





El sector profesional de la consultoría: vectores de transformación del trabajo y la cultura empresarial

Carlos López Carrasco

Cooperativa Indaga y Universidad de Vigo

Departamento de Sociología, ciencia política e da administración e filosofía  **Daniel Candil Moreno**

Universidad Complutense de Madrid

Departamento de Sociología aplicada  <https://dx.doi.org/10.5209/crla.102605>

ENG The professional sector of consulting: vectors of work and corporate culture transformation

Cómo citar: López Carrasco, C.; Candil Moreno, D. (2025). El sector profesional de la consultoría: vectores de transformación del trabajo y la cultura empresarial. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 43(1), 11-20.

1. Introducción

Uno de los rasgos más definitorios del ámbito profesional de la consultoría es, paradójicamente, la dificultad para definirlo. Los límites borrosos del sector, en los que se solapan una multitud de organizaciones de diferente índole, su constante transformación a lo largo de las últimas décadas o la multitud de funciones y la diversidad de tareas que desempeñan sus profesionales se traduce en que el sector acoja realidades muy dispares. Servicios financieros, tecnológicos, estratégicos, de recursos humanos, jurídicos o auditorías son solo algunas de las áreas donde la consultoría ha generado ramas de negocio altamente especializadas. De hecho, el propio término de consultoría tiene diferentes acepciones, lo que posibilita una tendencia en la que cada vez más empresas y profesionales buscan definirse dentro de este sector, contribuyendo a entorpecer su propia consolidación como un ámbito profesional coherente (Maestriperi, 2019). Se trata, al fin, de una “habilidad quimérica” (Kipping y Clark, 2012: 2), que ha posibilitado que el sector haya tenido un insólito crecimiento, llegando a ocupar una posición muy relevante en el ámbito económico y laboral (Abrahamsson, 1996).

A pesar de su importancia y, en parte, debido a esta habilidad quimérica de la indefinición, de jugar entre las sombras y a partir de cortinas de humo, la consultoría no ha recibido tanta atención como otros ámbitos profesionales e industrias. Ha sido en la última década y media que han aumentado las investigaciones dispuestas a profundizar sobre la realidad del sector, su estructuración como ámbito profesional, los elementos clave de sus organizaciones y el papel que desempeña en la economía y con respecto al sector público. Este hecho debe ponerse en relación con la crisis económica de 2008 y cómo las consultoras más importantes a nivel

internacional se vieron involucradas al ofrecer evaluaciones y servicios inadecuados (Whittle et al., 2016). Lejos de prever la crisis, la precipitaron, incrementando al mismo tiempo los beneficios de grandes empresas mediante procesos especulativos (también de sus propias cuentas), al tiempo que conducían a las instituciones públicas a rescatar los sistemas bancarios y paliar los efectos sociales de la recesión global (Trumbo y Peters, 2017).

Con el monográfico *La consultoría como síntoma y expresión de las transformaciones del mundo del trabajo*, publicado en la revista Cuadernos de Relaciones Laborales, pretendemos contribuir al conocimiento científico sobre la consultoría y reclamar la atención que merece. Más concretamente, queremos subrayar la influencia de este sector en la estructuración social de las relaciones laborales. La consultoría ha tenido y tiene la capacidad de difundir y consolidar modelos organizativos y empresariales, identidades profesionales y todo un conjunto de elementos culturales (retóricas, símbolos, estéticas, valores...) más allá de los límites desdibujados de su propio sector. En este texto llevaremos a cabo un bosquejo del sector de la consultoría desde una perspectiva crítica, tras lo que expondremos su importancia en el afianzamiento de algunas transformaciones del mundo del trabajo. A continuación, presentaremos el marco y las principales claves que se abordan en los artículos del presente monográfico.

2. “Bajando los humos” al sector de la consultoría

Hal Hidgon (1969: 306) describió el fenómeno de la consultoría como el “servicio profesional realizado por personas especializadas y con experiencia para ayudar a managers a identificar y solucionar problemas de alguna institución de nuestra sociedad centrándose en la mejora de la función gestora, operativa o económica de esas instituciones”. Por otro lado, Larry Greiner y Robert Metzger (en Kubr, 2002: 1) definieron esta profesión “como un servicio de asesoramiento proporcionado por organizaciones que disponen de personas especialmente capacitadas y cualificadas que asisten, de manera objetiva e independiente, al cliente con el objetivo de identificar problemas de gestión, analizar dichos problemas, recomendar posibles soluciones y ayudar, cuando así se solicite, en la implementación de dichas soluciones”. En ambas definiciones apreciamos la consideración de los consultores como una especie de médicos (Finchman y Clark, 2002), no solo de empresas, sino de instituciones en general, que acuden cuando las organizaciones “enferman” para elaborar un diagnóstico y aplicar un tratamiento que las devuelva en el menor tiempo posible a la senda del crecimiento y la productividad. En este sentido, es clave la referencia al saber experto en el trabajo de consultoría pues es este el que otorga la capacidad de acercarse a los problemas de las empresas con un profundo grado de objetividad y con cierta ventaja a la hora de identificar problemas y elaborar soluciones. El consultor o la consultora no imponen, sino que recomiendan, facilitan, pero sus opiniones se revisten de una profunda autoridad.

La legitimidad de la profesión del consultor proviene de su conformación a lo largo del siglo XX. El fenómeno de la consultoría nace ligado a la figura de Taylor y a los movimientos eficientistas que se desarrollaron durante la segunda revolución industrial (Copley, 1923; Kipping y Clark, 2012). La influencia de los discípulos de este ingeniero fue clave para que décadas más tarde, dentro del periodo conocido como segunda ola, el modelo de negocio evolucionase hacia un servicio más moderno, en el que asesores especializados brindaban su conocimiento experto en materia estratégica y organizacional a ejecutivos de compañías en crisis que necesitaban “curar” a sus empresas (Kipping y Kirkpatrick, 2005; McKenna, 1995 y 2006). Pero es a partir de los años ochenta, con la generalización del paradigma flexible, el modelo de descentralización productiva y el auge de las TIC en donde cobra sentido y se consolida definitivamente la función realizada por el variado servicio de las consultoras, apoyadas a su vez en el conjunto de procesos de reconfiguración organizativa del mundo del trabajo que estaba dándose desde hace ya algunos años (Drahokoupil, 2015; Kipping, 2002).

Durante los últimos 40 años el sector ha experimentado un rápido y sorprendente crecimiento que ha llegado a superar economías como la española, pero, sobre todo, ha visto como su influencia aumentaba notablemente extendiéndose globalmente y penetrando en prácticamente

todos los ámbitos (Armbrüster y Kipping, 2003). En 1954 en el mercado estadounidense, el más grande, existían alrededor de 2000 empresas que arrojaban unos beneficios de 426 millones de dólares. En 1968 la cifra era de 850 millones con 2700 consultoras. Datos más recientes nos muestran que en el año 2021 las empresas del mercado de consultoría facturaron un total de 17.000 millones de euros. Más concretamente, el sector español obtuvo unos ingresos superiores a lo que representa un crecimiento del 9,5% (AEC, 2021). Así, el crecimiento del sector se ha mantenido al alza con un porcentaje del 5% superando a la tasa del crecimiento del PIB español. Igualmente, el número de profesionales contratados por las consultoras en España se incrementó un 11,9% en 2021, ocupando a 227.734 personas (AEC, 2021).

Por lo tanto, en un periodo relativamente corto de tiempo la consultoría ha pasado de ocupar un lugar residual dentro del mundo empresarial a erigirse como uno de los sectores con mayor capacidad de crecimiento y, sobre todo, de influencia tanto en el ámbito privado como en el público. Desde hace ya muchos años los servicios de consultoría son contratados sistemáticamente por gobiernos de todo el mundo y de distinto signo político haciendo de estas empresas un valor al alza dentro de cualquier economía que pretenda progresar y adaptarse rápidamente a los tiempos actuales, marcados por la flexibilización de las tareas, el auge de las TIC y una presencia cada vez mayor de la externalización de servicios (Czerniawska, 2002).

No obstante, muchas voces más críticas con la naturaleza del sector de la consultoría cuestionan el alto valor simbólico que tienden a proyectar sus profesionales sobre los servicios que proveen llegando, en ocasiones, a definirlos como “vendedores de humo” (Finchman y Evans, 1999). Efectivamente, en los procesos de asistencia y asesoramiento, a través de toda una serie de estrategias performativas de persuasión y autolegitimación, la consultoría es capaz de crear nuevas necesidades organizativas (Alonso y Fernández, 2011; Clark, 1995). Lejos de una mirada objetiva e independiente, este tipo de actividad difunde una cultura empresarial definida, en la que la búsqueda de la innovación y la revalorización del capital de las empresas forma parte de un proyecto neoliberal con efectos patentes en la economía y las relaciones laborales (Mazzucato y Collington, 2023). Así, las empresas de consultoría desempeñan un papel activo en la financiarización de la economía a través de procesos de reinversión y rediseño de las organizaciones y las estrategias ejecutivas (Massó, Davis y Abalde, 2020; Alonso y Fernández, 2013). Igualmente, desde una perspectiva sociológica hay quienes cuestionan las dinámicas características del sector presentándose como un campo donde las intensificadas demandas y el estrés, articuladas en torno a dispositivos productivistas de disciplinamiento y control, producen una serie innumerable de vidas dañadas y sufrimiento (López Carrasco, 2016; Candil, 2020; Petit, 2005).

Es innegable que la consultoría ha promovido arquetipos de un nuevo tipo de sujeto empleado, el *knowledge worker* (Alvesson, 2000; Kipping y Clark, 2012). Sus competencias y habilidades erigen a las y los consultores como personal experto sobre prácticamente cualquier materia, y sus servicios para que cualquier proyecto empresarial triunfe en un mundo cada vez más mercantilizado y competitivo. Amplia experiencia en el sector, una infinita capacidad para adaptarse a los cambios constantes, una clara orientación a cumplir con los objetivos y desarrollar un rendimiento excelente, enorme tolerancia a la frustración y, finalmente, la capacidad para alargar las jornadas laborales y adaptarlas a las necesidades que demande la propia consultora para la que trabaja, pero, sobre todo, el cliente (Alvesson y Willmott, 2002; Aubert y Gaulejac, 1993). Estos son algunos de los rasgos que caracterizan al “buen consultor” entendido como un ideal normativo que encaja a la perfección dentro del contexto de fluidificación de la economía y de aumento de la competitividad e intensificación en el trabajo (Knights y Willmott, 2007). Y escribimos “consultor” aquí, al tratarse de un arquetipo claramente masculinizado. La idealización de la autonomía, las conductas competitivas y una búsqueda feroz por el reconocimiento individual son algunos de los rasgos motrices en su identidad profesional (Tomenendal y Boyoglu, 2014). De hecho, no es casual que el sector de la consultoría excluya a las mujeres en los cargos más altos o las que quieren conciliar su vida profesional con proyectos reproductivos o tareas de cuidados (Borderías et al., 1994; McDowell, 1997; Fernández Casado, 2017).

3. La consultoría como expresión de las transformaciones del trabajo

Como demuestran un creciente número de investigaciones de calado crítico dentro de las ciencias sociales, frente a su carácter quimérico, poco definido e, incluso, ostentoso de autoridad, no sólo es posible caracterizar y entender el sector profesional de la consultoría; además, se nos presenta como una tarea muy pertinente en el contexto de nuestras sociedades y economías contemporáneas (Mazzucato y Collington, 2023; Bogdanich y Forsythe, 2023). En primer lugar, porque el sector de la consultoría es un reflejo paradigmático de las transformaciones que ha experimentado el mundo del trabajo en la segunda mitad del siglo XX. Especialmente de las siguientes tres dimensiones:

1. La flexibilización organizativa a través de procesos postburocráticos de descentralización productiva (lógicas de subcontratación, externalización de tareas y servicios, deslocalización industrial, fusión y adquisición de firmas, etc.) que encuentran en la metáfora de la “empresa red” una imagen perfecta para entender la estructura y el funcionamiento de las empresas actuales (Boltanski y Chiapello, 2002; Castells, 1997). De esta manera, el sector de la consultoría asume y reproduce este modelo organizativo potenciando su alcance y su influencia notablemente.
2. La puesta en marcha de estrategias de gestión basadas en una alta intensificación de la explotación de los recursos humanos a través de la conferencia de altos niveles de discrecionalidad a los individuos y equipos, la difuminación de los límites temporales y espaciales del trabajo (jornada y centro de trabajo), la exigencia de un alto nivel de compromiso y altas recompensas articuladas en narrativas de crecimiento personal y profesional. Ello está asociado a dinámicas de subjetivación prototípicas en torno a figuras normativas del “profesional exitoso” que operan como un ideal normativo/proyecto de interpelación ética con una gran capacidad para orientar la conducta de las y los empleados sin necesidad de que medie una coacción directa. La apelación constante a la autonomía en el trabajo es quizás uno de los elementos más representativos de estos procesos normalizadores.
3. La consolidación de una cultura profesional paradigmática que comprende elementos como la divulgación de una serie de lenguajes y retóricas provenientes del ámbito comercial y del *management*, en el que sobresale una jerga en inglés sobre actividades laborales y manejo de tecnologías de la información, pero al que se suman códigos de vestuario y presentación personal, gestualidades, posturas... También, la movilización y conexión de imaginarios y símbolos vinculados a narrativas de esfuerzo, autodisciplina, autonomía, elitismo o éxito, con préstamos muy significativos del mundo del deporte o del cine. Un conjunto de elementos que dan cuerpo y dinamizan hábitos, normas y rituales muy codificados que las organizaciones y empleados utilizan en su día a día, aunque se dirige más allá, permeando elementos del estilo de vida y el ocio, más allá del trabajo.

En segundo lugar, debido a que la consultoría, en la medida en la que tiene como función elemental marcar y reestructurar estas líneas de transformación organizativa en multitud de sectores empresariales tanto públicos como privados, opera como un verdadero vector de cambio y transformación y posee una alta capacidad para generar tendencia. Por un lado, de manera directa a través de servicios de asesoría, diseño e implementación en multitud de ámbitos profesionales: contabilidad, tecnológico, financiero, estructural, estratégico, judicial, etc. Por otro lado, con un carácter más velado, como referencia ideal de los modelos de organización y de trabajadores que deben construirse de cara a alcanzar el éxito y la excelencia en entornos con un elevado nivel de competitividad e intensificación del trabajo.

De este modo, la consultoría funciona como un lugar de ensayo de nuevas fórmulas organizativas, pero al mismo tiempo como una “academia” de recursos humanos, en las que se promueven modelos ideales de trabajadores y trabajadoras (intraemprendedores) (Santos y Muñoz, 2018; Candil, 2020) e itinerarios profesionales ejemplares, orientados a la producción de las futuras élites empresariales, articulados en base a lógicas sacrificiales con una gran capacidad de influencia en prácticamente cualquier ámbito de la sociedad. En definitiva, el estudio de la consultoría

nos permite comprender mejor la naturaleza de los cambios que están aconteciendo en nuestras sociedades desde hace más de treinta años, especialmente en materia laboral, y como son vivenciados por aquellos actores sociales más vulnerables: las y los trabajadores.

4. Acerca del contenido del monográfico

El conjunto de artículos que componen este monográfico se convocan ante la tarea de caracterizar y desentrañar críticamente algunos rasgos de la consultoría a partir de cuatro cuestiones entrelazadas: ¿Cuál es su papel en las relaciones socioeconómicas contemporáneas? ¿cómo determina las organizaciones empresariales y de trabajo y a través de qué estrategias? ¿qué cultura empresarial fomenta? y ¿qué formas de subjetivación incita tanto dentro como fuera de su sector? Se tratan de diferentes preocupaciones que atraviesan unos y otros artículos.

El monográfico parte de un trabajo de análisis sociohistórico del desarrollo del sector de la consultoría en el entramado económico español. El artículo *La consultoría en el capitalismo corporativo español y su transición: de los altos cargos del franquismo a los nuevos gestores de fondos*, de Rubén Juste, presenta a través del caso español cómo las consultoras constituyen uno de los agentes clave en el devenir económico de los Estados europeos en las últimas cuatro décadas. Nos aporta elementos muy relevantes acerca de la historia española y, más concretamente, sobre la llegada e influencia de la cultura norteamericana de la consultoría y auditoría en el entramado de grandes empresas y en la administración pública en su reconfiguración desde el periodo postfranquista hasta la actualidad.

Así, podemos caracterizar rasgos de las funciones estratégicas de este sector en la neoliberalización de la economía a través de varios procesos interconectados. Entre otros: la formación y movilización de cuadros en posiciones de influencia estatal y empresarial, la privatización de grandes empresas con capital público y de servicios de la administración pública a través de su externalización, el fomento de la *empresarialización* en la gestión de servicios públicos y, fundamentalmente, la ampliación de los negocios financieros de grandes empresas y bancos, a través de asesorías que han inferido en la composición y reestructuración de las grandes empresas, bancos y cajas de ahorro. En relación con este último punto, las consultoras extranjeras tuvieron una gran responsabilidad en la crisis financiera de 2008 en el Estado español, como asesoras de entidades financieras que no solo no alertaron de los riesgos de las operaciones que realizaban, sino que los promovieron. Más tarde, fueron también las consultoras las que incitaron soluciones que pasaban por dar entrada a fondos de inversión y vehículos financieros extranjeros. El artículo de Juste acaba bosquejando el modelo de consultoría que se ha abierto tras las crisis del sector, hace 15 años, en la que *asset managers*, como Blackrock, están desempeñando roles simultáneos de accionistas, asesores y responsables del diseño y evaluación de políticas de responsabilidad corporativa. Ello conecta con el siguiente artículo del monográfico.

En *Industria de la sostenibilidad y consultoría verde: la institucionalización de una respuesta corporativa*, Florencia Luci se centra en la nueva fase que está viviendo el sector. La autora analiza cómo agentes intermediarios y fondos de inversión han logrado consolidar un orden normativo y una narrativa medioambientalista compatible con procesos de acumulación capitalista, como base desde la que seguir ampliando el sector de la consultoría. Lo hace a partir de un trabajo de campo cualitativo con entrevistas a cargos relevantes dentro del ámbito de la sostenibilidad corporativa y multilateral, una etnografía digital y un análisis documental basado en informes, material de prensa, estadísticas... En un contexto de marcada concienciación sobre las consecuencias medioambientales de un modelo de acumulación sin apenas barreras que lo contengan, el artículo tiene como objetivo comprender cómo la sostenibilidad empresarial se ha convertido en un espacio de conflicto donde las empresas, y especialmente las consultoras, pugnan con otros agentes institucionales por construir una nueva legitimidad del capitalismo vehiculada por la noción de sostenibilidad social. Tal y como plantea el texto, la implementación de medidas orientadas hacia la sostenibilidad de la actividad corporativa abren una ventana de oportunidad que, en un grado significativo, es aprovechada por grandes consultoras dispuestas a ejercer de intermediarias entre las empresas y los complejos marcos regulatorios y normativos existentes.

Así, la gran influencia que ejercen estas consultoras va más allá de un asesoramiento técnico sobre la regulación, ya que, a menudo, sus prácticas inciden significativamente sobre cómo se entiende y aplica la idea de sostenibilidad ayudando a forjar una justificación “verde” del capitalismo como vector de progreso hacia un bien común más sostenible.

Es en el marco de la financiarización de la economía, la creación de nichos de inversión o la empresarialización de los servicios públicos, dinamizado en parte por la intermediación y los consejos de las consultoras –tal y como lo plantean los dos primeros artículos–, donde hay que entender las extensas transformaciones que han experimentado y experimentan las relaciones laborales en las últimas décadas. Pero como ya hemos señalado, las consultoras también suponen en sí mismas un buen caso de estudio, especialmente de las grandes corporaciones y formas de trabajo cualificado. Los siguientes cuatro artículos del monográfico nos ayudan a entender el sector de la consultoría y al mismo tiempo nos ofrecen herramientas para subrayar vectores de transformación y continuidad del trabajo y la cultura empresarial. En este sentido, dos de estos textos se centran en elementos de las relaciones de género en la consultoría: la masculinización del sector de la consultoría informática y las narrativas sobre el éxito empresarial de mujeres consultoras. Por su parte, los dos últimos textos elaboran otros rasgos de las formas de subjetivación en el trabajo: uno, partiendo de estrategias empresariales que fomentan el individualismo competitivo a través de la visibilidad y la autonomía; otro, a través del Crossfit como práctica y repertorio cultural entrelazado con actitudes, valores y roles profesionales.

Ana Belén Fernández Casado nos plantea, en el artículo *Trayectorias profesionales en la consultoría informática desde la perspectiva de género*, el carácter marcadamente masculinizado del sector de la consultoría informática, un ámbito laboral con un alto crecimiento e importancia en España. Atendiendo a sus itinerarios, la autora señala diferentes elementos que desincentivan que las mujeres trabajen como consultoras informáticas, constituyendo apenas un cuarto del total de estos profesionales. El texto recoge un conjunto complejo de factores, entre los que se encuentran: los condicionantes de la escasa presencia femenina en las opciones formativas de la rama de Ciencias, Tecnologías, Ingenierías y Matemáticas; la representación de la ocupación profesional; los factores en el acceso a la profesión; las recompensas y reconocimientos que ésta ofrece; o el incentivo que pueda motivar las instituciones públicas. El texto resulta especialmente valioso para el monográfico por la articulación de un meticuloso análisis cuantitativo complementado con un trabajo de campo basado en entrevistas, cuyos resultados se presentan por primera vez en este número. Además, subraya y enfatiza la importancia de iniciativas que tratan de invertir la masculinización del sector profesional. Su diagnóstico nos abre, por tanto, horizontes de transformación social poco habituales al tratar del ámbito de las consultoras.

El artículo *Consultoría y mujeres en España. El feminismo moderado en busca del equilibrio intergeneracional en las organizaciones* resulta complementario al anterior al mostrar cómo se desenvuelven las representaciones y relatos de mujeres dentro de este sector masculinizado. María Medina-Vincent se basa en una original apuesta metodológica, basada en el análisis de literatura gerencial escrita por mujeres consultoras para desentrañar cómo estas se relacionan con el éxito y el liderazgo en su vida profesional. Se reinterpretan así un conjunto de temáticas que componen las identidades femeninas contemporáneas, como el feminismo y la igualdad de género, la reivindicación de la incorporación de las mujeres al trabajo y puestos de responsabilidad y la conciliación entre vida personal y profesional, con atención especial a la pareja, la maternidad y la espiritualidad. La investigación concluye que, aunque se reivindica el papel de las mujeres en el sector desde una perspectiva que acoge un cierto igualitarismo feminista, paradójicamente ello se hace a través de una esencialización de rasgos femeninos (intuición, cuidado, empatía y capacidad comunicativa, *multitasking...*) y, vinculado a esto, a una complementariedad entre sexos. Así, las formas de subjetividad *generizadas* quedan, no solo simplificadas a estereotipos, sino también despolitizadas y mercantilizadas, ya que, como otros discursos gerenciales, los elementos transformadores, innovadores y basados en la creatividad o la autonomía, e incluso la ética, quedan subsumidos por el productivismo, la competitividad, el individualismo y la obediencia. En definitiva, este trabajo nos ofrece pistas tanto acerca de los

marcos discursivos y narrativos que se promueven en las organizaciones de las consultorías, y se difunden más allá, como de ciertos elementos en que los sujetos (hombres y, sobre todo, mujeres) encarnan y reproducen estos componentes culturales en su experiencia a través de mandatos, normas, justificaciones o hábitos.

El monográfico continúa con dos artículos que, desde distintas perspectivas metodológicas, analizan las estrategias y procesos de subjetivación que articulan las empresas, orientados a normalizar las conductas de los individuos. En el primero de estos dos artículos que lleva por título *Trabajadores sobreexpuestos: Pulsión de visibilidad, autonomía paradójica e individualismo competitivo en el sector de la alta consultoría*, Daniel Candil Moreno y Carlos López Carrasco estudian los procesos de subjetivación presentes en un sector paradójico como es la alta consultoría y que se han ido extendiendo, cada vez más, a otro tipo de sectores. Por medio de un extenso trabajo de campo con 33 entrevistas en profundidad a profesionales del sector, triangulado con una etnografía, se proponen explorar sociológicamente cómo operan determinadas estrategias gerenciales que promueven y normalizan la constante sobreexposición pública de los trabajadores dentro de un sector complejo, marcado por el individualismo, la competitividad y una gran intensificación del trabajo.

El texto estudia lógicas organizativas de la consultoría a través de estrategias gerenciales concretas, que denominan como: arquitecturas transparentes, sistemas de monitorización informáticos, evaluaciones públicas y ritos de reconocimiento. Dentro del monográfico supone el momento de mayor descripción de elementos organizativos de las consultoras. Mecanismos basados en procesos de sobreexposición del consultor que constituyen formas paradigmáticas del ejercicio del poder en este sector. Estos procesos de subjetivación fomentan la conformación de individuos replegados sobre sí mismos, atravesados por un ethos basado en la competitividad y el rendimiento de cuentas constante, y que sufren las paradojas propias de una discrecionalidad y autonomía que, prometiendo una mayor realización y liberación personal termina por sujetarlos, dificultando la articulación de potenciales resistencias.

El último artículo se titula *Convergencias entre el CrossFit y la cultura de empresa: la producción de subjetividades laborales mediante el entrenamiento y la actividad física*. Antonio Santos y Elena López proponen explorar la convergencia que ha tenido lugar durante las últimas cuatro décadas, dentro de un contexto marcadamente neoliberal, entre el deporte y el mundo de la empresa. Su objetivo es analizar cómo dicha convergencia ha generado potentes procesos de construcción de subjetividades deportivas emprendedoras. La base empírica del artículo se basa en un análisis del discurso sobre ocho manuales de entrenamiento de Crossfit ampliamente utilizados y recomendados. La modalidad deportiva del CrossFit, por su extensión y relevancia actuales, se presenta como un espacio muy sugerente para analizar, a través de categorías como disciplina, rendimiento, competitividad, los procesos de empresarialización del yo a los que asistimos en la actualidad y que se ven intensificados gracias a la instrumentalización que las empresas hacen del mundo del deporte. Los autores subrayan el hecho de que el Crossfit opera como catalizador del dispositivo emprendedor orientando la conducta de los individuos y construyendo subjetividades alineadas con el régimen de gobierno neoliberal. De esta manera, el sujeto *crossfitero*, tiende a centrarse en potenciar sus capacidades de manera individualista rechazando cualquier análisis estructural de la realidad y facilitando la problematización del yo ante situaciones de estrés, ansiedad o desigualdad social. Un buen ejemplo de cómo se entrecruzan elementos vertebradores del mundo de la empresa y el trabajo con otros ámbitos sociales y subjetivos, como el deporte.

Finalmente, entre las reseñas publicadas en este número de Cuadernos de Relaciones Laborales se incluyen dos reseñas de publicaciones centradas en el ámbito de la consultoría reflejando la creciente atención que se está prestando al sector desde las ciencias sociales durante los últimos años. Se trata de dos obras publicadas en editoriales y por autores de alto prestigio que ofrecen significativas aportaciones al conocimiento sistemático y crítico del sector, alejándose de otras publicaciones que, desde un enfoque gerencial y de autoayuda, presentan una visión mucho más (auto)indulgente con los efectos de la consultoría en la economía, los servicios públicos o las relaciones laborales.

Ornella Franco presenta *La Consultora. Cómo McKinsey dirige el Mundo*, que Walt Bogdanich y Michael Forsythe publicaron en el 2022. Se trata de un trabajo de difusión del funcionamiento, éticamente cuestionables, y el poder de influencia social de la afamada firma internacional. Lo hace a través de una serie de casos en su historia reciente, apoyado en multitud de datos, testimonios y otros estudios. La segunda reseña, de Oscar Sáez, es del libro *El gran engaño. Cómo la industria de la consultoría debilita las empresas, infantiliza a los gobiernos y pervierte la economía*, escrito por Mariana Mazzucato y Rosie Collington en 2023. Esta obra nos plantea un análisis más académico sobre los procesos mediante los que las consultoras intensifican el valor social y mercantil de sus servicios, potenciando su presencia e influencia en la economía y las instituciones públicas. El libro plantea la correlación entre el poder de las consultoras y el debilitamiento de los Estados, ahondando en la conformación histórica del sector y en sus estrategias empresariales y técnicas de asesoría. Es significativo que las dos obras reseñadas tomen como propósito la denuncia del modo en que la consultoría se presenta a sí misma, desvelando sus retóricas, pero también los efectos negativos que suponen para la ciudadanía y su soberanía sobre la economía a nivel estatal y global.

5. Conclusiones

Una cuestión que atraviesa este monográfico es la constatación de un desfase entre el valor y la autoridad que se (auto)confiere al sector de la consultoría y los efectos reales que produce. Dicho con otras palabras, la consultoría se consolida a través de ciertos juegos retóricos y especulativos (en un sentido comunicativo y económico) que sobredimensionan su valor como agente social necesario. Como asesor de grandes empresas y gobiernos, que ha llevado a múltiples crisis; en la defensa de valores medioambientales o de igualdad de género, no como fines en sí mismos sino instrumentalizados en clave mercantil; en el mantenimiento de una población trabajadora masculinizada, pasiva políticamente y cegada por el éxito profesional, en términos de sometimiento a lógicas del sector o las organizaciones; o en el fomento de subjetividades basadas, precisamente, en la ostentación de valor personal, visibilidad y autonomía, en clave individualista, hiperproductiva y autosacrificial. Esos son algunos de los elementos presentes en los artículos seleccionados. Todos ellos permiten reconocer en la consultoría esa “habilidad quimérica” o fantasma, en su doble sentido de alardeo, pero también de ontología ambigua entre lo vivo y lo muerto, lo presente y lo ausente, lo real y lo fantasioso (Derrida, 1995).

Buena parte de los textos presentados en el monográfico atienden a esta realidad ambigua. De hecho, se hace patente en la selección de artículos realizada la importancia que se le confiere a las indagaciones empíricas –todos los textos se basan en ellas. Tres artículos presentan análisis de documentos gerenciales; tres presentan datos cuantitativos para tratar de caracterizar al sector, varios de ellos triangulados también con entrevistas en profundidad... En suma, ante un objeto de estudio difuso y complejo, es preciso un trabajo de investigación científica y sistemática, a través del rigor metodológico podremos comprender mejor un sector cuyas estrategias técnicas y metodológicas están cada vez más puestas en duda.

Dicho esto, todavía hace falta mucho trabajo para seguir evidenciando los complejos mecanismos de la consultoría. Debemos producir nuevas fuentes de datos para calibrar los contornos y las estructuras del sector, así como su crecimiento y replicación a través de diferentes formas organizativas, apertura de un sin fin de nichos de mercado, ensamblajes entre sector público-privado y readaptaciones de su cultura profesional. Esta línea de investigación es clave para medir su influencia en las nuevas formas del trabajo, ante lo que podemos señalar varias preguntas o ejes: ¿Cómo funcionan los canales de aprendizaje y difusión de modelos organizativos e ideológicos de la consultoría dentro y fuera del sector? ¿Cómo se están reestructurando los itinerarios profesionales de las y los empleados del sector en función de variables sociodemográficas como el género, la clase, las relaciones norte-sur? ¿En qué medida están cristalizando las formas de subjetivación que fomenta la consultoría?

Si como negocio la consultoría se ha consolidado a través de estas quiméricas cortinas de humo y juego de espejos, es importante confirmar que también es dependiente de ellos. Una última pregunta que formulamos desde este monográfico tematiza cuáles son los puntos donde

pueden producirse fisuras o resistencias a las “formas de hacer” de la consultoría y a sus efectos. En un momento en el que cada vez se está prestando más atención y se analiza con más detenimiento la incrustación del sector ¿qué estrategias podemos activar desde la ciudadanía para evaluar y ejercer un control democrático a su influencia en la sociedad?

6. Bibliografía

- Abrahamsson, E. (1996). “Management fashion”. *Academy of Management Review*, 21(1), 254-285.
- AEC (2017). *Consultancy in Spain - The Industry in Figures 2017*.
<https://www.consultoras.org/informe-anual-del-sector-aec/aec-annual-report-2017>, acceso 12 de julio de 2018.
- (2021). *Consultancy in Spain - The Industry in Figures 2021*.
<https://aecconsultoras.com/wp-content/uploads/2022/07/Consultancy-in-Spain.-The-industry-in-figures-2021-version-navegable.pdf>, acceso 12 de mayo de 2023.
- Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2011). “La innovación social y el nuevo discurso del management: limitaciones y alternativas”. *Arbor*. 187:1134-1145.
- Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2013). “Sacrificios para aplacar a los mercados: violencia y dominación en la crisis financiera”. *Documentación social*. 169: 65-84.
- Alvesson, M. (2000). “Social identity and the problem of loyalty in knowledge-intensive companies”. *Journal of Management Studies*. 37(8): 1101-1122.
- Alvesson, M. y Willmott, H. (2002). “Identity regulation as organizational control: Producing the appropriate individual”. *Journal of Management Studies*. 39(5): 619-644.
- Armbrüster, T. y Kipping, M. (2003). “Strategy consulting at the crossroads: technical change and shifting market conditions for top-level advice”. *International Studies of Management and Organisation*. 32(4): 19-42.
- Aubert, N. y Gaulejac, V. (1993). *El coste de la excelencia*. Madrid: Paidós.
- Bogdanich, W. y Forsythe, M. (2023). *La Consultora. Cómo McKinsey dirige el Mundo*. Madrid: Taurus.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Borderías, C., Carrasco, C. y Alemany, C. (comps.) (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*. Barcelona: Fuhem-Icaria.
- Candil, D. (2020). “Tecnologías de subjetivación del intraempreendedor: el caso de la consultoría”. *Revista Española de Sociología*. 29(2): 233-248.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I. La sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Channel Partner (2022). “Los servicios de consultoría crecen un 6,2%, representando en 2021 el 24% del total de ingresos”. En línea [Consulta el 8/02/2023].
- Clark, T. (1995). *Managing consultants*. Stanford: Stanford University Press.
- Copley, F. B. (1923). *Frederick W. Taylor: Father of Scientific Management*. New York: Harper & Row.
- Czerniawska, F. (2002). *Management Consultancy: What next?* Hampshire: Palgrave.
- Derrida, J. (1995). *Espectros de Marx. El estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva internacional*. Madrid: Trotta.
- Drahokoupil, J. (2015). *The Outsourcing Challenge: Organizing Workers Across Fragmented Production Networks*. Bruselas: European Trade Union Institute.
- Fernández Casado, A. B. (2017). “Mujeres informáticas: la elección formativa”. En Ibañez, M. (Dir.), *Mujeres en mundos de hombres: La segregación ocupacional a través del estudio de casos* (pp.191-222). Madrid: CIS.
- Fincham, R. (1999). “The consultant-client relationship: critical perspectives on the management of organisational change”. *Journal of Management Studies*. 36(3): 335-351.
- Finchman, R. y Clarck, T. (2002). “Introduction: The Emergence of Critical Perspectives on Consulting”. En Clark, T. y Finchman, R. (eds.), *Critical Consulting: New Perspectives on the Management Advice Industry* (pp. 1-18). Oxford: Blackwell.

- Finchman, R. y Evans, M. (1999). "The consultants Offensive: Eereengineering. From Fad to Technique". *New Technology, Work and Employment*. 14(1): 32-44.
- Higdon, H. (1969). *The Business Healers*. Nueva York: Random House.
- Kipping, M. (2002). "Trapped in their wave: the evolution of management consultancies". En Clark, T. y Fincham, R. (eds.), *Critical Consulting: New Perspectives on the Management Advice Industry* (pp. 28-49). Oxford: Blackwell.
- Kipping, M. y Clark, T. (2012). *The Oxford Handbook of Management Consulting*. Oxford: Oxford University Press.
- Kipping, M. y Kirkpatrick, I. (2005). "The Development of the Management Consultancy Business: A Co-evolution Perspective". Comunicación presentada en *The 4th Critical Management Studies Conference*, Cambridge, Reino Unido.
- Knights, D. y Willmott, H. (2007). "Poder y subjetividad en el trabajo: de la degradación a la dominación en las relaciones sociales". En Fernández, C. J. (ed.), *Vigilar y organizar. Una introducción a los Critical Management Studies* (pp. 27-68). Madrid: Siglo XXI.
- Kubr, M. (2002). *Management Consulting: A guide to the profession*. Ginebra: International Labour Office.
- López Carrasco, C. (2016). *Intensificación del trabajo y tensiones del reconocimiento: Experiencias de estrés de trabajadores jóvenes en los sectores del telemarketing y la consultoría*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Maestripietri, L. (2019). "Fragmented fields: Professionalisms and work settings in Italian management consultancy". *Journal of Professions and Organization*. 6(3): 357-376.
- Massó, M., Davis, M. y Abalde, N. (2020). "The problematic conceptualization of financialisation: differentiating causes, consequences and socio economic actors' financialised behaviour". *Revista Internacional de Sociología*. 78(4): e169.
- Mazzucato, M. y Collington, R. (2023). *The Big Con: How the Consulting Industry Weakens our Businesses, Infantilizes our Governments and Warps our Economies*. Londres: Allen Lane.
- McDowell, L. (1997). *Capital Culture: Gender at Work in the City*. Oxford: Blackwell Publishers.
- McKenna, C. (1995). "The Origins of Modern Management Consulting". *Business and Economic History*. 24(1): 51-58.
- McKenna, C. (2006). *The World's Newest Profession: Management Consulting in the Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Petit, V. (2005). "La gouvernementalité managériale". *Études de communication*. 28: 31-44.
- Santos Ortega, A. y Muñoz Rodríguez, D. (2018). "¿Qué es esa cosa llamada intraemprendedor? Gestión del trabajo en el capitalismo cognitivo y concepciones emprendedoras". *Cuadernos de relaciones laborales*, 36(2): 285-303.
- Tomenendal, M. y Boyoglu, C. (2014). "Gender Imbalance in Management Consulting Firms - A Story about the Construction and Effects of Organizational Identity". *Management and Organizational Studies*. 1(2): 30-43.
- Trumbo Vila, S. y Peters, M. (2017). *El negocio del rescate ¿Quién se beneficia de los rescates bancarios en la UE?* Ámsterdam: TNI.
- Whittle, A., Mueller, F. y Carter, C. (2016). "The 'Big Four' in the spotlight: Accountability and professional legitimacy in the UK audit market". *Journal of Professions and Organization*. 3(2): 119-141.
- <https://doi.org/10.1093/jpo/jow001>