

Propietarios de microcomercios ante la delincuencia en León

JUAN ANTONIO RODRÍGUEZ GONZÁLEZ¹

DANIEL TAGLE ZAMORA²

JESICA MARÍA VEGA ZAYAS³

JACOBO HERRERA RODRÍGUEZ⁴

Resumen

La delincuencia es un fenómeno social que ocasiona daños al tejido social de la comunidad. Son numerosos los delitos que ocurren y algunos de ellos causan daño al patrimonio familiar e irrumpen en las actividades económicas de los ciudadanos. Entre los giros comerciales que se han visto afectados en mayor medida están tortillerías, abarrotes, carnicerías, vulcanizadoras, cerrajerías, puestos de comida preparada (especialmente tacos), entre otros. En la presente investigación el objetivo fue conocer las estrategias empresariales ante los principales delitos a los que se enfrentan actualmente estos microempresarios del sector comercial (MEC) en las colonias de León. Para tal efecto, aplicamos una encuesta basada en una muestra de 226 microempresas comerciales de la ciudad de León de los Aldama. Entre los resultados del levantamiento de información notamos un incremento en cierto tipo de delitos, como los asaltos y la extorsión. Encontramos entre otros hallazgos, un perfil de los delincuentes: hombres con edades entre 18 y 25 años, que utilizan motocicletas y pistolas al delinquir. Algunas de las estrategias son importantes, como la cohesión social del comerciante en la colonia donde tiene su negocio. Como limitantes tuvimos la escasa participación de los comerciantes al regresar a aplicar entrevistas.

Fecha de recepción: 23 de octubre de 2025. Fecha de aceptación: 9 de diciembre de 2025. DOI: <https://doi.org/10.32870/eera.vi57.1265>

- 1 Profesor en el Departamento de Estudios Sociales de la Universidad de Guanajuato, México. Correo electrónico: ja.rodriguezgonzalez@ugto.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3409-1951>
- 2 Profesor en el Departamento de Estudios Sociales de la Universidad de Guanajuato, México. Correo electrónico: datagle@ugto.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6203-7429>
- 3 Profesora en el Departamento de Estudios Sociales de la Universidad de Guanajuato, México. Correo electrónico: jescavega@ugto.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8051-8998>
- 4 Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Correo electrónico: jacobo.herrera@uat.edu.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5621-6087>

Palabras clave: microempresas comerciales, estrategias empresariales, delincuencia.
Códigos JEL: A13, A14.

OWNERS OF SMALL BUSINESSES FACING CRIME IN LEÓN

Abstract

Crime is a social phenomenon that causes damage to the social fabric of the community. Numerous crimes occur, and some of them cause harm to family property and disrupt the economic activities of citizens. Among the business sectors that have been most affected are tortilla shops, grocery stores, butcher shops, tire repair shops, locksmiths, and prepared food stalls (especially taco stands), among others. In the present research the objective was to understand the business strategies of microentrepreneurs in the commercial sector (MEC) in response to insecurity in the neighborhoods of León. For this purpose, we conducted a survey based on a sample of 226 micro-commercial enterprises in the city of León de los Aldama. Among the results of the data collection, we noticed an increase in certain types of crimes, such as robberies and extortion. Amongst other findings, we identified a profile of the criminals: men aged between 18 and 25 years, who use motorcycles and pistols when committing crimes. Some of the strategies highlight the importance of the social cohesion of the merchant in the neighborhood where their business is located. As a limitation, we encountered low participation from merchants when we returned to conduct interviews.

Keywords: micro-commercial enterprises, business strategies, crime.

JEL Codes: A13, A14.

1. Introducción

El Instituto Nacional de Geografía y Estadística genera lo que denominan demografía de los negocios, bajo la premisa en que, de manera similar a las poblaciones humanas, las poblaciones de negocios también presentan eventos demográficos que es necesario describir, pues los negocios también nacen, mueren y sobreviven. Empero, a medida que los humanos tienen mayor edad su probabilidad de morir aumenta, mientras que, en las poblaciones de negocios, mientras más edad tiene un negocio, su probabilidad de muerte va disminuyendo.

La información para generar la demografía de los negocios se retoma de los Censos Económicos a partir de 1989. A través del año de inicio de actividades de cada negocio, se construyen generaciones y se verifica cuántos de ellos continúan vivos en el siguiente censo y cuántos murieron (INEGI, 2023).

Tabla 1
Proporciones a 49 meses y tasas mensuales de los establecimientos según nacimientos y muertes, por tamaño y sector de actividad económica de los establecimientos*

<i>Tamaño y sector de actividad económica de los establecimientos</i>	<i>Proporción a 49 meses</i>			<i>Tasa mensual</i>	
	<i>Establecimientos que nacieron</i>	<i>Establecimientos que murieron</i>	<i>Variación**</i>	<i>Establecimientos que nacieron</i>	<i>Establecimientos que murieron</i>
Estados Unidos Mexicanos	34.55	29.63	4.93	0.61	0.71
Micro	35.22	29.98	5.25	0.62	0.72
Pymes	15.75	19.81	- 4.06	0.30	0.45
Manufacturas	26.81	29.83	- 3.02	0.49	0.72
Comercio	33.41	27.45	5.97	0.59	0.65
Servicios privados no financieros	38.46	32.19	6.27	0.67	0.79

Fuente: Demografía de los negocios en México (INEGI, 2023).

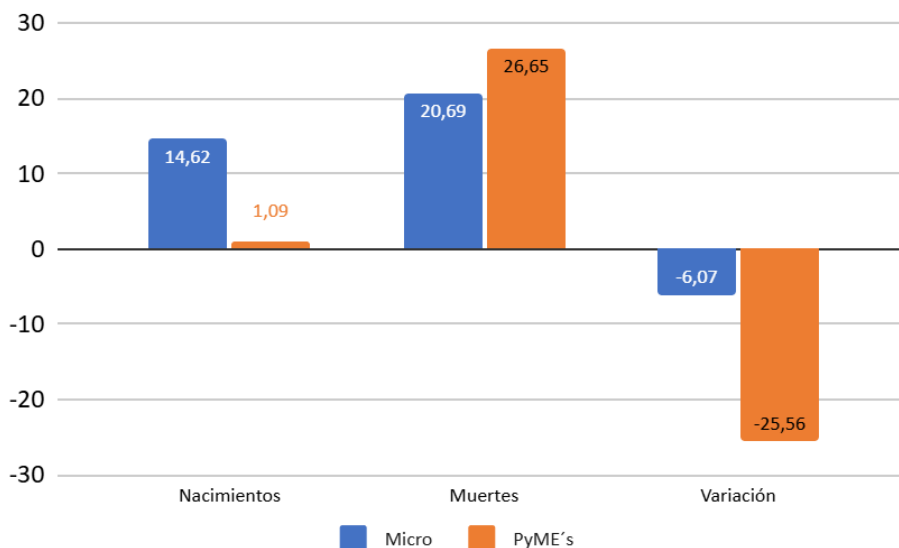
Nota: * La proporción se calcula respecto al número de establecimientos reportados por los Censos Económicos 2019.

** La variación es igual a la proporción de nacimientos menos la proporción de muertes.

Como se puede observar en la Tabla 1 generada por el INEGI, con referencia a nuestro tema de interés, las empresas comerciales son de las más vulnerables a desaparecer (con una tasa de defunción del 0.65).

Gráfica 1

Tasa mensual de nacimientos, muertes y crecimiento de los establecimientos comerciales en Guanajuato por tamaño del establecimiento



Fuente: Demografía de los negocios en México (INEGI, 2023).

Si bien es menor la tasa de crecimiento de las pymes en Guanajuato, las micro son más vulnerables ante la inseguridad, por lo que asumimos que esta variable incide no sólo en pérdidas económicas, sino en la incertidumbre de la sobrevivencia de los dueños de los negocios y sus familias. Esta investigación se desarrolló en el municipio más poblado y dinámico económicamente en Guanajuato, se enfocó en el municipio de León, en el cual se preguntó la percepción de inseguridad que tienen los empresarios propietarios de microempresas del sector comercial en su trabajo cotidiano en las colonias donde tienen su comercio.

En 2015 realizamos un primer acercamiento al alza en materia de delitos a empresas micro del sector comercial localizados en zonas habitacionales de León de los Aldama (en adelante León). Entre los hallazgos de ese primer estudio, los encuestados refirieron que, su percepción fue que la policía es de respuesta tardía, corrupta y poco confiable, aunque reconocieron que esas condiciones son en buena medida consecuencia de una plantilla insuficiente, mal equipamiento, malos pagos y mala capacitación para su tarea laboral. Sobre las estrategias empresariales⁵ de prevención,

5 Entendidas las “estrategias empresariales” como el papel y el uso de los recursos clave y las competencias básicas para mantener la ventaja competitiva de las empresas (Onufrey y Bergek, 2020), aunque en este caso, más que para elevar la competitividad, es para mantenerse en el mercado, son estrategias empresariales de sobrevivencia. (Rodríguez, 2024).

se enfocaron en esquemas de corte operativo, como alarmas, cámaras, rondas de vigilantes, entre otras, dejando poco espacio a emprender acciones desde la política estructural. Entre los delitos detectados en 2015, resaltaron los hurtos y los robos con violencia; no mencionaron la extorsión (Herrera, 2018).

El objetivo de esta investigación de seguimiento fue conocer las estrategias empresariales ante los principales delitos a los que se enfrentan actualmente estos microempresarios del sector comercial (MEC) en las colonias de León. Partimos de las siguientes preguntas: ¿cuál es la percepción de los MEC sobre la inseguridad en León? ¿Cuáles son los principales delitos que afectan a sus negocios? ¿Qué estrategias han implementado para hacer frente a dichos delitos? La hipótesis que asumimos es que los MEC no tienen como estrategia la denuncia ante los delitos que les afectan, especialmente ante la extorsión, sino que siguen implementando esquemas de corte operativo, como alarmas, cámaras, enrejado en puertas y ventanas, entre otras medidas de protección.

De acuerdo con Herrera et al. (2018), aproximadamente la mitad de los microcomercios⁶ ubicados en zonas marginadas y semimarginadas de León han sido víctimas de algún tipo de delito, y 17.6% ha experimentado asaltos con violencia. En contextos urbanos marcados por la criminalidad, los microcomerciantes han desarrollado diversas estrategias para afrontar los riesgos cotidianos y preservar la operación de sus negocios.

Imagen 1 *Comercios*



Fuente: archivo personal.

6 Se considerará a los microcomerciantes indistintamente como microempresarios comerciales a lo largo del artículo, para no hacer tan repetitiva la palabra.

Según Alejandro Arena Barroso, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO SERVYTUR) de León, las extorsiones aumentaron en la localidad en 197%, incluyendo la modalidad de cobro de cuota a pequeños comerciantes formales en León (Esqueda, 2024). Entre los giros comerciales que se han visto más afectados son: tortillerías, abarrotes, carnicerías, vulcanizadoras, cerrajerías, puestos de comida preparada (especialmente tacos), entre otros.

La metodología para la recolección de datos estuvo basada en una encuesta a microempresarios del sector comercial para conocer la percepción de los comerciantes sobre la inseguridad en la colonia donde tienen su negocio, así como cuáles son los principales delitos que consideran hay en la colonia y que afectan a su negocio, y cuáles son las estrategias que han implementado para hacer frente a dichos delitos.

Imagen 2 *Diversificación*



Fuente: archivo personal.

Este artículo está planteado en tres apartados: en el primero, se realiza un acercamiento a las categorías teóricas que servirán en la interpretación; en el segundo, se describe el diseño metodológico; los resultados y hallazgos están en el tercer apartado.

2. Cohesión vecinal, inseguridad y criminalidad

El comportamiento criminal regularmente es producto de un déficit en la contención social, que deja sin control los impulsos individuales para buscar más la satisfacción de las necesidades propias o del grupo de pertenencia (Herrera, 2018). La inseguridad no es sólo un problema delictivo, sino también estructural y social. De acuerdo con Muñoz (2018), el concepto del delito como conducta castigada por la ley con una

pena es un concepto puramente formal, que nada dice sobre los elementos que debe tener una conducta para ser castigada con una pena. Herrera (2019) menciona que la violencia estructural es importante en los estudios de los comerciantes, pues se presenta de inicio con acciones como la explotación, la segmentación, y culmina con la marginación-fragmentación (Herrera, 2019). Para Muñoz (2018), la sensibilidad victimológica de los comercios es un tema internacional, ante ello existen en el estado de la cuestión publicaciones que se refieren al tópico y en las que se ha llegado a estudiar la eficacia de algunas estrategias de prevención (Muñoz, 2018).

Villatoro et al. (1997) plantean que ante la débil o ineficaz respuesta de las autoridades, los comerciantes optan por determinadas estrategias, por soluciones autogestionadas. Éstas van desde la instalación de dispositivos de seguridad como cámaras, alarmas, rejas y vigilancia privada, hasta la creación de redes informales de apoyo entre vecinos y comerciantes. La decisión de tomar medidas preventivas se relaciona directamente con los recursos disponibles, la relevancia personal y el sentido de control (Villatoro et al., 1997).

González y Reyes (2019) proponen un modelo de cohesión vecinal para población mexicana basado en tres dimensiones: el sentido de comunidad —entendido como la pertenencia, el apoyo mutuo y el compromiso colectivo—; las relaciones vecinales —acciones concretas de cooperación, como el préstamo de objetos o ayuda en situaciones adversas—; y la atracción al vecindario —la disposición a permanecer en el lugar y valorarlo como propio—. Para Davidson y Cotter (1993), la cohesión vecinal es entendida como un apego fuerte que la gente puede experimentar hacia otros basándose en factores como dónde se vive, se trabaja o se va a la escuela, o con qué grupos se tiene cierta afiliación.

Para los microcomerciantes, contar con redes solidarias y una comunidad cohesionada puede convertirse en un escudo social frente a la violencia, ya que fomenta la vigilancia natural, el flujo de información sobre riesgos y el apoyo ante emergencias.

Jasso (2013) señala que la percepción de inseguridad es el resultado de un juicio subjetivo sobre la posibilidad de ser víctima, basado en conocimientos previos, rutinas diarias y la interacción con el entorno social. Esta percepción se intensifica en contextos con baja cobertura policial, infraestructura deficiente —como falta de alumbrado, pavimentación o vigilancia— y presencia de pandillas o grupos delictivos, los cuales generan un entorno de constante vulnerabilidad. Los empresarios sufren de estos delitos, así que deben implementar algunas estrategias.

Cabe señalar que desde una postura sociológica, Simmel (1988) refiere que el crecimiento exponencial de las ciudades genera una pérdida importante de la cohesión social y una pérdida de arraigo que debilita la empatía social, facilitando el daño al prójimo en un espacio en el que en muchos puntos el sujeto se siente anónimo y desapegado (Simmel, 1988). Esto es importante para los microempresarios, pues en las colonias donde se aplicaron los cuestionarios, la percepción sobre la inseguridad de los comerciantes de la periferia urbana era mayor que la de las colonias menos alejadas del centro histórico.

3. Estrategia metodológica

El estudio fue no experimental y transversal bajo un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo y correlacional, que buscó analizar estadísticamente la percepción de inseguridad, la cohesión vecinal y las estrategias de protección en microcomerciantes. Se utilizó un muestreo no probabilístico, seleccionando microcomerciantes ubicados en la ciudad de León de los Aldama, Guanajuato. A partir de los datos del DENUe del INEGI, en el cual al 14 de mayo de 2025 dio un total de 31,510 microempresas de la Rama Comercios al por menor en León (DENUE, 2025).

Para la recolección de los datos se realizó una encuesta, la cual fue dirigida a microcomercios. La encuesta se compuso de cinco ítems: datos generales del encuestado, datos comerciales de su microempresa, delitos y riesgos, estrategias ante la inseguridad, y uno sobre la cohesión social. El instrumento se aplicó entre abril y agosto de 2025 a 229 microcomerciantes de diversas colonias de León, de quienes 13 se negaron a responder, así que el análisis y sistematización de la información fue de 216 cuestionarios. Para la aplicación participaron dos becarias del “Verano de la ciencia UG”, estudiantes de la Licenciatura en Psicología de la Universidad de Guanajuato⁷, y seis prestadores de servicio social, tres de la Licenciatura de Ciencia Política y Administración Pública, y tres de la Licenciatura en Desarrollo y Gestión del Territorio. Algo que fue prioritario en la aplicación de los cuestionarios por parte de las y los estudiantes es que fuesen aplicadas en MEC cercanas a su domicilio o donde tuvieran redes sociales de apoyo comunitario que les permitieran reconocer el más mínimo riesgo a su seguridad.

El muestreo aleatorio simple para población conocida:

$$n = Z^2 * p * q * N / (N-1) * e^2 + Z^2 * p * q$$

Donde:

n = tamaño de la muestra (380).

N = tamaño de la población (31,510).

Z = nivel de confianza (95%).

p = proporción estimada de la población con una característica específica (0.5).

q = proporción estimada de que la población no tiene una característica específica (1-p).

e = margen de error (+/-5%).

Considerando un universo de 31,510 microempresas de la rama “Comercios al por menor” en León (DENUE, 2025), a través de la técnica de muestreo, con un nivel de confianza del 95%, una desviación estándar de 0.5 y un margen de error (intervalo de

7 Agradecemos a Jennifer Monserrat Sánchez y Karla Yolanda Chávez su importante participación como becarias en el verano de investigación 2025. Así como a los prestadores de servicio social por su apoyo en la aplicación de los cuestionarios: Luis Francisco Trujillo, Emilio Alejandro Estrada, Evelin Joana Flores, Erick Napoleón Lara, Adriana Hortensia Guzmán y Mariela Michelle Peyro.

confianza) de $\pm 5\%$, la muestra fue de 380 cuestionarios. Pero debido a lo sensible del tema investigado, cerramos la aplicación con 226 cuestionarios. El cuestionario se diseñó en la aplicación Forms, para que los entrevistadores pudieran aplicarlo desde su dispositivo móvil de manera ágil, obteniendo los resultados descritos en el siguiente apartado.

La recolección de datos se realizó presencialmente en zonas conocidas por los encuestadores, con apoyo de formularios digitales. Se explicó a los participantes el anonimato y fines académicos de la investigación. Se priorizó la seguridad de los encuestadores en todo momento. Se garantizó el anonimato y la confidencialidad de los datos. Los participantes fueron informados de su derecho a no responder o retirarse. No se recopilaban datos personales identificables. Los datos se procesaron mediante análisis estadísticos descriptivos, correlacionales y comparativos utilizando *software* como SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y Jamovi, obteniendo los resultados presentados en el siguiente apartado.

Fórmula de la correlación de Spearman (ρ):

$$\rho = 1 - [6 \times \Sigma (d_i^2)] / [n (n^2 - 1)]$$

Donde:

ρ (rho) = coeficiente de correlación de Spearman.

d_i = diferencia entre los rangos de cada par de datos.

d_i^2 = el cuadrado de esa diferencia.

$\Sigma(d_i^2)$ = suma de todos los cuadrados de las diferencias de rangos.

n = número total de pares de datos.

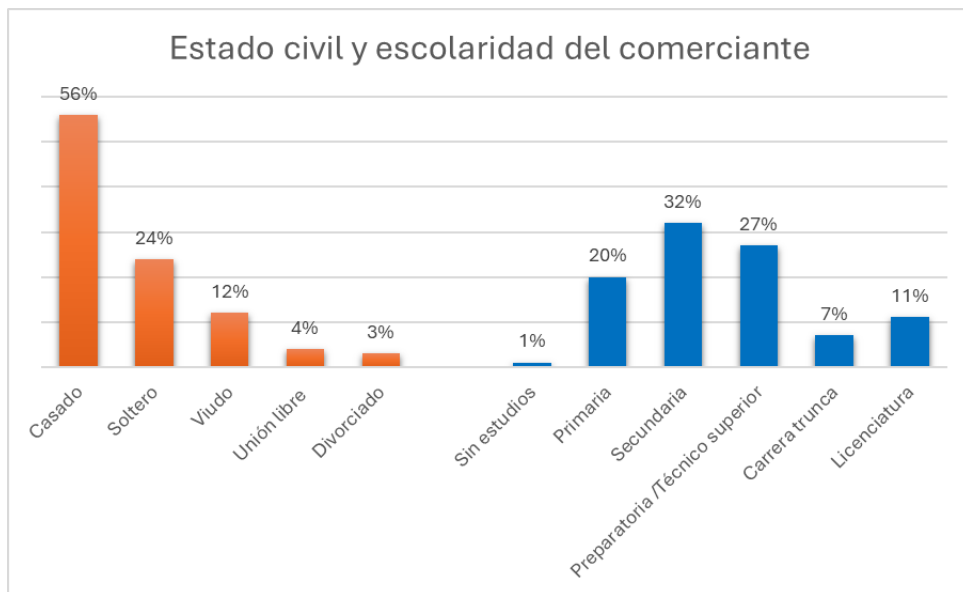
Asimismo, se incorporó la noción de perfilación inductiva (Douglas et al., 2006) para poder, con la información colectada, establecer patrones de actuación de los delincuentes, incluyendo en ello el tipo de delito que cometen en contra de los comerciantes, el sexo de los comisores, los vehículos o medios de llegada-escape empleados, así como los medios coercitivos a los que recurren para lograr sus ilícitos. En adhesión a lo anterior, una buena colecta de datos de campo posibilitaría la conformación de perfiles geográficos, que en complemento a las perfilaciones inductivas facilitan identificar zonas criminógenas, rutas, características territoriales y elementos facilitadores de los delitos (Rossmo y Summers, 2015).

A partir de la sistematización en SPSS de los estadísticos descritos, se obtuvieron los siguientes resultados.

4. Resultados y hallazgos

Para el estudio fueron importantes los datos generales del comerciante, como lugar de nacimiento, escolaridad, estado civil y si vive en la colonia donde tiene su empresa. Esto nos dio una idea tanto para los datos de cohesión social, como de riesgo distal.

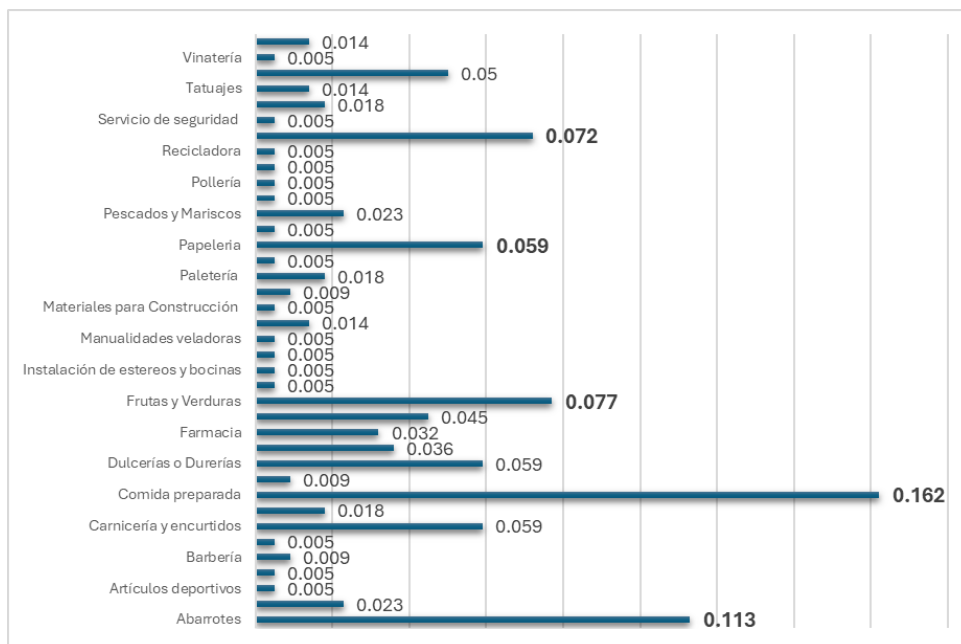
Gráfica 2
Datos generales del comerciante



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Como se observa en la gráfica anterior, el 76% de los comerciantes nació en León, de quienes el 70% vive en la colonia donde tiene su comercio, así que conoce tanto a los vecinos como las reglas y redes que se tienen en dicha delimitación geográfica. Con referencia a su estado civil, el 56% mencionó ser casado, seguido del 24% solteros. Entre los datos obtenidos tenemos su escolaridad, siendo la secundaria la que mayor número de respuestas tuvo (32%), seguida de la preparatoria y/o técnico superior (27%) y primaria con el 20% de las respuestas. En términos de edad, los rangos predominantes fueron de 33 a 44 años (19.4%), seguidos por el grupo de 45 a 54 años (23.1%).

Gráfica 3
Giro de la microempresa

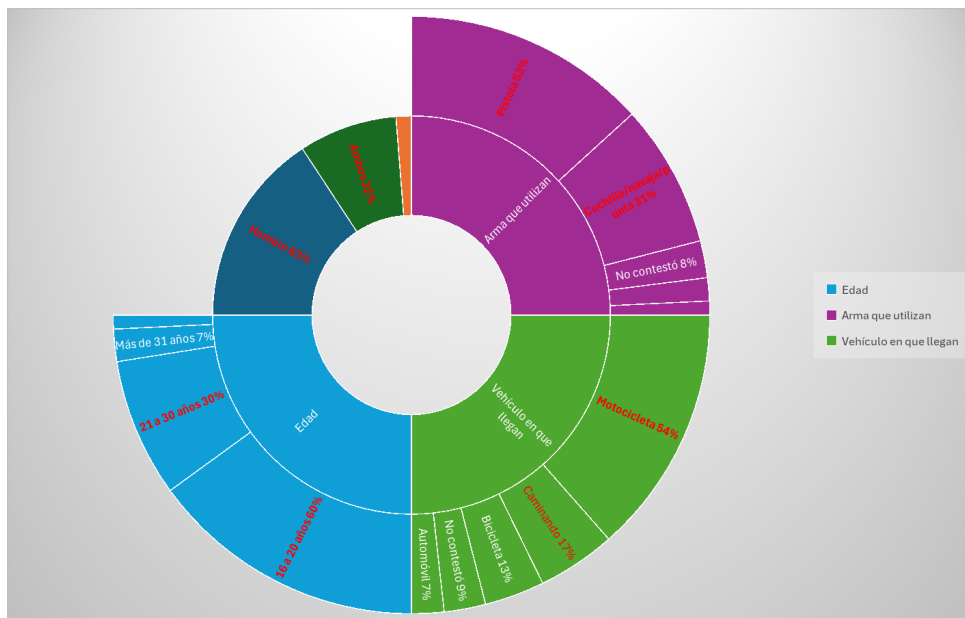


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

La mayoría de los respondientes se dedica a la venta de comida preparada (16%), lo cual corresponde a la venta de tacos y quesadillas, seguido de las tiendas de abarrotes (11%), las cuales a pesar de la instalación de supermercados y tiendas de conveniencia (oxo principalmente), siguen funcionando para la proveeduría de los hogares en las colonias de León. Otros comercios importantes son los dedicados a la venta de perecederos, como las fruterías (8%), carnicerías (6%), tortillerías (6%), papelerías (7%) y, finalmente, tiendas de ropa y calzado (6%), ferreterías (4.5%), estéticas o barberías (3.6%), farmacias (3.2%), talleres mecánicos (1.8%), vulcanizadoras (1.4%), venta de consumibles para computadora (1.4%) y tatuajes (1.4%), entre otros. El 5.9% de los entrevistados se negó a contestar, notándose evasivos y nerviosos.

También se preguntaron las características de los delincuentes, las cuales son importantes debido al número y tipo de delitos que tienen incidencia hacia los comercios y comerciantes en las colonias en León.

Gráfica 4
Características de los delincuentes



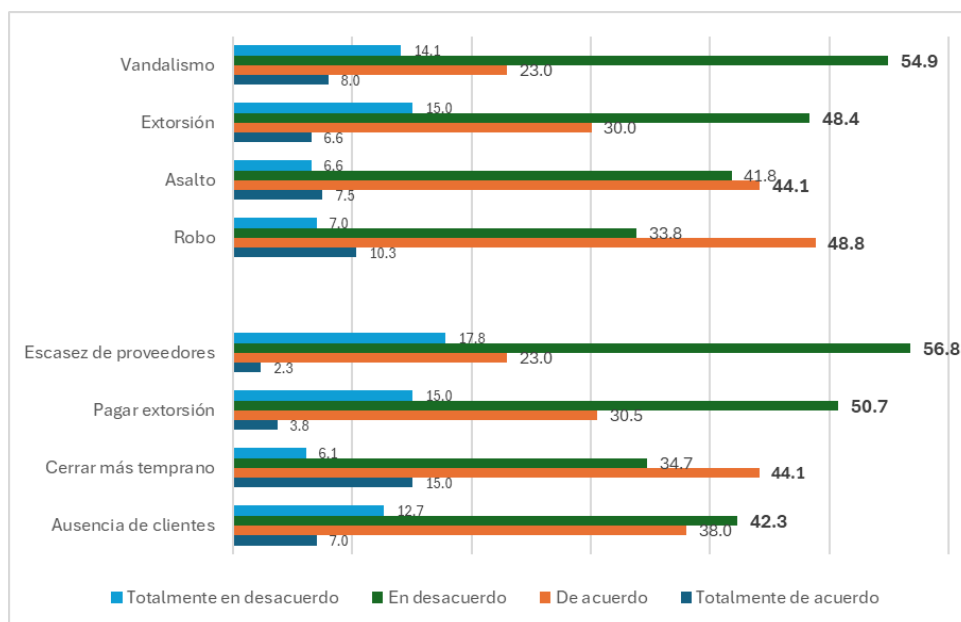
Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Nota: el sector de la gráfica que es de color naranja [que se encuentra a la derecha de la sección “Ambos”] representa el apartado Mujer (5%).

Los comerciantes contestaron que la mayoría de los delincuentes son hombres (63%), en edades que fluctúan entre los 16 a 20 años (60%), que llegan en motocicleta (54%) y los amagan porque vienen armados con pistola (53%). Las mujeres realizan robos sin violencia, llegan caminando y no muestran armas.

Con referencia a los delitos de los que pueden ser víctimas, preguntamos sobre robo, asalto, extorsión y vandalización, pues son los que en la prueba piloto los comerciantes mencionaron como los más comunes. A partir de ello, las respuestas estuvieron basadas en cuatro opciones: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo, obteniéndose los siguientes resultados.

Gráfica 5
Principales delitos y consecuencias del delito (%)



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

En la Gráfica 5 observamos que el 23% cree que su negocio puede ser vandalizado, el 30% considera que el comerciante puede ser extorsionado (pero el 51% mencionó que pagaría a los extorsionadores en caso de ser amenazados); el 44% contestó que se sienten vulnerables ante los asaltos y el 49% ante un robo. Entre las principales consecuencias al sufrir alguno de estos delitos, está: cerrar más temprano (44%), la ausencia de clientes (38%), pagar cobro de piso (30.5%) y que los proveedores escaseen (23%).

En el instrumento se incluyeron reactivos sobre el factor riesgo distal de la escala de percepción de inseguridad social (Villatoro, 1997)⁸. Antes de realizar los análisis de correlación, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk a las variables de interés y dado que no presentaron una distribución normal ($p < .05$), se utilizó la correlación de Spearman para analizar las relaciones entre variables.

8 Para Nolen-Hoeksema y Watkins (2011), son varios los factores de riesgo distal, entre los que podemos considerar para esta investigación están las experiencias o características que generalmente son independientes de cualquier acción del individuo, básicamente le “suceden” a un individuo, y preparan el escenario para los factores de riesgo proximales o mediadores (Nolen-Hoeksema & Watkins, 2011).

Tabla 2
Correlación entre las variables del estudio

		<i>rd</i>	<i>cv</i>	<i>vd</i>	<i>ci</i>
Riesgo distal (rd)	<i>Rho</i>	—	-0.421	0.447	0.472
	<i>p</i>	—	.000	.000	.000
	<i>n</i>	—	216	216	216
Cohesión vecinal (cv)	<i>Rho</i>	-0.421	—	-0.350	-0.410
	<i>p</i>	.000	—	.000	.000
	<i>n</i>	216	—	216	216
Víctima delitos (vd)	<i>Rho</i>	0.447	-0.350	—	0.651
	<i>p</i>	.000	.000	—	.000
	<i>n</i>	216	216	—	216
Consecuencias inseguridad (ci)	<i>Rho</i>	0.472	-0.410	0.651	—
	<i>p</i>	.000	.000	.000	—
	<i>n</i>	216	216	216	—

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Nota 1: la correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Nota 2: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

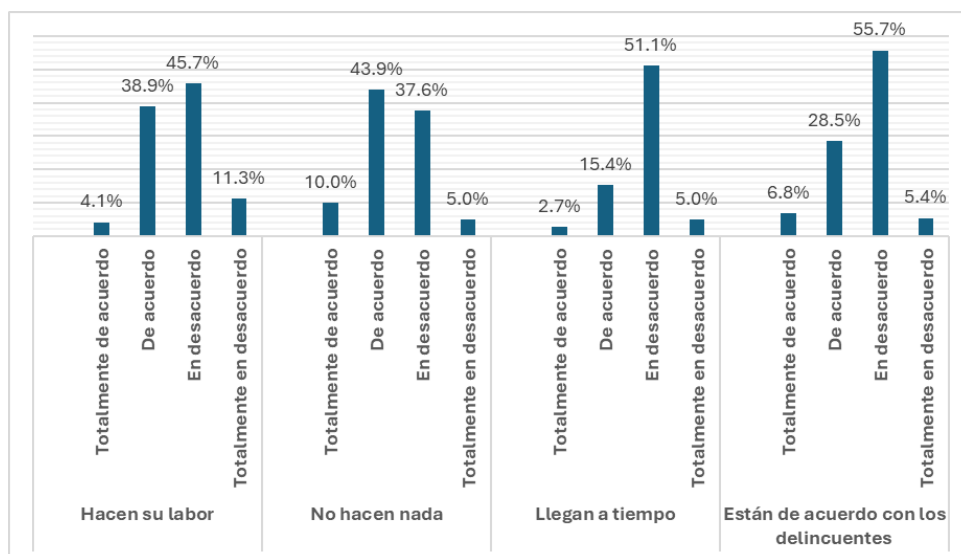
De acuerdo con los resultados, las correlaciones más destacables son la relación positiva entre la posibilidad de ser víctima de algún delito y las consecuencias de la inseguridad sobre la operación del negocio, como la hora del cierre, junto con la relación positiva entre estas mismas y el riesgo percibido en la zona donde se ubican los negocios. Afirmaciones como “Mi colonia es peligrosa”, “Hay muchos delincuentes donde está mi negocio”, “Es peligroso andar por la noche en mi colonia” o “Hay poca vigilancia en mi colonia” permitieron identificar cómo los comerciantes perciben su contexto cotidiano en términos de riesgo, miedo y vulnerabilidad.

Por último, se realizó una prueba de Kruskal-Wallis para encontrar diferencias entre las variables de riesgo distal y cohesión vecinal de acuerdo con la antigüedad de los negocios. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas en ambas variables. Para ubicar a los grupos que diferían, se revisaron las medias de cada variable. En el caso de riesgo distal se encontraron diferencias entre los grupos de 4 a 5 años ($M = 22.81$) y más de 5 años ($M = 21.59$); de igual manera, con la cohesión vecinal se encontraron diferencias entre los grupos de 4 a 5 años ($M = 34.59$) y más de 5 años ($M = 40.77$). Esto quiere decir que las personas que tienen un mayor tiempo en la zona donde opera su negocio pueden percibir un menor riesgo y una mayor cohesión con sus vecinos, en comparación con los que llevan menos tiempo (González, 2019).

Asimismo, se integraron preguntas específicas sobre la probabilidad de delitos sufridos, tales como robo, asalto, extorsión o amenazas, así como las consecuencias de la inseguridad sobre las ventas, el horario de operación y la relación con los proveedores. Se exploró si los comerciantes han solicitado apoyo de las autoridades, su percepción sobre el comportamiento de la policía, así como las razones para no hacerlo, todas

éstas con cuatro opciones de respuesta en formato Likert, que van de “totalmente de acuerdo” a “totalmente en desacuerdo”.

Gráfica 6
Percepción sobre el comportamiento de las autoridades (%)



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Si bien la percepción de los comerciantes sobre la labor de los agentes de seguridad es negativa (46% opina que no realizan su labor y el 44% considera que no hacen nada), al preguntárseles si consideran que estén coludidos con la delincuencia, 56% está en desacuerdo con dicha aseveración, lo que haría pensar que no están conformes con su labor y la prestancia para atender el llamado que realizan ante un delito (51% aludió que no llegan a tiempo), pero no los consideran miembros de la delincuencia.

Todo lo anterior permitió obtener una visión integral del fenómeno, considerando tanto la experiencia objetiva como la percepción subjetiva de inseguridad, y su relación con las dinámicas comunitarias en contextos urbanos de alta vulnerabilidad.

5. Conclusiones

La inseguridad no sólo tiene consecuencias materiales, sino también emocionales. El miedo, el estrés, la frustración y la incertidumbre forman parte del día a día de los comerciantes, quienes enfrentan decisiones difíciles como invertir en seguridad o cerrar su negocio. El uso de alarmas o rejas no necesariamente reduce la incidencia de delitos, mientras que la videovigilancia puede ser percibida como una medida insuficiente

o incluso invasiva si no está regulada. Para nuestro caso de estudio lo que más utilizan los comerciantes ante la inseguridad son las rejas en puertas y ventanas; incluso está normalizado el enrejado encima de los mostradores y/o ventanas donde se expenden los productos (como tortillerías, abarrotes, farmacias o expendios de ventas de alcohol principalmente) o comercios en los que se presta algún servicio (como barberías, estéticas, dentistas, vulcanizadoras, entre otros), especialmente en las colonias más inseguras. En colonias menos inseguras es normal ver autoservicios con cámaras de videovigilancia, puertas de cristal, entre otros. Algo que nos comentaron es que donde más se cometen delitos, especialmente asaltos, es en la calle principal de la colonia, “pues rápido se desaparecen en sus motos, en las calles pequeñas hay muchos obstáculos o vigilancia por los propios vecinos o comerciantes. Muchos de los propietarios de los comercios de calles principales no son de la colonia, viven en otro lado y a veces ni conviven con uno” (E1); lo cual fortalece el supuesto de la cohesión vecinal como factor protector fundamental (González, 2019).

Con las respuestas de los encuestados se vislumbra como posible la conformación de perfiles delictivos de tipo inductivo (Douglas et al., 2006), así como geográficos (Rossmo y Summers, 2015), los cuales podrán servir para establecer estrategias preventivas focalizadas sobre las bases sociales de los lugares detectados en riesgo, así como con la identificación de patrones dinámicos de las transgresiones, lo que contribuiría al uso de estrategias puntuales por encima de aquellas que son genéricas en la búsqueda de la consecución y mantenimiento de la seguridad pública.

Las relaciones vecinales de forma cooperativa con conductas de interacción, ayudan a crear lazos afectivos basados en la confianza y el cuidado mutuo. El hecho de haber nacido y vivido en el vecindario genera un cerco de atracción al vecindario, lo que contiene a los delincuentes, especialmente cuando se trata de delitos menores (robos y pinta de bardas), que muchas veces son perpetrados por jóvenes que los comerciantes reconocen que son del barrio: “esos chamacos se fueron por la fácil, andan en pandillas, y casi siempre roban los negocios de los comerciantes que no viven en la colonia” (E3). Muchos comerciantes encuestados priorizan los lazos comunitarios y la acción colectiva como formas cotidianas de resistencia, aun sabiendo que éstas pueden no ser completamente efectivas. Como señala Jasso (2013), representan una estrategia de supervivencia. Varios de los encuestados no quisieron ser entrevistados, pues temen que lo expuesto sea motivo de represalias, aun cuando en la encuesta respondieron que no existe la extorsión en los comercios de su colonia (E2). Algunos dijeron conocer comercios cercanos a los que han asaltado en más de dos ocasiones e incluso les piden dinero para seguir trabajando, pero no externaron cuáles son en específico, ni reconocen a los delincuentes como vecinos de la colonia.

Esta realidad exige políticas públicas que no se limiten a lo punitivo, sino que contemplen la prevención, el fortalecimiento comunitario y el reconocimiento del papel de los microempresarios como actores fundamentales en la dinámica económica del entorno micro; uno de los entrevistados comentó:

antes venía el policía dos veces al día por la firma; nos daba a firmar un documento en el que estábamos de acuerdo en que hizo rondín en la mañana y en la noche. Desde hace dos años ya no hacen eso, muy contadas veces uno ve pasar la patrulla, pero ni se acercan a preguntar cómo estamos. Lo que sí, es que cuando reportamos algún asalto, llegan en 10 o 15 minutos; pero ya no es como antes, que conocíamos a los policías que venían por la firma, ahora ni se sabe quién es, cada vez pasan diferentes. (E5)

Esta estrategia de proximidad les parece más adecuada y, a decir de algunos entrevistados, les generaba mayor confianza y percepción de seguridad. En el trabajo de campo algo que captamos fue el miedo, no sólo a responder nuestra encuesta o participar en las entrevistas, sino que al aplicarlas veían sobre nuestro hombro recurrentemente y en más de una ocasión nos dijeron “ya mejor váyase”; eso lo notamos cuando veíamos pasar en repetidas ocasiones cierto vehículo por la calle o persona por la acera.

Los resultados y hallazgos de este estudio permitirán en próximas investigaciones incursionar sobre la percepción de otros actores, como los clientes de las microempresas comerciales, las autoridades y su respuesta a las necesidades e inquietudes de los microempresarios y clientes; e incluir otros indicadores que abonen en la explicación del cierre de microempresas, como la inflación, escasos apoyos financieros para mantener sus negocios, el número de denuncias que fueron cumplimentadas, entre otros.

Bibliografía

- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1993). Psychological sense of community and support for public school taxes. *American Journal of Community Psychology*, 21(1), 59-66. <https://doi.org/10.1007/bf00938207>
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE]. (2025). Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). <https://www.inegi.org.mx/temas/directorio/>
- Douglas, J. E., Burgess, A. W., Burgess, A. G., & Ressler, R. K. (2006). *Crime classification manual: A standard system of investigating and classifying violent crimes*. Jossey-Bass/Wiley. Crime classification manual: A standard system of investigating and classifying violent crimes, 2nd ed.
- Esqueda, C. (2024). Canaco alerta por “cobros de piso” a comerciantes de León. *Periódico El Correo*. [Recuperado el 20 de enero de 2025]. <https://periodico-correo.com.mx/leon/canaco-alerta-por-cobros-de-piso-a-comerciantes-de-leon-20240307-94070.html>
- González, F. y Reyes, L. (2019). Validación de un instrumento de cohesión vecinal para la Ciudad de México. *Acta de Investigación Psicológica*, 9(1), 86-97. <https://doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2019.1.08>
- Herrera, J., Vega, J. y Rodríguez, J. A. (2018). Estrategias de afrontamiento a la criminalidad por microcomerciantes de León (Guanajuato, México): ¿Indicador de

- cohesión o falla de la política criminal? *Revista Derecho y Cambio Social*. <http://www.derechoycambiosocial.com>
- Herrera, J. y Aguirre, L. (2019). Criminología cultural. Violencia estructural, cultura y religión. Visión desde el análisis funcional de la conducta en una zona de pandillas de León, Guanajuato. *Archivos de Criminología, Seguridad Privada y Criminalística*, 7(23), 30-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7046410>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). *Nota sobre los indicadores de la Demografía de los Negocios*. Demografía de los Negocios (DN) 2019-2023
- Jasso, C. (2013). Percepción de inseguridad en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (15), 13-29. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112013000200013&lng=es&tlng=es
- Muñoz, F. (2018). *Teoría general del delito*. Editorial Temis. [Recuperado el 5 de febrero de 2025] <https://drive.google.com/file/d/1ixiwtualihhwiad-hkVbVOarb-9Gv2Q5T/view>
- Nolen-Hoeksema, S., & Watkins, E. (2011). A heuristic for developing transdiagnostic models of psychopathology, explaining multifinality and divergent trajectories. *Perspectives on Psychological Science*, 6, 589-609. <http://dx.doi.org/10.1177/1745691611419672>
- Onufrey, K., & Bergek, A. (2020). Transformation in a mature industry: The role of business and innovation strategies. *Technovation*. <https://doiW.org/10.1016/j.technovation.2020.102190>
- Rodríguez, J. A., Ordaz, M., Tagle, D. y Caldera, A. (2024). Economía informal en León, Guanajuato. El caso de los tianguistas. *Expresión Económica*, (52). <https://doi.org/10.32870/eera.vi52.1107>
- Rossmo, D. K. y Summers, L. (2015). El perfil geográfico en la investigación criminal. *International e-Journal of Criminal Science*, (9), 1-24. [Recuperado el 20 de octubre de 2025]. https://www.researchgate.net/publication/281296081_El_Perfil_Geografico_en_la_Investigacion_Criminal
- Simmel, G. (1988). La metrópolis y la vida mental. En M. Bassols. (Comp.). *Antología de sociología urbana* (pp. 47-61). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Villatoro, J., Domenech, M., Medina-Mora, M., Fleiz, C. y Fresán, A. (1997). Percepción de la inseguridad social y su relación con el uso de drogas. *Revista mexicana de psicología*, 14(2), 105-112.