


Presentación

Alberto Vallejo Peña 
Universidad de Málaga
fvallejo@uma.es

La cultura organizacional como vertiente de estudio es un recurso imprescindible para interpretar las necesidades de las organizaciones de nuestro tiempo. Las organizaciones están experimentando frenéticos cambios en las últimas décadas – dada la incesante digitalización–, y será importante leer esta evolución en base a la evolución de la cultura. Afrontamos un mundo organizacional cada vez más globalizado y aculturizado en un llamamiento continuo a nuevas aproximaciones desde las ciencias sociales. En el presente número se abordan diversas facetas que afectan a este fenómeno.

En la sociedad digital las nuevas tendencias en la sociedad del trabajo diluyen gradualmente los vínculos de la vieja corporación. El teletrabajo y la intensa digitalización permiten a cada vez más ciudadanos trabajar desde cualquier lugar, mientras que la oficina –icono organizacional del siglo XX– va dejando de ser el eje de toda actividad. Además, en la actualidad las corporaciones afrontan fuertes tendencias individualistas que desafían la cohesión de los equipos de trabajo (ej. fenómenos como *la renuncia silenciosa*, o *la atomización del trabajo*). Se imponen ahora nuevas tendencias neoliberales que configuran un nuevo “nosotros”. Este es ahora amplio, disperso, y también “líquido” (recuérdese a Bauman, 2013). Debemos comprender que se trata de cambios que alteran las relaciones entre individuo y organización, por lo que debemos estar preparados para ello.

Este escenario nos conduce a replantear el papel de la cultura organizacional en un futuro inmediato. ¿Fortalecer la cultura corporativa volverá a potenciar las metas organizacionales? Algo similar ocurrió en la década de los 80, el modelo paternalista cimentado desde los 50 comenzó a ceder, pues las grandes empresas afrontaban severos ajustes e incluso despidos (recuérdese la crisis política a

ambos lados del Atlántico en el eje Reagan/Tatcher). La crisis del petróleo en los 70 vino secundada por los ajustes posfordistas. Entonces emergen autores como Ouchi, Schein, Smircich o Peters y Waterman, que apuestan por un nuevo *management* de que los directivos que potenciaran la cohesión de sus equipos y la solidez de sus valores, a través del fortalecimiento cultural, dominarían el final del pasado siglo. ¿Podrá una nueva oleada solventar la pérdida de cohesión de las organizaciones en la década de 2020? ¿O debe la corporación ceder terreno a las nuevas tendencias organizativas?

En tiempos de atomización del trabajo y difícil conciliación se confirman las viejas tesis sobre la extensión de la anomia, allá donde campa la industrialización. Sin embargo, el cambio social se ejerce a través de movimientos pendulares. Las tendencias organizacionales son también de ida y vuelta. Aquellas organizaciones que sean capaces de generar equipos cohesionados, bien comunicados y con espíritu grupal obtendrán ventajas sobre el resto, como siempre ocurrió. La fuerza de la cultura siempre debe considerarse. Así lo subrayaba Peter Drucker en 1993: *la cultura se come a la estrategia para desayunar*.

En el plano individual los sujetos encontrarán oportunidades para volver a satisfacer su necesidad de filiación. La pertenencia a un grupo sólido y adecuadamente socializado es toda una fuente de capital social y bienestar para los trabajadores. Sin embargo, la literatura llama a relativizar estos aspectos. Las empresas que se empeñan en hacer cultura pueden ser dañinas para el empleado (Bagraim, 2001), en el sentido de lograr compromisos extra-contractuales que se traduzcan en invasión del tiempo personal, incluso de su esfera íntima en los casos más extremos. Contemplar la cultura como una potencial herramienta de manipulación nos ayudará a prevenir.

En definitiva, los desafíos que afrontamos deben ser un estímulo para generar nuevas producciones científicas en el ámbito organizacional y sus aproximaciones desde los estudios culturales. De hecho, esta es la finalidad de la divulgación del presente monográfico. Entre las contribuciones finalmente seleccionadas contamos con el trabajo de Mauricio Becerra, Alex Paz Becerra, José Luís Condom y Gabriel Soriano sobre el impacto de la cultura de las organizaciones en la implementación efectiva de planes estratégicos; una revisión de la cultura organizacional española a través de los principales modelos dimensionales (Alberto Vallejo Peña); la profunda reflexión de Marisa Vázquez Mazzini sobre las nuevas tensiones entre el sujeto neoliberal y la gestión de organizaciones; también, la aportación de Vega Pérez-Chirinos sobre la difícil adaptación de la cultura organizacional a la extensión del teletrabajo; el artículo de Sergio Morales Inga y Oswaldo Morales Tristán sobre el papel las culturas organizacionales de las

empresas tras la pandemia; la contribución de Nuria Alabau-Tejada y Lorena Pérez-Alfonso sobre la cultura organizacional desarrollada en las nuevas startups; y, finalmente, el artículo de Gloria Béjar, Nicolás Zúñiga, Francisco Javier Hernández y Juan Bosco, que realizan una propuesta de metodología sistémica desde la perspectiva del *compliance* organizacional.

Todas las aportaciones seleccionadas para este monográfico son de eminente actualidad y calidad. Queremos expresar nuestro agradecimiento a los autores, por su esfuerzo y dedicación. Ahora, lo mejor que podemos hacer para corresponder a su trabajo es leer sus artículos e incorporar sus hallazgos al debate académico y científico.

Referencias bibliográficas

- BAGRAIM, J.J. (2001). Organisational psychology and workplace control: the instrumentality of corporate culture. *South African Journal of Psychology*, 31(3), 43-49.
- BAUMAN, Z. (2013). *La cultura en el consumo de la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- DRUCKER, P. (1993). *Gerencia por resultados*. Editorial Harper Collins.

