



PRIMER TALLER INTERNACIONAL «LA VOZ DE LOS ACTORES EN EL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS MIGRATORIAS»

Por: Miguel Moctezuma Longoria

Red Internacional de Migración y Desarrollo
Unidad de Posgrado en Estudios del Desarrollo U.A.Z.

Los días 27 y 28 de junio de 2003, en Zacatecas, Zac., se efectuó el *Primer Taller Internacional: La Voz de los Actores en el Diseño de las Políticas Migratorias* organizado bajo los auspicios de la Red Internacional Migración y Desarrollo y la Unidad de Posgrado en Estudios del Desarrollo de la Universidad Autónoma de Zacatecas.

Al taller se dieron cita líderes migrantes mexicanos y salvadoreños, promotores comunitarios, consultores e investigadores con el propósito de intercambiar experiencias en materia de inversión social y productiva de las remesas de los migrantes mexicanos, centroamericanos y marroquíes, y discutir políticas públicas alternativas que permitan a las comunidades migrantes incidir decididamente en el desarrollo local y regional.

El hecho es significativo por cuanto conjuga, en un mismo escenario, las distintas visiones, experiencias y desafíos de los diversos actores sociales. Más aún, si tomamos en consideración que aún prevalece, en algunas esferas sociales, una imagen maniquea del rol que juegan estos actores, según la cual desde ámbitos, habitualmente encajonados, como los de la academia, se mira con recelo la práctica cotidiana de los actores sociales, es decir su realidad social inmediata; al tiempo que éstos manifiestan cierta desconfianza respecto de las bondades de la investigación social, en tanto en algunos círculos de la gestión social, donde se ubica a los promotores y consultores, priva todavía una política de intervención ajena a la dinámica e intereses de las comunidades, las cuales, además son vistos, por lo mismo, como objetos y no como *sujetos* del desarrollo. De ahí que este Primer Taller intentara desbrozar ese esquematismo que vulnera la posibilidad de que las comunidades migrantes encuentren alternativas sociales de desarrollo con el apoyo comprometido de la universidad pública y de gestores sociales sensibles a la problemática que les aqueja.

Algunas de las interrogantes clave que se pusieron sobre la mesa de discusión dan cuenta de la vivacidad que se logró despertar entre los asistentes, y si bien no era el propósito llegar a enumerar conclusiones perentorias, lo más interesante fue el momento mismo de la discusión:

- ¿Es válido el esquema de microcréditos para alentar el desarrollo de las comunidades migrantes de origen?
- ¿Los programas gubernamentales, tipo Tres por Uno, son idóneos para la vida social, cultural, económica y políticas de estas comunidades?
- ¿Cuáles son las limitaciones y potencialidades de los proyectos productivos, en sus distintas facetas, encabezados por los migrantes?
- ¿Los migrantes tienen la capacidad de incursionar exitosamente en el llamado mercado paisano o nostálgico?
- ¿Cuál es la experiencia de los migrantes en el ámbito empresarial de sus comunidades de origen?

MESA 1

REMESAS, MICROFINANCIAMIENTO Y PROYECTOS PRODUCTIVOS DE LOS MIGRANTES

La migración internacional y el consecuente envío de remesas registran un crecimiento inusitado. En las comunidades de origen, salvando las diferenciaciones regionales y la correspondiente trayectoria histórica, se presenta un proceso paulatino de despoblamiento al mismo tiempo que se refuerza la dependencia económica de las remesas migrantes. Entonces surgen muchas interrogantes: ¿será posible promover alguna modalidad de desarrollo en las comunidades de origen?, ¿qué tipo de políticas públicas se requieren para propiciar el efecto multiplicador de las remesas en esas localidades?, ¿cuál es el rol que deben asumir los actores sociales ante esos dilemas? En esa perspectiva, en el Primer Taller se abordó, entre otros temas, el microfinanciamiento y los proyectos productivos con la participación de los migrantes.

Después de haber efectuado un estudio en áreas rurales de México, El Salvador y otros países de América Latina, Manuel Orozco, miembro de Inter-American Dialogue, quien participara con la ponencia “Remesas, microfinanciamiento e inversión”, manifestó que existe un verdadero potencial de desarrollo en las comunidades migrantes de origen. En estos lugares se ha demostrado empíricamente que la propensión al ahorro es mayor en los hogares receptores de remesas que en los no receptores. En los primeros, hay un flujo sostenido de ingreso, pero este ahorro no está *bancarizado*, no genera riqueza ni interés. Existe, pues, una demanda potencial de servicios financieros tanto de quien envía como de quien recibe. La propuesta de Orozco va encaminada hacia la creación de organizaciones microfinancieras e instituciones de ahorro y crédito, siempre que tengan a las remesas de los migrantes como eje de su operación. Las microfinancieras serían instituciones distribuidoras de remesas y captadoras del ahorro de los hogares con remesas. En esa perspectiva, no se deja de lado la posibilidad de que la banca comercial pueda establecer alianzas con estas microfinancieras, de lo cual ya se registran, insipientemente, algunas experiencias en México y Centroamérica con disímiles resultados.

En casos como el mexicano, el panorama de las comunidades migrantes de origen no es muy alentador, si nos atenemos al citado estudio, puesto que no existen instituciones financieras ni cooperativas de ahorro y préstamo en poblaciones menores a 15 mil habitantes. Merced a lo cual, las remesas llegan a esas poblaciones con altos costos de transacción y los destinatarios, en detrimento de sus ingresos, se ven en la necesidad de trasladarse a la ciudad más próxima para efectuar estas operaciones. Adicionalmente, los mercados locales están muy deprimidos, una muestra de ello es el hecho de que las pequeñas tiendas son a todas luces insuficientes para proveer de mercancías con suficiencia, por lo cual se inhibe el probable efecto multiplicador de la remesa en la localidad; de nueva cuenta los receptores de remesas se ven en la necesidad de concurrir a

zonas urbanas para realizar sus compras. Tomando en cuenta lo anterior, y teniendo en mente el desarrollo local con remesas, se puede pensar, conservadoramente, en que a través de instancias como las microfinancieras se capte un 20 por ciento de las remesas y se consoliden, hasta cierto punto, los mercados locales para descentralizar los centros de producción y consumo.

Apropiarse de los avances tecnológicos es una meta al alcance de las comunidades migrantes organizadas, incluso se puede pensar en ello como una necesidad impostergable o como un punto positivo de la llamada globalización. En tal sentido, existe también un vínculo entre remesa y tecnología que no se ha explorado suficientemente. Y para muestra, Manuel Orozco propone el empleo de la red inalámbrica de Internet conocida como Wi-Fi, desarrollada en los últimos 5 años, la cual permite crear una red de telecomunicaciones conectando tan sólo una señal de radio —según una estimación preliminar, los costos de la tecnología son muy bajos: con 10 mil dólares se puede dar inicio a un proyecto de esta envergadura. Siguiendo con la propuesta inicial, una microfinanciera podría desarrollar una empresa de telecomunicaciones y canalizar remesas.

Así pues, la estrategia de desarrollo tendría un eje local: insertar una comunidad financiera para desarrollar un mercado local que permita aumentar la tasa de ahorro del hogar, movilizar la economía y promover la inversión

Una visión crítica a la implantación del esquema microcrediticio lo ofrece Mario López Espinosa, consultor externo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), quien postula como error considerar el acceso al microcrédito como sinónimo de desarrollo, y va más allá cuando afirma que: “las remesas pueden generar capacidad de ahorro, pero no desarrollo local”. En esa tesitura, la microfinanciera no es la panacea de las comunidades: si bien podría reciclar localmente los recursos, lo haría con limitaciones. Entre otros factores limitativos, López Espinosa aduce que los criterios de rentabilidad son contraproducentes a los intereses del pequeño productor, no hay circulante monetario suficiente en la comunidad para sustentar proyectos productivos financiados, existe una tradición de concurrir fuera de la economía regional para realizar el consumo, se adolece de falta de infraestructura —información, capacitación, asistencia técnica, etc.— que soporte la inversión productiva y que el microfinanciamiento resulta caro a la postre —en promedio cobra 5 por ciento mensual, 158 por ciento anual neto sobre saldos insolutos; la banca comercial cobra 23 por ciento mensual, mientras que en Estados Unidos los migrantes consiguen financiamiento a 3 ó 5 por ciento.

Asimismo, López Espinosa sugiere que no se pueden implantar modelos empresariales exógenos, como el anglosajón, y que sí se puede generar actividad productiva en las comunidades mediante la creación de empresas de servicios de la comunidad, con profesionales en cada rama, como la comercialización, administración, etc. Es decir, se requiere un interlocutor, y que la infraestructura de respaldo se utilice racionalmente.

En contraste, César Ríos, de ALPIMED, considera que en el caso de El Salvador las microfinancieras tienen presencia en comunidades donde los bancos no llegan. Es el caso de la organización que él representa, la cual tiene 20 mil clientes en zonas remotas donde predomina la economía de subsistencia, el 50 por ciento de sus clientes recibe remesas. Un dato elocuente es el de que los mejores pagadores son los que reciben remesas. La potencialidad de inversión en esas comunidades remotas está por explorarse, como por explorarse está el acercamiento con los remitentes de remesas. Sin embargo, esta microfinanciera brinda también servicios de capacitación y se esmera por tener presencia en la vida de las comunidades.

Los distintos enfoques y las distintas posturas abren un abanico rico para la reflexión, tarea que no es puramente de la incumbencia de académicos e investigadores sino también de los actores sociales, aquellos que se desenvuelven en el terreno de los hechos. Raúl Delgado Wise, Director del Doctorado en Estudios del Desarrollo de la UAZ, considera que los ejes de la

estrategia en discusión aluden necesariamente a un desarrollo binacional y a un campo nuevo para pensar el desarrollo local y regional a partir del uso de las remesas. A sabiendas de que se registran varios proyectos fallidos canalizados puramente al mercado local, es imprescindible ahora pensar cómo producir efectos más amplios. Y en este tenor no existe otro recurso que el de considerar una visión integral, ir viendo lo nuevo; hay cambios cualitativos del fenómeno migratorio que hay que explorar, p.e. el *boom* de las organizaciones migrantes, el redimensionamiento del mercado paisano —y la posibilidad inmanente de acceder a él— y el reclamo de los actores sociales para rediseñar las políticas públicas.

Desde otro mirador, Thomas Wissing, Coordinador de proyectos de OIT-México, considerar importante no dejar de lado la perspectiva empresarial del inversionista en el diseño de políticas de promoción de la inversión en las comunidades de origen. Varios son los asuntos que complican, en términos prácticos, la incursión del migrante inversionista: información de mercados, trámites, comercialización, organización productiva, etcétera. El papel del Estado es importante para facilitar y clarificar el entorno en beneficio de los migrantes inversionistas y, por añadidura, de las comunidades de origen. Sin embargo, como lo señala Wissing, uno de los obstáculos mayores es que las comunidades expulsoras no son propicias para la inversión, no hay infraestructura, no hay capacidad empresarial, ni capacidad organizativa.

El proceso migratorio se presenta multidimensional y sus efectos son de tal suerte variados que de su dilucidación se pueden extraer otras posibilidades para organizar la participación de los migrantes, sean estos empresarios, ahorradores o simplemente organizados para propósitos comunes. En esa medida, Miguel Moctezuma, investigador del Doctorado en Estudios del Desarrollo de la UAZ, alude a que donde hay migración hay impactos en varios niveles, como ocurre en el transporte aéreo, llamadas internacionales, envíos de las remesas, compraventa de bienes raíces, entre otros, pero advierte que todos estos representan costos de la migración que son regulados por pocas empresas, donde el migrante podría tener mayor incidencia. De ser cierto lo anterior, están aún pendientes políticas de participación que diversifiquen el uso de las redes comunitarias y estrechen los vínculos con los migrantes remitentes, y promuevan la asociación de migrantes ahorradores y empresarios.

Los clubes de migrantes zacatecanos se conformaron con la finalidad de apoyar a sus comunidades de origen y destino. En los últimos años han tratado de incidir extraterritorialmente en ellas, más allá de la inversión social, ante el letargo de los gobiernos, reconoce Guadalupe Gómez, de la Federación de Clubes de Zacatecanos Unidos del Sur de California. Como una expresión de lo anterior, la Federación de Zacatecanos al mismo tiempo que promueve la inversión social, conformó en Los Angeles, Ca. el “Grupo Empresarial Zacatecano” que pretende conjuntar la visión de migrantes frente a desafíos como la inversión productiva en las comunidades de origen, la potencialidad del mercado paisano, la innovación tecnológica, entre otros temas. Sin embargo, como Federación, Gómez manifiesta su preocupación por crear un mecanismo para integrar a todos los actores, incluido los tres niveles de gobierno así como los investigadores, para trabajar en la tarea común del desarrollo de las comunidades de origen, donde si acaso se exporta materia prima pero no productos terminados. Como vocero de los migrantes organizados, Gómez manifiesta que existe disposición de invertir, pero requieren garantía de rentabilidad, y es ahí donde se hace necesaria la colaboración de otros actores para apoyar técnica y organizativa a los migrantes interesados en promover el desarrollo de sus comunidades de origen.

El Grupo Empresarial Zacatecano requiere apoyo de la universidad pública, en estudios de viabilidad, reconoce Javier Cruz Palomino, su Presidente, y admite que desgraciadamente no hay apoyo gubernamental. El Grupo surge de la necesidad de promover proyectos productivos, después de participar por 30 años en el fomento del desarrollo comunitario. El primer proyec-

to, que está en puerta su realización, es la impresión de una revistas de información que tiene circulación binacional, y que adopta como una de sus temáticas centrales precisamente el tema migratorio. Adicionalmente el Grupo Empresarial Zacatecano tiene en perspectiva instrumentar proyectos dentro del complejo y atractivo Mercado Paisano.

Rodolfo García Zamora, docente-investigador de la Unidad de Economía y del Doctorado en Estudios del Desarrollo de la UAZ, expone el caso de la Fundación del Sur de Zacatecas que tiene entre manos un proyecto promocional de mezcal en este nicho que representa el Mercado Paisano. Esta experiencia nos indica que las comunidades expulsoras no siempre son muy pobres, de ahí que se tenga que plantear los proyectos de desarrollo regional y local a la medida de las condiciones socioeconómicas de cada zona, de cada lugar, y no simplemente promover proyectos genéricos de aplicación universal. Además de lo anterior, es menester tomar en cuenta la postura de algunos empresarios migrantes que se niegan sencillamente a invertir en las comunidades de origen —no por una cuestión personal sino porque han desarrollado un bagaje empresarial que los orilla a actuar bajo criterios precisos de rentabilidad— sin embargo están dispuestos a efectuar sus aportaciones para la realización de obras sociales en esas mismas comunidades. Como alternativa, García Zamora propone la creación de centros regionales de desarrollo, en la tónica de Papademetriou, donde el criterio de viabilidad empresarial esté presente ineludiblemente.

MESA 2

EL MERCADO LATINO EN ESTADOS UNIDOS

El Mercado Paisano se nos presenta como un nicho de mercado todavía no bien explorado. Al respecto, Raúl Delgado Wise precisa algunas estadísticas que dan cuenta de su dimensión: a) de acuerdo a la ONU, México es el principal emisor de migrantes en el mundo y, según el FMI, el primer receptor de remesas, junto con la India; b) las remesas constituyen la tercera fuente de divisas del país, lo que le confiere una importancia macroeconómica singular; c) el 80 por ciento de los mexicanos residentes en Estados Unidos radican en los estados de California, Arizona, Nevada, Texas y Nuevo México, por tanto existe una alta concentración geográfica del mercado hispano; d) la población mexicana es el grupo poblacional más numeroso, y con una mayor tasa de natalidad, de la primera minoría en Estados Unidos; e) en 2000, el ingreso disponible de los hispanos se estimaba en 452 mil millones de dólares, y se espera que esta cifra se duplique en un lapso de 7 años; f) según el Boston Consulting Group, el 8 por ciento del gasto total en Estados Unidos corresponde a los latinos, pero menos del 3 por ciento es gastado en un mercado específicamente dirigido a ellos, de tal suerte que la dimensión del mercado latino sería de alrededor de 170 mil millones de dólares. Son muchos los negocios orientados específicamente al mercado paisano, pero todavía son insuficientes. Sin embargo, se sabe de proyectos como Plaza México que pretenden acometer de lleno este nicho. Este proyecto se trata de un centro comercial de 50 mil metros cuadrados, que albergarán más de 300 locales, con una inversión superior a 55 millones de dólares; entre los productos que se comercializarán destacan el tequila, vinos y licores, ropa, piel, calzado, vestidos típicos, sombreros, comida típica, música mexicana, dulces, pan, artesanía, etc.

De acuerdo a Delgado Wise, los proyectos de inversión productiva arraigados por la comunidad binacional se pueden canalizar exitosamente hacia el mercado paisano, dado que éste se constituye en un nicho de mercado no asequible a las grandes transnacionales pues se aleja del mercado masivo, es un nicho de productos dirigidos a un sector muy específico de la población. Sin embargo, para que los proyectos sean verdaderamente exitosos, se requieren estudios de

mercado muy concretos, incluso no convencionales, para aprovechar los espacios que no pueden ser penetrados por los grandes consorcios multinacionales. Estudios no convencionales se refiere a que tienen que contemplar el mercadeo de las redes sociales; es decir, un estudio sobre el mercado paisano tiene que seguir profundizando sobre la vinculación de las redes sociales, puesto que éstas están todavía dirigidas principalmente a localidades, incluso hace falta promover la comunicación entre las diversas redes de la comunidad migrante. Tenemos, pues, que *pensar binacionalmente*. Hay casos, como el de La Victoria, municipio de Pinos, Zacatecas productora de tuna, que tiene un club en Los Ángeles que puede instrumentar una estrategia empresarial dentro del mercado paisano sin descuidar los lazos con la comunidad binacional.

Para Mario López, la gran empresa atiende al segmento de bajos ingresos; la mediana, los medios y bajos; la pequeña, medios y altos, y la micro, los estratos de muy altos ingresos. En México, ocurre algo diferente, las pequeñas unidades productivas quieren vender en los mercados masivos y sucumben ante la competencia de las grandes empresas. En las comunidades tendrían que promoverse pequeñas unidades productivas orientadas a nichos de mercado. Una pequeña unidad productiva no puede concurrir a los mercados masivos donde se puede pagar mejor. Respecto al mercado paisano, López sugiere como estrategia importar desde Estados Unidos, o sea, no darle todo el apoyo al exportador mexicano sino al importador mexicano ubicado en Estados Unidos; los apoyos pueden ser créditos a tasas preferenciales, subsidios, etc. En esa medida, la exportación no existe, si la importación desde el exterior. Se trata, entonces, de considerar la opinión de los migrantes en su contexto, para orientar la producción y comercialización. De visualizar una alianza estratégica con los migrantes desde México, instrumentando acciones para hacer negocios con otros, una relación de aliados, como sociedad. Sin embargo hay que tomar la precaución de que un mercado solidario puede no ser nostálgico y en el largo plazo puede disminuir si la producción no tiene calidad a la que acostumbran con estándares internacionales.

En ese punto, Natasha Iskander, investigadora del Massachusetts Institute of Technology, acota que el mercado paisano es también el mercado de los jóvenes, de un segmento particular que inevitablemente siente la necesidad de apropiarse de la identidad mexicana. Al mismo tiempo, agrega que hay empresa constituidas por familias que aprovechan las redes sociales para la comercialización, a pesar de que produzcan masivamente y utilicen criterios de rentabilidad.

César Ríos reconoce que en el caso de El Salvador existen redes familiares de distribución desde hace 20 años. Sin embargo, a pesar de todo ese tiempo no se ha dado el siguiente paso que permita formalizar ese mercado binacional. La gran empresa salvadoreña está tomando la delantera y explora el mercado nostálgico, más aún se vale de las redes de distribución. En cambio las pequeñas unidades son muy informales en la producción y comercialización, no son consistentes.

La procreación de empresas siempre es un proceso azaroso, por ello Thomas Wissing aduce que las empresas tienen que pasar por un proceso de aprendizaje, localmente, para luego pasar a un proceso de exportación.

MESA 3

PROYECTOS PRODUCTIVOS Y CAPACITACIÓN COMUNITARIA

Los proyectos productivos impulsados por los migrantes no encuentran todavía el apoyo suficiente para llegar a buen puerto. En muchos casos, las autoridades no han llegado a comprender la importancia estratégica de la inversión de los migrantes para fomentar un nuevo tipo de desarrollo regional.

La experiencia de Flavio y Ernesto López resulta muy ilustrativa. Con el esfuerzo de su

trabajo como migrantes fundaron la fábrica de piñatas Moldeados de Cartón Jamay, s. A. de C. V. en el municipio de Jamay, Jalisco. Utilizan cartón reciclado recolectado en el mismo municipio y emplean moldes bajo un procedimiento que ya han patentado. En la empresa trabajan 10 mujeres –tienen la meta de generar 40 empleos—, todas ellas madres solteras. En la actualidad producen 100 piñatas diarias, las cuales venden en tres estados del país, proyectan producir 1,000 diarias para exportar al mercado paisano, sin embargo aún no tienen un proyecto concreto. Para la creación de la empresa se enfrentaron a trabas burocráticas para el financiamiento del proyecto, asimismo se vieron obligados a pagar un estudio de mercado que a más de costoso no respondió a las expectativas reales de la operación de la empresa pero sí cumplió uno más de los requisitos para obtener un crédito.

Para Miguel Moctezuma, casos como el de la fábrica de piñatas hacen explícita la necesidad de buscar *alternativas de financiamiento*, y una de ellas puede ser la *constitución de un fondo de ahorro de migrantes* para promover la inversión productiva, pero también es indispensable que las instituciones de educación superior contribuyan a la elaboración de proyectos consistentes de manera que se puedan aprovechar las *cadena comerciales* de los propios migrantes. Existen zonas de enlace como el sur de Zacatecas y del norte de Jalisco donde se podrían generar proyectos conjuntos. Todo esto nos hace reflexionar, dice Moctezuma, acerca de qué es el mercado paisano, en ese tenor, algunos autores exponen que es el mercado de la nostalgia, de raíces culturales de nuestras comunidades. Tiene que ver con la forma en que los migrantes reproducen su cultura. La confección de las piñatas de Jamay son una combinación de dos culturas. Sin embargo, el dilema se plantea para esclarecer cómo pueden llegar estos productos donde tenemos ventajas culturales, donde hay millones de mexicanos y donde hay empresarios migrantes. Así pues, se piensa en aprovechar los clubes, que son redes sociales que reproducen su identidad y su cultura.

Efraín Arteaga, investigador de la Unidad de Posgrado en Estudios del Desarrollo, destaca la bondades de la empresa de Jamay, lo cual se pone de relieve si se compara la actuación de la burocracia y el costo del crédito con la importancia del proyecto en términos comunitarios –da empleo a madres solteras— y ecológicos –recicla basura, papel y basura. Las empresas de los migrantes pueden encontrar un filón de beneficio social indiscutible.

Rodolfo García Zamora, en su ponencia intitulada “Proyectos productivos y capacitación comunitaria”, preciso que hay mucha experiencia de la comunidad migrante para realizar proyectos comunitarios en sus lugares de origen, sin embargo otra cosa sucede con los proyectos productivos puesto que en este caso no hay incentivos ni apoyos suficientes para arraigar la inversión, todo ello a sabiendas de que la remesa colectiva no puede ser el eje de los proyectos productivos. Por lo que toca a la gestión económica, los gobiernos de ambos países, junto a instituciones financieras internacionales, comenzaron durante la última década del siglo pasado a instrumentar algunos programas estatales teniendo en perspectiva el uso de las remesas. A fines de los noventa, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM) y Nacional Financiera (Nafin) exploran distintas posibilidades para canalizar el uso de las remesas, sin embargo sus programas no han tenido los resultados esperados. En algunos estados del país, los gobiernos locales ejecutan algunos programas; es el caso de “Mi Comunidad”, en Guanajuato; “Fojal”, en Jalisco, y “Dos por Uno” —luego “*Tres por Uno*”— en Zacatecas. Para proponer abiertamente la implantación de proyectos productivos se requiere, pues, madurarlos con seriedad y compromiso, con una visión vinculada al desarrollo regional. Sin embargo, García Zamora recalca un problema latente: las comunidades de origen son muy débiles organizativamente hablando y más aún para el desarrollo de proyectos, de ahí que una primera mediad, para subsanar esa debilidad, sea la capacitación.

Miguel Moctezuma, en su ponencia “Los migrantes mexicanos en Estados Unidos y la

inversión productiva en México”, expresó la importancia que tiene el *migrante colectivo*, es decir el migrante organizado que ha transitado del ámbito familiar e individual al colectivo. Esta modalidad de migrante está formado por centenares de clubes y poseen capacidad de negociación, fortaleza económica y poder de interlocución con los tres niveles de gobierno. Sin embargo, de una manera más perceptible se puede vislumbrar la existencia de dos tipos de sujetos: el migrante empresario y el migrante ahorrador. En el primer caso se trata de mexicanos radicados en Estados Unidos que poseen empresas e inversiones, su naturaleza es de carácter privado, organiza la producción de bienes y servicios con miras a la obtención de una ganancia; construye cadenas de comercialización en Estados Unidos y es uno de los principales eslabones del mercado paisano. Por su parte, el migrante ahorrador no es empresario pero tiene capacidad de ahorro que eventualmente se puede traducir en inversión. Vistas así las cosas, Moctezuma advierte sobre la necesidad de diferenciar claramente esta tipología para la construcción de políticas públicas tendientes al desarrollo de las comunidades y regiones de origen, dado que se trata de los sujetos clave, susceptibles de incursionar en esquemas asociativos que multiplicarían el capital de inversión.

Guadalupe Gómez resalta la importancia de los clubes en la vida de la comunidad binacional. Los clubes migrantes han operado comunitariamente desde los setenta, en 1992 se formalizaron a través del programa Dos por Uno —hoy Tres por Uno—, con donaciones de 300 mil dólares al año; entonces los clubes comenzaron a multiplicarse progresivamente. El ascenso de la organización permitió la creación del Consejo de Federaciones Mexicana, con 14 federaciones. Desgraciadamente, se han implementado cambios a la normatividad del Tres por Uno de tal suerte que se ha trastornado su operación y desvirtuado el sentido social que tenía desde un principio, por lo cual se ha propuesto al presidente Vicente Fox redimensionar el programa a Cuatro por Uno y que se retorne a su sentido original. El gobierno del estado de Zacatecas, con la nueva normatividad, no ha respetado, en su totalidad, la propuesta de los migrantes en la realización de obras, por lo cual se han emprendido gestiones con el gobierno federal. El proceso de desdoblamiento, que afecta a 34 municipios, limita el propósito de las obras comunitarias, en razón de ello tiene que haber un cambio en las políticas públicas, que cuando menos un 20 por ciento de los recursos invertidos se canalice a la creación de empleos. La creación del Grupo Empresarial Zacatecano, encabezado por el Profesor Cruz Palomino, está orientado en esa vertiente. Hay un potencial importante de migrantes empresarios y ahorradores, de ahí que el Grupo Empresarial tenga una tarea importante. Esta tarea requiere la participación también de todos los actores: universitarios, gobernantes, etc. Pero para efectuar cambios en las políticas públicas es necesario considerar la participación directa de los migrantes organizados. Se ha demostrado que la participación de los migrantes es indispensable, la propia experiencia del Tres por Uno lo señala: anteriormente el municipio manejaba los recursos, pero elevaba los montos de obra; mediante la gestión de los migrantes, las obras comenzaron a ejecutarse bajo su supervisión, a través de Comités de Obra con la participación de la comunidad, y los sobrantes se canalizaban a obras de la misma comunidad. Por lo mismo, la cuenta está mancomunada, presidente municipal y comité de obra. Desgraciadamente, hay rezago en la realización de obras por limitaciones presupuestales de los gobiernos de los estados, tan sólo una Federación contempla un rezago de 40 ó 50 obras.

Javier Cruz Palomino retoma el punto y dice: El Grupo Empresarial surge por un cambio cualitativo en la organización de los migrantes, la sociedad va un paso adelante del gobierno. El organismo requiere del apoyo de todos los actores sociales —universitarios, fundaciones, organizaciones, etc.—, para proyectar exitosamente los proyectos, y que los inversionistas migrantes se enriquezcan de estas experiencias. Ya hay dos proyectos en gestación. Nosotros detectamos que hay empresarios pero no están capacitados en el comercio exterior para llevar productos al

mercado paisano. Si los proyectos iniciales tiene éxito, otros migrantes empresarios y ahorradores van a mostrar interés para invertir en sus lugares de origen y en el mercado paisano.

Respecto de los grandes temas, Raúl Delgado Wise comenta: el tema del Estado y el gobierno es importante para el desarrollo de las comunidades de origen. Los gobierno están conformes con la migración porque les resuelve un problema social. Parten de una ignorancia, confunden migración con pobreza. Por eso es importante evidencia cuáles son las dimensiones estratégicas para impulsar proyectos de desarrollo en alianza con la comunidad migrante. El Tres por Uno es importante porque involucra, aunque limitadamente, al gobierno en la realización de obras impulsadas por los migrantes. La lógica del fortalecimiento de las redes sociales es un catalizador de las organizaciones sociales a través del Tres por Uno, ha ayudado a identificar líderes que pueden hacer mancuerna con las comunidades. Así pues, se pueden identificar los pilares para el avance: 1) las redes sociales son el piso para el desarrollo, pero se requiere un mayor alcance que trascienda incluso las fronteras estatales para llegar a una escala nacional, y 2) que la lógica de los proyectos de desarrollo no sea la neoliberal, que cancela las cadenas proyectivas, es una lógica de anti-desarrollo, una relación asimétrica y subordinada hacia Estados Unidos; se requiere un desarrollo alternativo, la lógica de los migrantes, binacional, es reconstruir estas cadenas, de ahí la importancia de los migrantes organizados, empresarios y ahorradores.

En tanto, Mario López postula la necesidad de un enfoque integral, económico, social y político, y un enfoque de estrategia empresarial productiva que atiende a una lógica particular. Los recursos ahorrados por los migrantes deben ser canalizado con apego a esos criterios. En Estados Unidos no hay más de mil grandes empresarios migrantes frente a millones de migrantes que envían remesas. Diseñar programas de desarrollo para comunidades pobres requiere rebasar los enfoques de microcrédito —como el modelo de Bangladesh e Indonesia—, dado que no se pueden traer recetas del exterior. En cambio se necesita respetar el derecho de las comunidades para que ellos mismos diseñen sus estrategias. Sólo requieren de respaldo institucional, aún cuando no se esté de acuerdo con ellos. En esa lógica habría dos tipos de emprendedores: el productor y el empresario; en nuestras comunidades predominan los primeros. Hay que inventar esquemas nuevos.

MESA 4

POLÍTICAS PÚBLICAS DE INVERSIÓN PRODUCTIVA EN MARRUECOS

Natasha Iskander, investigadora del Massachusetts Institute of Technology, en su ponencia “Políticas para inversión productiva en Marruecos” ilustra una realidad distinta, en algunos puntos ejemplar, de la situación que guardan los migrantes marroquíes frente al tema del desarrollo: más del 60 por ciento de los migrantes marroquíes efectúan inversiones en su país, incluso migrar se ha trocado en una expectativa para la inversión. El sector más beneficiado es el de bienes raíces. Sin embargo, persisten algunas barreras a la inversión: trámites burocráticos, el uso de varios idiomas —francés, inglés, árabe, entre otros—, endeble información económica, falta de crédito, etc. En Marruecos se ha institucionalizado un espacio socioeconómico que incluye Marruecos y sus destinos migratorios, a diferencia de lo que ocurre en México donde se circunscribe a las localidades. La Fundación Hassan II promueve, en beneficio de los migrantes, los lazos culturales e identidad, servicios legales y sociales, apoyo logístico, servicios de inversión —p.e. talleres sobre inversión en Europa, a través de consulados—, entre otras. Los ahorros de los migrantes representan 40 por ciento de los depósitos bancarios, existe un servicio de banca popular —incluso se abrieron sucursales en Francia y en pueblos de Marruecos— que maneja 60 por ciento de remesas transferidas por vía bancaria. Sin embargo, existe

una gran diferenciación social en Marruecos, los pobres de clase media baja son los que emigran. Se desarrollan tensiones de clase. Al retorno, los migrantes, después de haber obtenido mayores ingresos, reclaman sus derechos políticos, económicos y sociales en Marruecos, lo cual ocasiona conflictos sociales. De ahí que surgiera la Fundación Mohammed V con funciones caritativas para “atender” necesidades de la clase media baja. Los migrantes se organizan en asociaciones formales, no en clubes. Existe la política de que asociaciones que se organizan en ONG tienen acceso a fondos, y los migrantes aprovechan eso: se registran 1,441 organizaciones de migrantes marroquíes. Una de las diferencias entre los migrantes marroquíes y los mexicanos es que los primeros no se antepone la necesidad de invertir en sus comunidades de origen, no tienen un mercado “paisano” y el gobierno facilita las inversiones. Además de que los fondos de inversión son mayores a los de México, por ejemplo el Bank Al-Amal dispone de 500 millones para el desarrollo, que surge bajo la concepción del Banco Mundial, según el cual el gobierno no debe tener tanta ingerencia en la promoción del desarrollo. El proceso de diseño de políticas públicas también tiene diferencias, en Marruecos viene desde el gobierno, en tanto que en México procede desde abajo, desde las organizaciones migrantes.

En una visión de conjunto Raúl Delgado Wise destaca la importancia de la búsqueda de alianzas entre Estados –México-Estados Unidos. En Estados Unidos, dada la coyuntura, prevalece un “régimen de excepción”, lo cual ha provocado, según Susan Gzesh, una reacción que se ha dado en llamar “legalización desde abajo”. Se pueden promover relaciones entre las entidades de origen, en México, y de destino, en Estados Unidos, particularmente en aquellos estados que reconocen la importancia estrategia de la migración.

Por su parte, Guadalupe Gómez comenta sobre la posibilidad de consolidar una estrategia de regionalización del desarrollo, como sucede con algunos proyectos de inversión que se localizarían en municipios donde los inversionistas no son originarios. Se trata de considerar factores como factibilidad e infraestructura, y la rentabilidad. Por ejemplo, los migrantes organizados han propuesto a la federación la ampliación del Tres por Uno, sin embargo, éste se ha desvirtuado puesto que ya nos se le da prioridad a las iniciativas de los migrantes. Se requieren cambios mayores, por ejemplo la democratización plena del país, donde los actores puedan tomar, verdaderamente, las decisiones.

Javier Cruz Palomino establece que en nuestro país los migrante tienen que empujar al gobierno para que las políticas públicas se transformen. Empero, hay deficiencias en los programas vigentes, como el Paisano.

Miguel Moctezuma: el diseño de políticas públicas tiene que formar parte de una lucha social, donde los migrantes son protagonistas del desarrollo. No basta una interpretación macro, es importante que los actores como actores participen en la lucha social. Una de esas tareas es el voto de los mexicanos en el exterior. Por ejemplo, en Zacatecas no tenemos una clase empresarial ni obrera que sean actores del desarrollo, se percibe también una crisis de los paradigmas de la teoría social. Foros como éste abren amplios canales para subsanar algunas de estas deficiencias, y para romper viejas tradiciones. Lo importante en este proceso es que los migrantes encuentren aliados en su lucha.

Mario López: Se ha desarrollado una visión crítica que es importante en tanto está vinculada con los actores sociales.

Thomas Wissing propone, finalmente, considerar aliados dentro del gobierno.

No cabe duda, en el Primer Taller Internacional *La Voz de los Actores en el Diseño de las Políticas Migratorias* se dieron cita distintas voces que personificaban varias concepciones y propuestas en torno a la necesidad impostergable de que los actores, desde abajo, participen activa y decididamente en la toma de decisiones, una participación que es indispensable para proyectar por nuevos derroteros a la comunidad binacional.

Colegas: la discusión franca y la experiencia en nuestro taller marcaron la pauta de la discusión, misma que hago entrega en esta versión sintética. Espero por tanto, que les sea útil y que ayude a formular nuevas discusiones en el sentido de ir mirando el horizonte estratégico a más largo plazo, sobre todo en aquellos aspectos que son prioritarios para nuestros migrantes y sus comunidades en el sentido binacional.

Red Internacional de Migración y Desarrollo

<http://www.migracionydesarrollo.org/>

Zacatecas, Zac. Agosto de 2002