

e-ISSN: 2387-1555

DOI: <https://doi.org/10.14201/rea2023142940>

EL DISCURSO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SUS IMPACTOS EN LA POBLACIÓN JORNALERA AGRÍCOLA EN MÉXICO

The Discourse of Corporate Social Responsibility and its Impacts on the Agricultural Day Laborer Population in Mexico

O discurso da Responsabilidade Social Empresarial e os seus impactos na população de trabalhadores agrícolas diaristas no México

Kim SÁNCHEZ SALDAÑA 

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México
antropkim@gmail.com

Adriana SALDAÑA RAMÍREZ 

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México
asaldana@uaem.mx

Fecha de recepción: 9 de mayo de 2023

Fecha de aceptación: 29 de agosto de 2023

Fecha de publicación: 31 de diciembre de 2023

RESUMEN: El discurso de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha llegado al medio rural a través de la estrategia de las grandes corporaciones transnacionales agroalimentarias de construir una imagen de compromiso social e incentivar una «nueva cultura laboral» que asegure una mano de obra esforzada y dócil. Este proceso se desarrolla en el marco de las transformaciones del Estado y la privatización de los servicios públicos para la atención de la población trabajadora agrícola. Al igual que

sus pares en la industria fabril y en los servicios, las empresas agrícolas renuevan sus formas de control de las y los trabajadores, entre otros objetivos internos, a la vez que procuran persuadir a la sociedad de las bondades del proyecto neoliberal.

Viñetas tomadas en espacios laborales de agroindustrias en México, ilustran los avances de esta ideología que se adecúa a satisfacer las principales tendencias del comercio internacional agroalimentario que impactan directamente en el empleo agrícola. Al mismo tiempo se develan los recursos discursivos de las campañas mediáticas dirigidas a legitimar el llamado espíritu emprendedor de sus trabajadores.

Para la población jornalera se atienden algunas necesidades y hay ciertas mejoras en las condiciones de vida y de trabajo, pero en este ámbito predomina la retórica sobre la práctica, por lo que la responsabilidad social empresarial se convierte en una estrategia de mayor control y disciplinamiento de la mano de obra, así como en un renovado mecanismo que permite perpetuar la explotación laboral.

Todo ello impacta en mejorar la posición de las empresas en las relaciones mercantiles, más que traducirse en transformaciones de fondo para la población trabajadora.

Palabras clave: Responsabilidad social; trabajo agrícola; condiciones laborales; privatización de los servicios públicos.

ABSTRACT: The discourse of Corporate Social Responsibility has reached the rural areas through the strategy of large transnational agro-food corporations to build a social commitment image and incentivize a new work culture that ensures hardworking and docile labor. This process takes place within the framework of State transformations and the privatization of public services for the attention of agricultural workers, in line with neoliberal ideology. Like their counterparts in the manufacturing and service industries, agricultural companies renew their forms of control over their workers, among other internal objectives, while seeking to persuade society of the benefits of the neoliberal project.

Snapshots taken in workspaces of agribusinesses in Mexico illustrate the advances of this ideology that adapts to satisfy the main trends of international agri-food trade that directly impact in the agricultural employment. At the same time, the discursive resources of media campaigns are revealed, aimed at legitimizing the so-called entrepreneurial spirit of their workers. For day laborers, some needs are met, and there are certain improvements in living and working conditions, but in this area, rhetoric predominates over practice, so corporate social responsibility becomes a strategy for control and discipline of the workforce, as well as a renewed mechanism that perpetuates labor exploitation.

All of this impacts on improving the position of companies in market relations, rather than translating into fundamental transformations for the working population.

Keywords: Social responsibility; agricultural work; working conditions; privatization of public services.

RESUMO: O discurso da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ou Corporativa (RSC) chegou às áreas rurais por meio da estratégia das grandes corporações agroalimentares transnacionais, que tem o objetivo de construir uma imagem de

compromisso social e incentivar uma «nova cultura trabalhista», que garanta uma força de trabalho esforçada e dócil. Este processo se desenvolve no marco das transformações do Estado e da privatização dos serviços públicos, para o atendimento da população trabalhadora agrícola, segundo a ideologia neoliberal. Assim como seus pares nos setores de manufatura e serviços, as empresas agrícolas também estão renovando suas formas de controle sobre os trabalhadores, que entre outros objetivos internos, tentam persuadir a sociedade sobre os benefícios do projeto neoliberal.

Imagens tiradas em locais de trabalho do agronegócio no México, ilustram o progresso dessa ideologia, que é adaptada para atender às principais tendências do comércio agroalimentar internacional, que afetam diretamente o emprego agrícola. Ao mesmo tempo, são revelados os recursos discursivos das campanhas da mídia que pretendem legitimar o chamado espírito empreendedor de seus trabalhadores. Para a população de diaristas, algumas necessidades são atendidas e existem certas melhorias nas condições de vida e de trabalho, mas nessa área a retórica predomina sobre a prática, de jeito que a RSE se torna uma estratégia para maior controle e disciplinamento da força de trabalho, assim como um mecanismo renovado que permite a perpetuação da exploração do trabalho. Tudo isso tem um impacto na melhoria do posicionamento das empresas nas relações comerciais, ao invés de se traduzir em transformações fundamentais para a população trabalhadora.

Palavras-chave: Responsabilidade social; trabalho agrícola; condições de trabalho; privatização dos serviços públicos.

I. PLANTEAMIENTO GENERAL

En las últimas décadas en México se ha consolidado una estructura agraria altamente concentrada como resultado de múltiples procesos derivados de la apertura comercial, entre los que se encuentran la integración de la producción alimentaria a cadenas globales de distribución, la apropiación de territorios por parte de agronegocios que buscan conectividad con mercados de exportación y la reconversión productiva. Esto ha llevado a una acelerada polarización, donde la agricultura empresarial con recursos y tecnologías de punta abastece al mercado internacional y a supermercados; mientras que en el otro extremo se encuentran productores de pequeña y mediana escala, menos tecnificados y que suministran principalmente al mercado nacional. Muchas grandes empresas y corporativos agrícolas establecen relaciones de distinto tipo con productores de menor escala, lo que les permite mantener sus procesos de reestructuración.

Las grandes, medianas y pequeñas unidades productivas de cultivos hortofrutícolas e industriales (como la caña de azúcar y el café) demandan una gran cantidad de mano de obra para llevar a cabo diversas tareas, especialmente en las cosechas. Según la Encuesta Nacional de Jornaleros, ENJO 2009 (paja, 2010), predomina la contratación en grandes empresas, pues solo cuatro de cada diez

jornaleros se emplearon con productores de pequeña y mediana escala¹. Las unidades productivas grandes participan en sistemas de certificaciones y han incorporado progresivamente actividades de responsabilidad social empresarial, lo que les permite participar en el mercado de exportación y abastecer a supermercados. Como resultado han implementado diversas intervenciones para atender a la población jornalera empleada de manera temporal. Por otro lado, las unidades de menor tamaño, que no están incentivadas a cumplir con los estándares internacionales, no participan en estos distintivos.

Nuestro seguimiento de la situación de la población jornalera agrícola en México durante más de dos décadas nos ha llevado a reflexionar sobre la responsabilidad social empresarial en diferentes compañías agroalimentarias, sus efectos en las condiciones de trabajo y en procesos de segmentación laboral. En particular, observamos que la privatización de los servicios públicos para su atención va de la mano con esta ofensiva ideológica arropada en el discurso de la responsabilidad social empresarial, y que adopta el modelo agroindustrial en su apuesta por la «alta calidad» como medio para incrementar su competitividad. Además, se despliega una constante campaña en redes sociales digitales que exalta los valores de lealtad y sacrificio de las y los trabajadores hacia sus empleadores, ahora llamados *asociados(as)* o *colaboradores(as)*.

Todas estas acciones forman parte de un complejo proceso de avance de la ideología neoliberal que permea todos los ámbitos de la vida social, como una cosmovisión que quiere imponer la certeza de que las empresas son el mejor garante para resolver las necesidades de la población con eficacia y equidad. En este artículo, se presentan viñetas tomadas de empresas agroindustriales en México, analizadas a la luz de investigaciones de especialistas y debates más amplios sobre la naturaleza de la ideología neoliberal en la sociedad contemporánea.

II. DE LAS POLÍTICAS SOCIALES SELECTIVAS A LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Desde la década de los setenta, en correspondencia con la crisis del modelo fordista y la pérdida del Estado de Bienestar, se ha dejado de lado el paradigma del «bien común» a nivel mundial y se aceptó la idea de que el reajuste estructural tendría un costo social (Clauss Offe, 1984; cfr. Satriano, 2006, p. 5). En América Latina la presión de los organismos multilaterales por reducir el gasto público llevó a la construcción de nuevas políticas sociales «focalizadas» dirigidas a quienes «realmente lo necesiten», lo que implica que la asignación de recursos se rija por los principios de la lógica de mercado, que buscan racionalizar los gastos para lograr una mayor eficiencia (Candia, 1998; Portilla, 2005). De acuerdo con Satriano

1 El desaparecido Programa de Atención a Jornaleros Agrícolas (PAJA) clasificó a las unidades de producción rural empleadoras como: «pequeñas» de hasta 99 jornaleros; «medianas» de 100 a 299; y «grandes» de 300 o más (DOF, 28/12/2007).

(2006, pp. 4-9) los principales rasgos de esas nuevas políticas son: a) una marcada tendencia hacia la privatización, justificada por la supuesta ineptitud del Estado; b) la desigualdad de la condición ciudadana, lo que restringe la universalidad de los servicios básicos, como la educación o la salud; y c) intervenciones centradas en necesidades coyunturales y selectivas de pequeños grupos de población.

La reorientación del Estado permitió a las empresas mayor protagonismo en brindar atención social a su población trabajadora, diseñando mecanismos de corte filantrópico, bajo la premisa de que el Estado neoliberal no debe ser el principal promotor de ello, al incorporar a otros actores, como la iniciativa privada y la ciudadanía, diluyendo así su rectoría (Portilla, 2005).

La responsabilidad social empresarial ha tomado mayor relevancia en las últimas décadas y se refiere a que las empresas adopten voluntariamente modelos basados en la aplicación de valores de respeto hacia las personas, comunidades y medioambiente (Gobierno Federal, 2018, p. 3). Se considera que es una forma de hacer negocios tomando en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos (Correa *et. al*, 2004, p. 15).

Según Marañón (2008, pp. 85-86), las motivaciones detrás de estas iniciativas tienen que ver con diferentes factores interrelacionados, derivados de las movilizaciones sociales y presiones «desde abajo», de apremios en los mercados internacionales (en términos de medio ambiente y salud) y de cambios en la cultura empresarial. Esta narrativa emergente es considerada, por sus defensores, como una auténtica visión de negocios y, por sus críticos, como un recurso retórico y falaz que desarticula el carácter universal de los derechos sociales (Achón, 2018; Marañón, 2008; Portilla, 2005). Estos últimos destacan que la noción de responsabilidad social prioriza por su función instrumental, tanto para asegurar la competitividad de las empresas en el mercado mundial, como para neutralizar a los críticos de su accionar². También señalan que los códigos de conducta y normatividad que se formalizan en certificaciones no incluyen cuestiones de índole laboral ni la posibilidad de una verificación independiente. En última instancia, predomina la retórica sobre la práctica y, en esa medida, «los reportes tienden a centrarse en aspectos como donaciones caritativas, programas comunitarios y no en actividades sustantivas de la empresa» (Marañón, 2008, p. 87). El hecho de que sea voluntaria y que no implique sanciones, revela totalmente su carácter unilateral³.

2 Correa *et. al*. (2004: 17) ejemplifican esto con el caso de la empresa Royal Dutch Shell, cuyo compromiso con la responsabilidad social está relacionado con las acusaciones de violación de derechos humanos en Nigeria y el desmantelamiento de una plataforma petrolera en el Mar del Norte en 1995, que resultaron en un boicot de los consumidores a sus productos. Frente a esto, la empresa modificó su estrategia y se posicionó como líder en la acción responsable.

3 Entre las críticas más importantes se encuentra que la responsabilidad social es un «green washing» que no transforma la operación de las empresas; no existe monitoreo independiente ni sanciones por incumplimiento de compromisos; se concentran en empresas de alto perfil del Norte, que resuelven problemas de su reputación y no integran la gestión empresarial; se basa en estándares e

La responsabilidad social, de acuerdo con Achón (2018) y Marañón (2008), permite aumentar las ganancias de las empresas y lograr su legitimación o buena imagen a través de donaciones, centros comunitarios, talleres, charlas, entre otras cosas, sin transformar las condiciones laborales de fondo, pues se sigue conservando el ingreso a destajo, no hay incremento del pago ni mayor representación a través de organizaciones sindicales.

Además, como parte de la reconversión ideológica que asegura y legitima el actual modelo de acumulación, implica alimentar una «nueva cultura del trabajo» donde el trabajo no es un derecho, sino un privilegio. Las culturas empresariales influyen en la ideología de los trabajadores, generando formas de conciencia mistificadas sobre las que se sustentan el consentimiento de dominación (Moreno, 1999, p. 29).

Por otro lado, la ideología del emprendedor es respaldada en campañas mediáticas que muestran «historias exitosas» de trabajadoras y trabajadores que alcanzan logros y estimulan su lealtad a la empresa. Emulando al nuevo Héroe Cultural, ya racionalizado desde la lógica del mercado, se concibe incluso al trabajador como *empresario de sí mismo*, como modelo de conducta, donde su talento y otros méritos serán premiados como un triunfo social.

III. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR AGRÍCOLA: ENTRE LA RETÓRICA Y EL DISCIPLINAMIENTO

En México, la certificación o distinción de Empresa Socialmente Responsable (ESR) fue iniciativa del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y de la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (ALIARSE). La primera es una asociación civil, fundada en 1988, privada, no-lucrativa, sin filiación a partido político o religión, autorizada por el gobierno para recibir donaciones deducibles de impuestos (Marañón, 2008, pp. 87-88). Mientras que la segunda, creada en 2002, es una alianza de siete organizaciones, entre ellas la CEMEFI, que promueven la responsabilidad social, buscan sinergias y homogeneizar el lenguaje (Correa *et. al.*, 2004, p. 42).

De acuerdo con Correa *et. al.* (2004, p. 42) la certificación se obtiene llenando un cuestionario y cumpliendo criterios mínimos establecidos por un comité de especialistas de las principales instituciones del gremio que establecen 120 indicadores que reflejan los estándares (edición 2006), «en las cuatro áreas básicas de la responsabilidad social empresarial: calidad de vida de la empresa, vinculación con la comunidad, ética empresarial y cuidado y preservación del medio ambiente.» Entre las empresas certificadas se encuentran Walmart, Coca Cola, BBVA, Mc

intereses del Norte, por lo que no refleja la complejidad social ni económica de países del Sur; no hay mención de los derechos de libre asociación y negociación colectiva; no se integran los intereses y necesidades de la población trabajadora, entre otras más (Correa *et. al.*, 2004, p.20).

Donald's, Bonafont y otras (Marañón, 2008, p.89). En una revisión del 2023, la CEMEFI reconoce al menos 10 empresas agrícolas que obtuvieron o renovaron la certificación ESR en ese año, de las cuales la mayoría son unidades productivas de gran escala, ubicadas en los estados de Sinaloa, Sonora, Coahuila, Michoacán y Guanajuato. También enlista 12 ingenios azucareros en el país, todos considerados grandes empresas (<https://www.cemefi.org/resultadosesr/> consulta: 20/04/2023).

Esta certificación se difunde a través de etiquetas colocadas en los empaques de los productos para garantizar a los clientes que se llevan a cabo acciones para fomentar la sustentabilidad, la calidad de vida de los trabajadores y beneficiar a las comunidades en las que se establecen (Gobierno de la República, 2018). Esta adopta el modelo de corte internacional que convoca a que, de manera voluntaria, las empresas tengan «un comportamiento ético y solidario, frente a las crecientes necesidades sociales y ambientales que se registran en el mundo» (Marañón, 2008, pp. 82-83). En el sector agrícola, una preocupación importante de esta certificación es la erradicación del trabajo infantil (Gobierno Federal, 2018, p. 4).

Marañón (2008, p. 85) sostiene que este modelo en la horticultura de exportación mexicana es resultado de la aplicación de una de las principales tendencias del comercio internacional agroalimentario que impacta directamente en el empleo agrícola, que busca «armonizar» los intereses y actividades de los sectores privado y público, para lograr «una sociedad mejor». En su estudio de una empresa sinaloense que exporta jitomate a EE. UU., Marañón (2008) encuentra que esta incorporó la certificación de ESR, entre otras innovaciones. Supuestamente, afirma, la innovación tecnológica modificó y mejoró las condiciones laborales, pero en su investigación muestra que, si bien se ha erradicado el trabajo infantil y se han resuelto algunos otros problemas, continúa el trabajo precario en distintos aspectos, así como la segmentación por criterios sexuales y étnicos. Sobre todo, advierte la ausencia de espacios de negociación y representación de intereses de los jornaleros.

Por su parte, Achón (2018) estudió una organización empresarial catalana, Unió de Pagesos (UP), como gestora de proyectos asistencialistas en Cataluña y en Colombia, establecidos al alero de las contrataciones en origen de trabajadores agrícolas temporales. En su caso, esta organización patronal ha establecido proyectos de corte asistencial para garantizar sus políticas de gestión laboral y como medio para «edulcorar» la realidad, ante una opinión pública que cuestionaba la presencia de migrantes irregulares en infraviviendas. Además, añade una función a las antes señaladas, la cual consistiría en hacer de estos programas sociales, proyectos de disciplina social útiles a la legitimación del sistema de reclutamiento e importación de mano de obra (Achón, 2018, p. 93).

IV. EL CORPORATIVO BETA SAN MIGUEL Y SUS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En México, desde fines del siglo pasado ha ocurrido un acelerado proceso de privatización y extranjerización de ingenios azucareros, así como de fusión y

concentración de estos en unos pocos grupos corporativos. Los proveedores de materia prima de estas grandes agroindustrias son minifundistas con menos de 5 hectáreas (Robles, 2016, p. 52), agrupados en distintas asociaciones. La zafra es cubierta por trabajadores migrantes y, en menor medida, por cortadores locales (oriundos y asentados), en su mayoría indígenas, que se organizan en cuadrillas bajo el mando de un intermediario laboral (conocido como cabo o capitán). Una característica de las migraciones de esta población trabajadora es que se organiza familiarmente, incluyendo niños y niñas y personas de la tercera edad, propiciada por su estacionalidad de seis meses.

El Grupo Beta San Miguel (BSM), de capital español, es una de las principales empresas transnacionales del sector, que controla once ingenios azucareros en cinco regiones cañeras del país. Desde el 2009, todos los ingenios del corporativo cuentan con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), además de otras certificaciones de tipo ambiental, como el de «Industria limpia».

Para cumplir con el distintivo de responsabilidad social, el corporativo ha creado una organización filantrópica denominada Fundación Beta San Miguel (BSM), la cual constituye la evolución de un programa anterior, llamado EMALUR⁴. El objetivo es brindar asistencia social a los obreros del ingenio y a la población jornalera, a través de los ejes de: educación, prevención del trabajo infantil, género, sustentabilidad, desarrollo humano, identidad cultural y desarrollo comunitario, que responde a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a partir de los siguientes programas:

- Creación de Centros Comunitarios Beta San Miguel
- Capacitación para el trabajo con valores
- Dulces Sonrisas sin Trabajo Infantil
- Voluntariado Beta San Miguel
- Centros de Cómputo
- Promoción de la Cultura y Salud
- Bienestar y calidad de vida en los albergues cañeros

Estas acciones tienen diferentes avances en cada ingenio del país. Por ejemplo, en el estado de Morelos, ubicado en la región centro de México, donde hemos realizado estudios de campo, se llevan a cabo donaciones de ropa; entrega de botiquines, sueros y electrolitos; el desarrollo del *Programa de capacitaciones para el emprendimiento y mejora tu calidad de vida*, por solo mencionar algunas. Para lograr esto, la Fundación Beta San Miguel, además de articularse con las asociaciones de productores que los abastecen de caña, lo hace con organizaciones de la iniciativa

⁴ El cambio de EMALUR a Fundación, al parecer fue en 2015, adoptada primero en el ingenio de Quisería en Colima y en un ingenio en Veracruz. Sin embargo, en la página web sigue figurando información sobre EMALUR (palabra vasca que significaría «Mujer de la tierra») https://www.bsm.com.mx/resp_social.html (consultado: 03/11/2022).

privada o de la sociedad civil, como Fundación Cinépolis o *Save the Children*; y con sus propios clientes, quienes participan en estas acciones, tales como Nestlé, con la que puso en marcha en 2022 el programa «Hidratación sobre descanso», que repartía a los trabajadores sueros, termos, mallas sombras e implementos para resguardarse del sol durante la jornada laboral (Datos obtenidos en trabajo de campo, abril 2022).

La acción que recibe mayor atención es la erradicación del trabajo infantil, para lo cual realizan actividades prezafra con los productores que les abastecen de caña, a través de pláticas para concientizarlos sobre la presencia de niños y niñas en labores asalariadas; y durante la zafra, los llamados «monitoreos» en campo con la población trabajadora, en la que promotoras verifican que no haya niños al momento del corte. Además, se ha detectado una presión hacia la población jornalera migrante para reducir la carga demográfica en los albergues que los alojan en temporada zafra, solicitando a las familias que arriben sin niños, lo cual complica su organización. Los resultados de tales acciones son reportados al corporativo y a sus clientes a través de informes.

Para la población jornalera migrante estas medidas han representado, por un lado, mejoras en algunas de sus condiciones de vivienda en zonas de interés, por ejemplo, en Morelos se ha rescatado la atención en los comedores y la validación de albergues como espacios promotores de salud; pero, por otro, mayor control y presión, pues los jornaleros son persuadidos para que asistan a cursos de emprendimiento para el trabajo después de sus pesadas jornadas laborales, los cuales tienen poco éxito entre la población objetivo; también son visitados constantemente en campo por las promotoras de la fundación para verificar que no haya niños, lo cual suele ser vivido por los jornaleros con miedo a que les quiten a sus hijos o sean llevados ante las autoridades acusados de explotación infantil, entre otras acciones más. En el ámbito laboral permanece el pago a destajo y jornadas laborales extenuantes. Se encontró en la investigación de campo, que más de una vez, dirigentes del sindicato de trabajadores del ingenio reclamaban a las promotoras de la fundación por realizar actividades que no impactaban en la mejora de las condiciones laborales⁵.

V. LAS HISTORIAS EXITOSAS DE LA IDEOLOGÍA EMPRENDEDORA

Parte de esta ideología neoliberal se refleja en campañas mediáticas que anuncian «historias exitosas» de personas que trabajan en agroindustrias, centrándose en los logros alcanzados «gracias» a que se emplearon en tal o cual empresa.

5 Otras experiencias en el sector hortofrutícola se ejemplifican con el caso de la empresa Driscoll's que establece estándares para el bienestar de los trabajadores (<http://driscolls.mx>). Para mostrar algunas de sus iniciativas, se puede mencionar las de la Fundación Dibujando un Mañana y Driscolls durante la pandemia de COVID-19, llamada «Cultivando comunidades», que proporcionaría alimentos a población vulnerable en 50 comunidades rurales, a través de donaciones de paquetes de alimentos a los Bancos de Alimentos y suministros de protección a personal médico (<http://expoknews.com> consultado: 19/04/2023).

Por ejemplo, *Nature Sweet* de México, una empresa transnacional con presencia en varias regiones del centro-occidente (Colima, Guanajuato, Jalisco y Nayarit) ofrece muchos ejemplos de esta estrategia de comunicación que remite a lo que Santos (2014), califica como la *ideología del emprendedor*, y más aún, amplía su campo denotativo para incluir no solo a los empresarios sino también a los trabajadores, a quienes se consideran como unidades-empresa (Santos, 2014, p. 37).

Cultivamos nuestros productos con el objetivo de transformar vidas. Tener un impacto transformador en la industria de frutas y verduras comienza con nuestros Asociados. La transformación de sus vidas y las vidas de todos los trabajadores agrícolas en América del Norte comienza al brindarles a nuestros Asociados la oportunidad de ganar un salario transformacional, apoyar la educación continua y realizar mejoras en nuestras comunidades. <https://naturesweet.com/es/our-purpose/> (consultado: 03/11/2022)

En el caso de la caña de azúcar, la Fundación Beta San Miguel es concebida como la «palanca social» del Grupo Beta San Miguel, uno de cuyos ejes es la *Educación para la productividad y el emprendimiento*, que tiene como objetivo «mejorar la eficiencia y la productividad para impulsar el emprendimiento». En su último informe del 2019, presentado en su portal de internet, señalaba como un logro la capacitación de 1.438 personas, de las cuales 50 habían comenzado a generar sus propios ingresos.

Hacer que el trabajador sea visto como *empresario de sí mismo*, pretende persuadirlo de aceptar que quien fracasa es porque no dispone de dichos signos de éxito, no tiene valía personal. Esta operación naturaliza el mérito como condicionante del triunfo, tras el cual parece que solo hubiera este tipo de rasgos individuales, como trabajo duro, talento, ideas nuevas, etc. (Santos, 2014, p. 34). En cambio, emula modelos de conducta identificados con la imagen estereotipada del emprendedor, como alguien con positivas cualidades personales y una elevada moral.

VI. DISCUSIÓN

Desde la ideología neoliberal, el Estado no tiene capacidad de atención a la población, por lo que reduce su accionar a políticas focalizadas y consiente que otros actores puedan incursionar en este ámbito. En ese contexto se inscriben las acciones de certificación de responsabilidad social empresarial, que permiten a las empresas atender, bajo lineamientos de la ONU, a su población trabajadora. Sin embargo, serios cuestionamientos han mostrado su problemática puesta en marcha al ser de carácter voluntario y escasa fiscalización desde el exterior, que no incluye el ámbito laboral.

En el sector agrícola, las unidades productivas que han adoptado estas certificaciones se caracterizan por ser grandes empresas o corporativos, que participan en el mercado internacional y que concentran recursos y capitales. Estas tienen algún tipo de intervención en la población jornalera que emplea, especialmente en la erradicación del trabajo infantil. Con el interés de certificarse para cumplir con estándares

internacionales, promueven una reasignación y selección de mano de obra. Estudios de caso reportan que las empresas agroexportadoras de gran tamaño están evitando contratar a trabajadores acompañados de menores de edad o madres solteras (Saldaña, 2019; Velázquez, 2013, p. 141), lo cual llevaría a modificar los patrones migratorios, pues se ha estimado que una tercera parte de la población jornalera viaja con menores en edad escolar (6 a 18 años) (Sedesol, 2010, p. 8). Las actuales restricciones, en los hechos, estarían llevando a más mujeres y familias jornaleras a buscar trabajo en regiones agrícolas donde los empleadores, unidades productivas de pequeña y mediana escala, no se preocupan por las certificaciones y los sistemas de pago a destajo propician el trabajo de niños, niñas y adolescentes como medio para incrementar los magros ingresos familiares (Castañeda *et. al.*, 2016, p. 69). Por lo que se genera una segmentación en la población jornalera agrícola, basada en el tamaño de la unidad productiva y el mercado que abastece.

La publicidad en este contexto no es mera difusión del accionar de las empresas, sino que constituye un instrumento de poder que reafirma el orden social en el que la gran empresa es la responsable de atender a la población trabajadora, dejando de lado al Estado; al mismo tiempo que con discursos e imágenes construye una mejor reputación, que no permite cuestionar las condiciones de vida y laborales que ofrecen.

VII. A MODO DE CONCLUSIÓN

Las narrativas de «compromiso en comportamientos socialmente responsables» parecieran querer emitir el falaz planteamiento de que la precariedad del empleo y la sobreexplotación del trabajador son «reminiscencias de un mundo rural atrasado», cuando por contrario, estas son una parte constitutiva de un nuevo modelo productivo volcado al exterior (Bendini y Lara, 2007). En ese sentido, Achón (2018) señala que el mecanismo de la responsabilidad social empresarial permite mostrar a las empresas como interesadas en el bienestar de sus trabajadores para mejorar su imagen y a la vez esconder las condiciones de explotación. Por lo tanto, este tipo de certificaciones, si bien pueden mejorar algunas condiciones de vida de un segmento de la población trabajadora agrícola, deja de lado cambios laborales y más bien perpetúa la explotación, el disciplinamiento, el control y la segmentación de la mano de obra.

Asimismo, hacer que el trabajador viva el «bautismo del creyente», individualizando las relaciones laborales y anulando la solidaridad de clase.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Achón, O. (2018). Filantropía y asistencialismo. Fórmulas de legitimación de los programas de contratación en origen de temporeros agrícolas extranjeros en Cataluña. En *Relaciones internacionales*, no. 36, pp. 93-114.

- Bendini, M. y Lara, S. (2007). Espacios de producción y trabajo en México y Argentina. En *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios* (26 y 27), pp. 23-61.
- Candia, J.M. (1998). Exclusión y pobreza. La focalización de las políticas sociales. En: *Nueva Sociedad*, no. 156, pp. 116-126.
- Castañeda, N., Cruckshank, S., Guercke, L. y Verduzco, M. I. (2016). *Diagnóstico sobre la situación de las políticas públicas y legislación para personas jornaleras agrícolas migrantes en México*, Centro de Estudios en Cooperación Internacional y Gestión Pública, A.C. (CECIG)
- Correa, M.E., Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago de Chile: CEPAL _ ONU.
- Gobierno de la República Mexicana (2018). *Distintivo Empresa Agrícola Libre de Trabajo Infantil. Guía de operación 2018*.
- Marañón, B. (2008). Responsabilidad Social Empresarial en la Horticultura de exportación mexicana. Sus límites en materia laboral. El caso de Agrícola Ponderosa. En: J.L. Ceño (coord.). *Desde los colores del maíz. Una agenda para el campo mexicano*. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Moreno, I. (1999). Globalización, ideologías sobre el trabajo y culturas del trabajo. En: *Áreas*, no. 19, pp. 17-35.
- Portilla, O.C. (2005). Política social: del Estado de Bienestar al Estado Neoliberal, las fallas recurrentes en su aplicación. En: *Espacios Públicos* 8 (16), pp. 100-116.
- Robles, H. (2016). La pequeña agricultura campesina y familiar: construyendo una propuesta desde la Sociedad. En: *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, no. 7, pp. 46-83.
- Saldaña, A. (2019.) Proletarización en las estrategias de reproducción de grupos domésticos inmigrantes indígenas en el estado de Morelos, México. En: *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, no. 6, pp. 1-29.
- Saldaña, A., Sánchez, K. y Lara, S.M. (2020). Diferencias y semejanzas entre trabajadores temporarios en zonas hortofrutícolas y campos cañeros en México. En: *Ra Ximbai*, no. 16(1), pp. 23-45.
- Santos, A. (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. En: *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, no. 127, pp. 29-43.
- Satriano, C. (2006). Pobreza, Políticas Públicas y Políticas Sociales. En *Revista Mad* no. 15, pp. 60-73.
- SEDESOL (2009). *Programa de Atención a Jornaleros Agrícolas, PAJA (2010). Hacia un perfil de los jornaleros agrícolas en México. Principales resultados de la Encuesta Nacional de Jornaleros Agrícolas*, México.
- Velázquez, E. (2013). Migración interna indígena desde el Istmo veracruzano: nuevas articulaciones regionales. En: *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, no. 2, pp. 128-148.