¿Va el conocimiento empresarial más allá de Occidente?

Occidente podría estar perdiéndose valiosos conocimientos sobre dirección empresarial de países como Brasil, China, India y Sudáfrica.



4 de junio de 2024

Desde los datos que recopilamos hasta las teorías en las que nos fijamos para las mejores prácticas de dirección empresarial, el mundo occidental podría estar perdiendo importantes

©IESE Business School

conocimientos provenientes de países no occidentales, en particular de aquellos que han ganado relevancia en los últimos años, como Brasil, China, India y Sudáfrica.

La dirección empresarial es un fenómeno universal, pero el corpus de conocimientos sobre este tema no siempre lo refleja. Las diferentes culturas pueden aportar contribuciones únicas e igualmente valiosas a la creación de una cultura empresarial exitosa. Por ejemplo, conceptos como la atención plena y el bienestar de los empleados, que han tenido un efecto tan positivo en la cultura corporativa moderna en Occidente, tienen sus raíces en el budismo.

¿Podemos aprender más de otras culturas? En lugar de limitarnos a evaluar la dirección empresarial occidental mediante comparaciones con el extranjero, ¿podríamos considerar las teorías de otras culturas como una perspectiva que amplíe y cuestione nuestro propio juicio?

Uno de los problemas para alcanzar esta visión es que la propia investigación académica está excesivamente centrada en el mundo occidental. Esta fue la conclusión a la que llegaron Yuliya Snihur, profesora del IESE, y sus coautores en el estudio "Embracing Non-Western Contexts in Management Scholarship".

Como miembros del equipo editorial del *Journal of Management Studies (JMS)*, analizaron los artículos publicados en esta cabecera desde 2012 hasta junio de 2023. Descubrieron que solo el 12% de las investigaciones provenían de contextos no occidentales, porcentaje que descendía al 3% algunos años.

Infrarrepresentación de países no occidentales

Los datos de países como Brasil, India, Japón o Nigeria están infrarrepresentados en la literatura académica. A pesar del papel cada vez más central de estos países en la economía mundial, existe una importante falta de investigación sobre sus contextos culturales, políticos, normativos y éticos, indispensables para tener éxito en los negocios en estas regiones.

Según el estudio, en los últimos 10 años, solo el 3,7% de las investigaciones publicadas en *JMS* se realizaron en Brasil, el 7,48% en India, el 0% en Nigeria y el 2,8% en Sudáfrica.

Una de las razones es el sesgo subconsciente de que los datos de estas regiones solo pueden revelar conocimientos locales y no son extrapolables a otros contextos. A menudo, los datos recolectados y analizados se utilizan para comprobar cómo funcionan las teorías occidentales en otros ambientes.

©IESE Business School

Esto contrasta con la expectativa tácita de que los datos occidentales pueden aportar ideas universales. Como resultado, los investigadores de regiones no occidentales son reacios a utilizar datos locales por miedo a que las principales revistas, la mayoría de ellas con sede en países occidentales, marginen sus resultados.

No obstante, el estudio sostiene que no hay razón para suponer que los datos provenientes de escenarios no occidentales sean inferiores a los occidentales a la hora de hacer afirmaciones universales sobre la dirección empresarial y las organizaciones. De hecho, basarse únicamente en datos occidentales puede ser muy problemático, ya que puede dar lugar a predicciones inexactas y descontextualizadas.

Los autores proponen tres formas para abordarlo:

1. Examinar cómo los fenómenos y las ideas no occidentales influyen en Occidente
2. Utilizar teorías de contextos no occidentales para tratar de explicar la dirección empresarial a nivel global
3. Superar la dicotomía entre Occidente y lo no occidental

En el futuro, los investigadores proponen centrarse en los factores contextuales que podrían influir en la dirección, tales como la fortaleza económica, el grado de desigualdad, los derechos humanos, los antecedentes históricos, la religión, los valores, las formas de gobierno y las diferencias culturales en el liderazgo ético basado en tradiciones culturales únicas y profundamente arraigadas. Enfocarse en estas dimensiones sociales debería aportar legitimidad a cualquier investigación, independientemente del origen de los datos utilizados.

Teorías de Oriente en la dirección empresarial

A pesar del limitado volumen de investigación, algunas teorías orientales han calado en Occidente. Esto se debe, en parte, a la aparición de empresas multinacionales con sede fuera de Occidente y al desplazamiento de personas a través de la inmigración y la expatriación.

Las siguientes teorías demuestran el potencial de influencia no occidental:

Kaizen. Procedente de Japón, se deriva de las palabras japonesas "□ kai", que significa 'cambio', y "□ zen", 'virtud' o 'bondad'. Kaizen es un enfoque humanizado para aumentar la productividad que involucra a todos los empleados, desde el director general hasta los trabajadores de la cadena de montaje. Se utiliza especialmente en procesos de compras, logística y cadenas de suministro, y pone énfasis en la mejora continua, el aprendizaje y el

©IESE Business School

desarrollo de la organización.

Los 5 porqués de Toyota. Esta herramienta de mejora de la calidad, adoptada en diversos sectores, desde la sanidad hasta la consultoría y la manufactura, consiste en repetir la pregunta "¿por qué?" cinco veces. Cada pregunta se basa en la respuesta anterior hasta desvelar la causa raíz de un problema. Esta técnica se considera uno de los pilares de la estrategia de reducción de defectos Six Sigma y las prácticas ajustadas, además de ser una inspiración para la metodología de fabricación *Just-in-Time (JIT)*.

Teoría de la paradoja. Inspirada en el taoísmo y promovida por estudiosos occidentales, la teoría de la paradoja explora cómo la mayoría de los fenómenos se caracterizan por tendencias opuestas y en conflicto. Conceptos como "liderazgo paradójico" y "mentalidad paradójica" han evolucionado a partir de esta teoría como medio para gestionar y aceptar la dualidad conflictiva de la vida.

Mindfulness. Derivado de "sati", un concepto fundamental en las tradiciones hindúes y budistas, así como en las técnicas de meditación tibetanas, el *mindfulness* reduce el estrés y fomenta el bienestar de los empleados. Esto se traduce en un menor absentismo y *burnout*. Su popularidad en la formación corporativa ha ido en aumento en los últimos años, y lo han adoptado importantes empresas como Google, Apple, Procter & Gamble e incluso el Ejército de EE. UU.

+INFO:

Conciliar bienestar y beneficios según el fundador de Kyocera

Creación de conocimiento a la japonesa

Lecciones del ikebana para dirigir tu empresa con armonía



Yuliya Snihur

Profesora de Iniciativa Emprendedora en el IESE. Sus áreas de investigación son la iniciativa emprendedora, la teoría de la organización y la innovación en modelos de negocio. Esta investigación se ha llevado a cabo junto con los editores de *JMS* Christopher Wickert, Kristina Potočnik, Shameen Prashantham y Weilei (Stone) Shi.

©IESE Business School

©IESE Business School