleve a cabo: siendo en este caso el fundador o directivo de la empresa Born Global.

El fenómeno de las empresas Born Global

A finales de los 80, los investigadores empezaron a cuestionar la universalidad de los modelos de etapas. Antoncic y Hisrich, (2001) sostuvieron que algunas empresas son

internacionales desde su nacimiento. McKinsey y Company crearon el término “Born Global” para este tipo de empresa (1993). Knight y Cavusgil (1996) así como Madsen y Servais (1997) adoptaron este término.

Las Born Global son empresas que, desde o cerca de su establecimiento, obtienen una parte sustancial de sus ingresos por ventas totales en los mercados internacionales (McDougall y Oviatt, 1994; Knight y Cavusgil, 1996, 2004).

Estas empresas son establecidas con importante presencia exportadora, no siguen el patrón de etapas tradicional en su proceso de internacionalización, en contraste, ellas apuntan a los mercados internacionales o incluso al mercado global desde su nacimiento (Madsen y Servais, 1997). Se reconoce a este tipo de empresas como una subcategoría de PyMES.

Los cambios en el entorno global de negocios, acompañado de una tendencia de crecimiento de nichos de mercado, han reducido sustancialmente las barreras en el comercio internacional, haciendo accesible los mercados globales incluso a las empresas más jóvenes (Efrat y Shoham, 2012).

Las empresas Born Global exhiben un alto grado de orientación hacia el emprendimiento internacional. Su fundación y crecimiento están apoyados por una habilidad empresarial que las distingue. En lugar de ser la excepción que han sido en el pasado, es probable que este tipo de empresas, a su debido tiempo, se conviertan en la norma entre las empresas internacionalmente activas (Knight y Cavusgil, 1996).

En este trabajo de investigación se va a adoptar la definición de empresas Born Global como aquellas empresas que: (1) venden el primer producto en los mercados extranjeros dentro de los tres años de inicio, y; (2) obtienen al menos el 25% de la facturación fuera del mercado local. En tanto Gary A. Knight (1997:1) define a las empresas Born Global como: *“Una empresa, que desde o cerca de su fundación, busca derivar una proporción sustancial de sus ingresos de venta de sus productos en los mercados internacionales”*.

Se considera que al momento de estudiar a las empresas Born Global, la perspectiva de tiempo debería ser extendida más allá de su nacimiento. Probablemente, mucho de sus genes tiene sus raíces en empresas y redes en las que su fundador y altos directivos obtuvieron experiencia en la industria (Madsen y Servais, 1997), se demostró una gran dependencia entre

el accionar de las empresas Born Global y los antecedentes del fundador/emprendedor/directivo, justamente el modelo de emprendimiento internacional desarrollado por Ruzzier et al., (2006, 2007) identificó en uno de sus bloques al Fundador/Directivo (Capital Humano), destacando la importancia de estas figuras en el proceso de internacionalización de las Born Global.

Las empresas y el medioambiente

En el pasado el paradigma dominante era una visión basada en la creencia de que los recursos naturales infinitos permitirían un crecimiento material y económico sin límites, fe en el uso de la ciencia y la tecnología para resolver los problemas ecológicos, y la creencia de que el ser humano es superior a la naturaleza. El nuevo paradigma medioambiental es una visión basada en la creencia que los recursos naturales limitados restringen el crecimiento económico, y que los humanos necesitan vivir en armonía con la naturaleza (Egri y Herman, 2000).

Desde el cambio de escenario competitivo provocado por la creciente preocupación social por la degradación del entorno natural como consecuencia de la actividad industrial, la creciente preocupación medioambiental por el cambio climático, seguridad energética y la creciente escasez de recursos (OCDE, 2009); se observa un mayor interés por las teorías de la organización por incorporar cuestiones medioambientales (Noci y Verganti, 1999) como fuente de ventaja competitiva.

El concepto de desarrollo sostenible y el entendimiento general que el medioambiente y la economía son interdependientes han despertado gran interés en los últimos años. Algunos actores avanzados de la industria han adoptado cambios organizativos o institucionales complementarios, como nuevos modelos de negocios o modos alternativos de provisión que potencialmente pueden conducir a importantes beneficios medioambientales.

Los autores han comprobado que existe una gran variedad de actuaciones estratégicas referidas al tema del medio ambiente, las mismas varían a través de un rango que va desde las estrategias medioambientales más reactivas (cumplimiento de la legislación y adopción de prácticas medioambientales tipo), dichas estrategias no le confiere mucha ventaja competitiva a la empresa ya que generalmente adoptan las tecnologías disponibles que se pueden obtener

en el mercado y pueden ser fácilmente imitadas por sus competidores. Hasta las estrategias medioambientales más proactivas, dichas estrategias adoptan enfoques modernos diseñados para prevenir la ocurrencia de problemas tratando con sus recursos, anticipándose a futuras regulaciones y tendencias sociales, y diseñando o alterando las operaciones, los procesos, los productos para prevenir el impacto medioambiental negativo (Hart, 1995).

Aragón-Correa, Hurtado-Torres, Sharma, y García-Morales, (2008) mencionaron que a pesar de que las investigaciones previas han mostrado que las grandes empresas son a menudo medioambientalmente más proactivas que las PyMES, paradójicamente muchas de las capacidades necesarias para desarrollar enfoques medioambientales proactivos pueden ser fomentados por ciertas características estratégicas de las pequeñas empresas.

Numerosos estudios han utilizado la Teoría Basada en los Recursos y Capacidades para estudiar la adopción de Estrategias Medioambientales Proactivas, incluyendo la perspectiva de la capacidad dinámica (Hart, 1995; Aragón-Correa y Sharma, 2003). Una estrategia medioambiental proactiva implica la adopción por parte de la empresa de un conjunto de prácticas modernas y avanzadas diseñadas para prevenir los problemas medioambientales. Aragón-Correa y Rubio-López, (2007:358), la define como: *“una estrategia medioambiental proactiva viene delimitada por la implantación sistemática de prácticas de gestión medioambiental voluntarias que van más allá del mero cumplimiento de las exigencias legales”*.

Aragón-Correa y Sharma (2003), caracterizaron a una estrategia medioambiental proactiva como una capacidad dinámica, entendiéndolas como un conjunto de procesos específicos e identificables que mejoran las prácticas entre las empresas.

Bansal y Roth (2000) dejan ver que existen tres estimulaciones de distinta índole, que dan impulso para el desarrollo de posturas estratégicas más proactivas: competitividad, legitimidad y responsabilidad ecológica. La competitividad hace referencia a las ventajas que generan las posturas medioambientales en los resultados de la firma en el largo plazo. La legitimidad hace referencia a la voluntad de la empresa de ajustar sus acciones medioambientales al conjunto de regulaciones, creencias o valores que se encuentran establecidas y aceptados en la sociedad. La responsabilidad ecológica incluye el compromiso de la firma con sus responsabilidades y valores sociales.

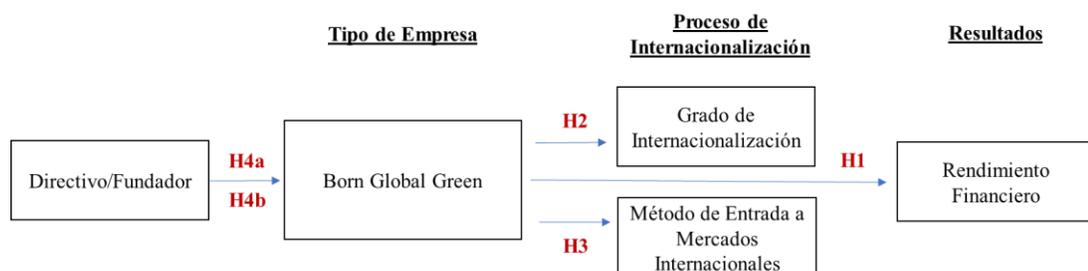
Discusión de la Propuesta

Se considera importante el estudio de las Estrategia de Internacionalización y su influencia en los resultados financieros de las empresas Born Global españolas mediante la aplicación de Estrategias Medioambientales Proactivas. Un estudio de este tipo ayudaría a responder a las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Los Resultados Financieros de la empresa Born Global que aplica una estrategia medioambiental proactiva son mejores a la de una empresa Born Global que no aplica este tipo de estrategia?
- ¿Cuál es la diferencia en el Grado de Internacionalización de una empresa Born Global que aplica una estrategia medioambiental proactiva y el de una empresa que no aplica este tipo de estrategia?
- ¿Cuál es la diferencia en el Método de Entrada a los mercados internacionales de una empresa Born Global que aplica una estrategia medioambiental proactiva y el de una empresa Born Global que no aplica este tipo de estrategia?

Para mi estado de conocimiento no existe al día de hoy ningún trabajo empírico, ni ninguna propuesta teórica que haya diferenciado a las empresas Born Global por su aplicación o no de estrategias medioambientales proactivas, y aquí está el grado de novedad de la presente propuesta doctoral, analizando este tipo de empresas respecto a sus resultados financieros, grado de internacionalización y el método de entrada a los mercados internacionales.

El modelo de investigación se puede representar en la siguiente Figura 1:



Fuente: elaboración propia

Rendimiento Medioambiental y Rendimiento Financiero

Existen trabajos que mostraron que la relación entre el rendimiento medioambiental y el rendimiento financiero es positiva (Hart, 1995; Porter y van del Linde, 1995; Russo y Fouts 1997; Kennelly y Lewis, 2002), para otros investigadores es negativa (Walley y Whitehead, 1994; Cordeiro y Sarkis, 1997; Wagner, 2005), e incluso para algunos es neutra (Aragón-Correa y Rubio-López, 2007), otros establecieron que no se puede probar la relación existente entre ambas variables debido a las dificultades para medir las consecuencias de la gestión medioambiental sobre la rentabilidad (Lorraine, Collison, y Power, 2004).

Las contradicciones en los resultados se pueden deber a múltiples causas, como los diferentes datos utilizados para realizar la investigación, la falta de un marco teórico claro dentro del cual se investiguen las relaciones entre el rendimiento medioambiental y el rendimiento financiero, otra razón puede ser el tiempo tomado para realizar la investigación, los errores en el análisis empírico de datos, la metodología de la medición de las variables involucradas en los estudios y los diferentes proxies usados por los investigadores en sus estudios empíricos para medir el rendimiento medioambiental y el rendimiento financiero.

Un estudio interesante a resaltar por su actualidad, complejidad y variables utilizadas es el que llevo a cabo Albertini (2013). En su trabajo sostuvo que el rendimiento financiero es un meta constructo que enfatiza la rentabilidad de la empresa, su estudio en su meta análisis ha adoptado tres grandes subdivisiones del rendimiento financiero corporativo: basado en el mercado (p ej. precio por acción), basado en la contabilidad (p ej. ganancias por acción, retorno sobre activo) y mediante medidas organizativas (p ej. ventajas de costes y ventajas de diferenciación).

La Teoría Natural de Recursos y Capacidades provee las bases para plantear la relación entre el resultado medioambiental y los rendimientos de la empresa (Hart, 1995; Russo y Fouts, 1997; Albertini, 2013), planteándose la relación entre las capacidades medioambientales, la rentabilidad y la mejora medioambiental.

En síntesis, una amplia variedad de empresas puede actualmente lograr mejor rendimiento medioambiental y obtener una mejora en su rendimiento financiero, incluso las empresas Born Global, haciendo el correcto uso de sus escasos recursos y capacidades, sorteando la vulnerabilidad general de competencia en recursos con las grandes empresas.

Teniendo en cuenta los anteriores fundamentos se formula la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: Las empresas Born Global que apliquen Estrategias Medioambientales Proactivas (Born Global Green) tienen mejores resultados financieros.

Grado de Internacionalización

Históricamente, mucha de la investigación de esta área ha empleado sólo medidas unidimensionales de internacionalización de empresas. Estas investigaciones unidimensionales han sido criticadas por la falta de rigor en la especificación y en la operacionalización del concepto de internacionalización, así como también por su variación metodológica y errores de medición (Sullivan, 1994).

El Grado de Internacionalización es un concepto multidimensional, es un término alternativo al término de Diversificación Internacional. Kennelly y Lewis (2002) en su trabajo de investigación analizó la relación entre el Grado de Internacionalización de una empresa y su rendimiento medioambiental corporativo, el resultado arrojado por su estudio mostró una relación positiva estadísticamente significativa entre la multinacionalidad y el rendimiento medioambiental.

En tanto que Chen, Ong, y Hsu (2016) en su estudio consideraron dimensiones conceptuales específicas que sustentaron la medida del Grado de Internacionalización en el lugar de la construcción de un índice. Para medir la internacionalización se identificaron las tres mayores dimensiones en el concepto: intensidad, extensión geográfica y concentración geográfica. La dimensión de la intensidad se centra en la proporcionalidad de las actividades extranjeras frente a las nacionales; desde los aspectos geográficos de la internacionalización, la dimensión de la extensión mide el número de países en los cuales las actividades toman lugar; y la concentración geográfica se centra en el grado en el cual dichas actividades están concentradas dentro de los países extranjeros.

Relacionando la definición de empresa Born Global expuesto en la revisión de la literatura del presente trabajo con el Grado de Internacionalización; se concluye que la definición no requiere un límite del número de países en los cuales operar, en término de diversidad geográfica, económica, institucional o cultural, ni requiere desafíos relacionados con la distancia que las empresas necesitan enfrentar para ser considerada como empresa Born Global, la mayoría de estas tienen un Grado de Internacionalización bastante estrecho, al menos en sus primeros años.

Por todo lo expuesto se formula la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: Las empresas Born Global que apliquen Estrategias Medioambientales Proactivas (Born Global Green) se diferencian en el Grado de Internacionalización de las empresas Born Global que no apliquen este tipo de estrategia.

Método de entrada a los Mercados Internacionales

Existen distintos criterios de clasificación de los métodos de entrada a los mercados internacionales de las empresas Born Global; por un lado, Zahra, Ireland y Hitt (2000) los clasifican como transacciones de alto control y transacciones de bajo control; Hashai y Almor (2004) realiza una clasificación que toma en etapas los modos de internacionalización, ordenándolas de menor a mayor compromiso de recursos; finalmente Melén y Nordman (2009) los clasifican como método de internacionalización de bajo compromiso y de alto compromiso.

Las Born Global comienzan su proceso de internacionalización usando múltiples y diferentes métodos de entrada (Sharma y Blomstermo, 2003), desafiando la visión convencional presentada por los modelos tradicionales de internacionalización (Johanson y Vahlne, 1977; Andersen, 1993). Las empresas Born Global son flexibles en sus métodos de entrada y los adaptan en función a las necesidades del mercado individual y los clientes (Sharma y Blomstermo, 2003).

En esta investigación el criterio de clasificación del método de entrada a los mercados internacionales a considerar será el desarrollado por Melén y Nordman (2009); en donde los métodos de entrada de bajo compromiso incluyen a las exportaciones, las licencias y las

franquicias, generalmente requieren menos interacciones con los mercados, proveedores y clientes. Los métodos de entrada de alto compromiso incluyen a las alianzas estratégicas, las subsidiarias de venta y a las subsidiarias de fabricación, requieren una mayor participación en los mercados extranjeros, proporcionando así un mayor acceso a las bases de conocimiento que existen en dichos mercados.

Teniendo en cuenta los anteriores argumentos, formulamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: Las empresas Born Global que apliquen Estrategias Medioambientales Proactivas (Born Global Green) se diferencian en el método de entrada a los mercados internacionales de las empresas Born Global que no apliquen este tipo de estrategias.

Directivo/Fundador

Es indudable la importancia de la figura del Directivo dentro de los dos tópicos centrales de investigación de esta de tesis doctoral, ya que es el actor preponderante para que las empresas tengan una visión internacional de los negocios desde el comienzo de sus actividades y desarrollen los valores de sostenibilidad en su convencimiento de que la empresa debe hacer algo mejor por su entorno social y natural (Bansal y Roth, 2000); se va a hacer referencia en forma indistinta al término Directivo, Emprendedor y Fundador.

En las Born Global el Directivo es considerado como una de las variables principales en su surgimiento, desde el inicio de la empresa no ve los límites nacionales como un obstáculo, sino que ve los mercados internacionales como mercados potenciales y alcanzables; igual de importante es la figura del Directivo en la decisión por parte de las empresas de desarrollar Estrategias Medioambientales Proactivas.

La importancia del Directivo en ambos tópicos de investigación se sustenta en la teoría de los micro fundamentos, resaltando las capacidades internas de la empresa a nivel micro en el proceso de internacionalización y en el desarrollo de capacidades medioambientales.

Es el Directivo quien debe ser consiente del impacto que las actividades de la empresa tienen en el medio ambiente y de la manera de introducir los temas medioambientales en las

decisiones estratégicas de la empresa, afectando positivamente el desarrollo de sus capacidades medioambientales (Egri y Herman, 2000).

La Teoría Basada en los Recursos y Capacidades (Hart, 1995) y su derivada, la Teoría Natural de Recursos y Capacidades (Hart y Dowell, 2011) han demostrado que las percepciones de los directivos del entorno general de los negocios influyen la estrategia medioambiental.

Los Directivos deben ser conscientes de que no hay respuestas estándar, y prestar especial atención tanto a la conexión externa como a la situación interna antes de tomar decisiones individualizadas sobre el enfoque medioambiental (López-Gamero y Molina-Azorín, 2016).

Teniendo en cuenta los anteriores argumentos, formulamos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 4a: El Directivo/Fundador de la empresa Born Global influye positivamente en su formación.

Hipótesis 4b: El Directivo/Fundador de la empresa Born Global influye positivamente en el desarrollo de una Estrategia Medioambiental Proactiva.

Metodología

Las hipótesis de este estudio se tratarán de verificar tomando como referencia los datos de las empresas Born Global españolas pertenecientes a todos los sectores de la economía. El ámbito geográfico seleccionado es el de todas las comunidades autónomas de España, se pretende que el entorno legislativo, cultural y social de las organizaciones tomadas en el estudio pertenezcan al mismo país con la finalidad de minimizar los efectos de las variables no controlables en el estudio empírico.

La población objeto de estudio se obtuvo a partir de la Base de Datos propia elaborada a partir de información proveniente de dos fuentes. Por un lado, de las empresas españolas que presenten informes anuales de sostenibilidad, por otro lado, los datos obtenidos de la

Encuesta de Estrategias Empresariales (ESEE) brindados por la Fundación Sepi dependiente del Ministerio de Hacienda y Función Pública española.

La toma de datos se realizará en dos fases. En una primera fase, en función a la Base de Datos definida previamente, se tomarán los datos del rendimiento financiero mediante información secundaria (**Hipótesis 1**); es decir a través de los datos medioambientales expuestos en los informes de sostenibilidad de las empresas, información pública de las empresas expuestos en las páginas web de cada una de ellas, los datos recabados de la ESEE en donde entre otras variables se puede determinar los “Gastos en Protección Medioambiental” y la “Inversión en Protección Medioambiental” de cada empresa española definida como Born Global. En una segunda fase se prevé la realización de un cuestionario en donde se recabe información respecto al Grado de Internacionalización (**Hipótesis 2**), al Método de Entrada a los mercados internacionales (**Hipótesis 3**), y las características de los Directivos/Fundadores de este tipo de empresas (**Hipótesis 4**). El cuestionario se llevará a cabo mediante correo electrónico a la dirección electrónica institucional recabada de la página web de la empresa, dirigida al responsable de los asuntos medioambientales de cada empresa, debido al tamaño de estas empresas se cree que en la mayoría de los casos el mismo va a coincidir con el Director/Fundador de la empresa. En todos los casos el cuestionario será precedido de una llamada telefónica para identificar y corroborar la dirección electrónica correcta y anunciar el envío por mail del cuestionario y pedido de colaboración. Se enviará adjunto al correo una carta de presentación de la investigación en cada cuestionario, y días después del envío del mail, se realizará una segunda llamada telefónica a las empresas que no hayan dado respuestas.

El cuestionario será previamente probado y validado por un grupo de expertos invitados, cuyas respuestas y observaciones servirán para corregir cualquier error que se haya cometido en su construcción, las respuestas de estos expertos se excluirán del trabajo de campo definitivo.

Se identificarán a las empresas Born Global españolas como sigue: primero por lo menos el 25% de exportaciones sobre el total de las ventas (Knight y Cavusgil, 1996, 2005) en al menos uno de los primeros tres años desde el inicio (Knight, 1997; McDougall y Oviatt,

2000). Segundo, se definen a las PyMES como aquellas empresas con más de 10 y menos de 200 empleados (Knight y Cavusgil, 2005).

Discusión y conclusiones

El resultado esperado de esta investigación es avanzar y mejorar la comprensión de la relación entre las empresas Born Global españolas que aplican Estrategias Medioambientales Proactivas y su influencia en la rentabilidad de las mismas.

Para llegar a obtener el resultado esperado se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- I. Definir adecuadamente lo que se entiende por internacionalización de empresas, analizando las diferentes teorías de internacionalización para su estudio, tanto de empresas multinacionales como de las PyMES.
- II. Estudiar el fenómeno de las empresas Born Global.
- III. Determinar lo que se entiende por Estrategias Medioambientales.
- IV. Definir adecuadamente lo que se entiende por rentabilidad, analizando los diferentes tratamientos utilizados en la literatura para su estudio.

Si bien se considera de interés las futuras aportaciones del presente trabajo, es necesario señalar algunas posibles limitaciones. Primero, debido a la aplicación del cuestionario, la desventaja de esta técnica de relevamiento de información es que podría estar bajo la influencia de las percepciones de los encuestados. Segundo, debido a la inexistencia de una base amplia de datos que brinde información respecto a los aspectos medioambientales de las Born Global, se va a construir una base conjugando información de dos fuentes distintas de información secundaria. Tercero, en cuanto a la imposibilidad de generalización de los resultados, debido a que los datos a utilizar pertenecerán a las características de los sectores económicos del país de origen de la muestra (España).

Debido a estas limitaciones sería muy interesante en una futura investigación considerar a una muestra más amplia en la que se incluyan empresas Born Global de diferentes países para analizar los efectos que las características de los países pueda tener

sobre las relaciones planteadas. Sería también interesante analizar el comportamiento de las empresas Born Global una vez que comienzan con sus actividades internacionales, evaluar cómo evoluciona su proceso de internacionalización, es decir después de la primera exportación; medir el índice de supervivencia de las mismas, identificando a las empresas Born Global que apliquen estrategias medioambientales proactivas a los efectos de determinar si esta característica tiene influencia sobre la supervivencia de la empresa.

Referencias bibliográficas

- Adler, P. S. 2016. "Alternative economic futures: A research agenda for progressive management scholarship". *Academy of Management perspectives* 30(2), 123-128.
- Albertini, E. 2013. "Does environmental management improve financial performance? A meta-analytical review". *Organization & Environment* 26(4), 431-457.
- Andersen, O. 1993. "On the internationalization process of firms: A critical analysis". *Journal of international business studies* 24(2), 209-231.
- Antoncic, B., y Hisrich, R. D. 2001. "An integrative conceptual model". *Journal of Euromarketing*, 9(2), 17-35.
- Aragón-Correa, J. A., y Sharma, S. 2003. "A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy". *Academy of management review* 28(1), 71-88.
- Aragón-Correa, J. A. y Rubio-López, E. A. 2007. "Proactive Corporate Environmental Strategies: Myths and Misunderstandings". *Long Range Planning* 40(3), 357-381.
- Aragón-Correa, J. A., Hurtado-Torres, N., Sharma, S., y García-Morales, V. J. 2008. "Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective". *Journal of environmental management* 86(1), 88-103.
- Bansal, P. y Roth, K. 2000. "Why companies go green: A model of ecological responsiveness". *Academy of management journal* 43(4), 717-736.
- Barney, J. 1991. "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of management*, 17(1), 99-120.

- Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., y Wright, M. 2011. "The future of resource-based theory: revitalization or decline?". *Journal of management* 37(5), 1299-1315.
- Bose, T.K. 2016. "Critical success factors of SME internationalization". *Journal of Small Business Strategy Peoria* 26(2) 87-109.
- Coviello, N. y Munro, H. 1997. "Network relationships and the internationalisation process of small software firms". *International Business Review* 6(4), 361-386
- Delmas, M., y Toffel, M. W. 2004. "Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework". *Business strategy and the Environment* 13(4), 209-222.
- Dunning, J. H. 1980. "Toward an eclectic theory of international production: Some empirical tests". *Journal of international business studies* 11(1), 9-31.
- Efrat, K., y Shoham, A. 2012. "Born global firms: The differences between their short-and long-term performance drivers". *Journal of World Business* 47(4), 675-685.
- Egri C.P. y Herman, S. 2000. "Leadership in the North American Environmental Sector: Values, Leadership Styles, and Contexts of Environmental Leaders and their Organizations". *Academy of Management Journal*.
- García-Cabrera, A. M., García-Soto, M. G., y Suárez-Ortega, S. M. 2017. "Macro-level spillovers and micro-level capabilities as antecedents of young SMEs' propensity to export and to become a born global". *International entrepreneurship and management journal* 13(4), 1199-1220.
- Hart, S. L. 1995. "A natural-resource-based view of the firm". *Academy of management review* 20(4), 986-1014.
- Hart, S. L., y Dowell, G. 2011. "Invited editorial: A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after". *Journal of management* 37(5), 1464-1479.
- Hashai, N., y Almor, T. 2004. "Gradually internationalizing 'born global' firms: an oxymoron?". *International business review* 13(4), 465-483.
- 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* 23-32.
- Johanson, J., y Vahlne, J. E. 1990. "The mechanism of internationalization". *International marketing review* 7(4).

- Kennelly, J. J., y Lewis, E. E. 2002. "Degree of internationalization and corporate environmental performance: is there a link?". *International Journal of Management* 19(3), 478.
- Knight, G. A. 1997. "Emerging Paradigm for International Marketing: The Born Global Firm". Michigan State University. Department of Marketing and Supply Chain Management, Michigan, USA.
- Knight, G. A. y Cavusgil, S.T. 1996. "The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory". *Advances in International Marketing*; Bingley 8, 11-26.
- Knight, G.A., y Cavusgil, S.T. 2004. "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm". *Journal of international business studies* 35(2), 124-141.
- Knight, G. A., y Cavusgil, S.T. 2005. "A taxonomy of born-global firms". *MIR: Management International Review* 15-35.
- López-Gamero, M. D., y Molina-Azorín, J. F. 2016. "Environmental management and firm competitiveness: the joint analysis of external and internal elements". *Long range planning* 49(6), 746-763.
- Lorraine, N. H. J., Collison, D. J., y Power, D. M. 2004. "An analysis of the stock market impact of environmental performance information". In *Accounting Forum* 28(3) 7-26)
- Madsen, T. K. y Servais, P. 1997. "The internationalization of Born Globals: An evolutionary process?". *International Business Review* 6(6), 561-583
- McDougall, P. P., y Oviatt, B. M. 2000. "International entrepreneurship: the intersection of two research paths". *Academy of management Journal* 43(5), 902-906.
- Melén, S., y Nordman, E. R. 2009. "The internationalisation modes of Born Globals: A longitudinal study". *European Management Journal*, 27(4), 243-254
- Molina-Azorín, J. F. 2014. "Microfoundations of strategic management: Toward micro–macro research in the resource-based theory". *BRQ Business Research Quarterly* 17(2), 102-114.
- Noci, G., y Verganti, R. 1999. "Managing 'green' product innovation in small firms". *R&d Management* 29(1), 3-15.
- Oviatt, B.M. y McDougall, P. 1994. "Toward a Theory of International New ventures". *Journal of International Business Studies* 25(1), 45-64

- Rugman, A.M. 1981. "New theories of the multinational enterprise". New York: St. Martin`s Press.
- Russo, M. V., y Fouts, P. A. 1997. "A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability". *Academy of management Journal* 40(3), 534-559.
- Ruzzier, M., Hisrich, R. D., y Antoncic, B. 2006. "SME internationalization research: past, present, and future". *Journal of small business and enterprise development* 13(4), 476-497.
- Ruzzier, M., Antoncic, B., y Hisrich, R. D. 2007. "The internationalization of SMEs: developing and testing a multi-dimensional measure on Slovenian firms". *Entrepreneurship and regional development* 19(2), 161-183.
- Sharma, S. 2000. "Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy". *Academy of managerial Journal* 43, 681-697
- Sharma, D. D., y Blomstermo, A. 2003. "The internationalization process of born globals: a network view". *International business review* 12(6), 739-753.
- Sullivan, D. 1994. "Measuring the degree of internationalization of a firm". *Journal of international business studies* 25(2), 325-342.
- Wagner, M. 2005. "How to reconcile environmental and economic performance to improve corporate sustainability: corporate environmental strategies in the European paper industry". *Journal of environmental management* 76(2), 105-118.
- Walley, N., y Whitehead, B. 1994. "It's not easy being green". *Reader in Business and the Environment* 36, 81.
- 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* 43(5), 925-950.