

Inseguridad en México

Fernando Miño

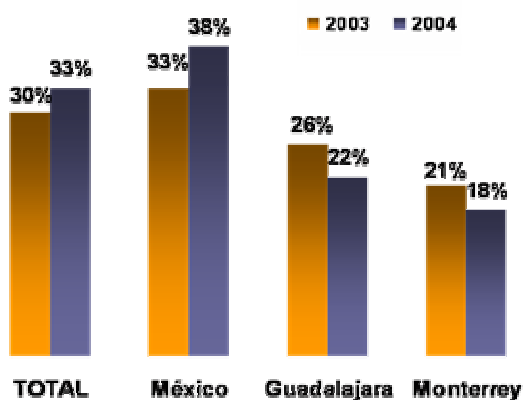
fmino@merc.com.mx

◆ ¿En realidad existen incentivos a dejar el crimen?

■ ¿Es el gasto en el cuerpo policial la única alternativa para frenar la inseguridad?

Desde un punto de vista económico el realizar un crimen dependerá, grosso modo, de los beneficios que se espera obtener del ilícito, menos los costos que se requieren para realizar el acto delictivo y la probabilidad de ser atrapado. Este modelo formulado por Gary S. Becker, aunque pareciera un tanto sencillo para explicar la complejidad del fenómeno, será de gran ayuda para tratar de analizar el caso de inseguridad en México; y más importante aún, si las acciones encaminadas a eliminar este mal son las correctas.

Como punto de partida podemos observar la trayectoria ascendente de las personas que han sufrido al menos un acto delictivo comparando los años de 2003 y 2004.



Podemos observar que entre 2003 y 2004 existió un pequeño incremento en el porcentaje de la población que sufrió al menos un acto delictivo. Sin embargo, la cifra se vuelve más ácida si realizamos el análisis por ciudad ya que en el caso de la ciudad de México, donde el incremento de las personas que

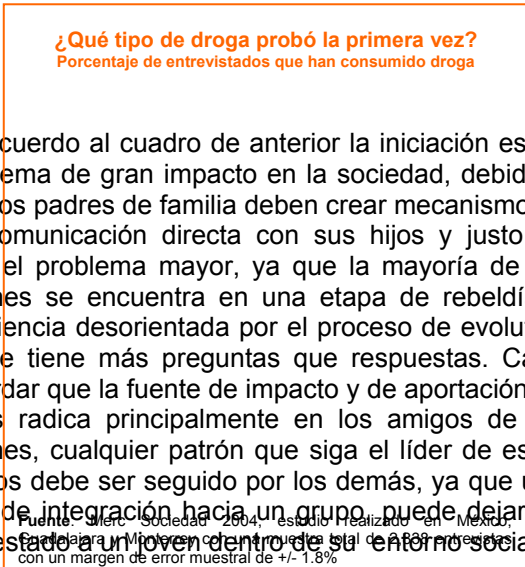
han sufrido al menos de un acto delictivo es significativo aumentando de 33% a un 38%; contrario a lo observado en las ciudades de Guadalajara y Monterrey, las cuales presentan pequeños descensos en este indicador.

La cita de inicio de este escrito de Xavier Velasco refleja el conflicto cotidiano que tiene un joven envuelto en el devenir adictivo, reflejando la falta de conciencia real ante su formación individual en la búsqueda continua de crear su mismidad, de esta manera el conflicto de diferenciación que existe entre él y su grupo social se centra en dos características: "seguir como los demás lo hacen" o "ser auténtico". Justo esta falta de elementos de creación personal conllevan a la adopción de escapes ante esta "tensión de formación", es decir que algunos jóvenes esquivan la realidad de su etapa mediante salidas instantáneas que retardan el proceso de formación como individuo, de esta manera las drogas son un canal de encauzamiento para escapar a sus problemas recurrentes.

Aquellos jóvenes que tomaron la decisión de escapar a sus problemas mediante las drogas tienen que decidir por el estupefaciente a consumir dentro de la gama existente de productos. De esta forma tomando como referencia el estudio de MERC SOCIEDAD* se encuentra que siete de cada diez individuos que inician el consumo de drogas lo hacen probando marihuana, mientras dos de cada diez lo hacen con cocaína (gráfica inferior). De tal forma que esta iniciación se realiza, en la mayoría de los casos, con drogas menos dañinas, sin embargo el riesgo de quedar atrapado en las adicciones es diametralmente diferente entre los rangos de edad, ya que una persona que se encuentra en la etapa evolutiva entre la niñez y la

adolescencia corre un riesgo mayor de no dimensionar los daños causados por ese tipo de productos.

Gráfico 1



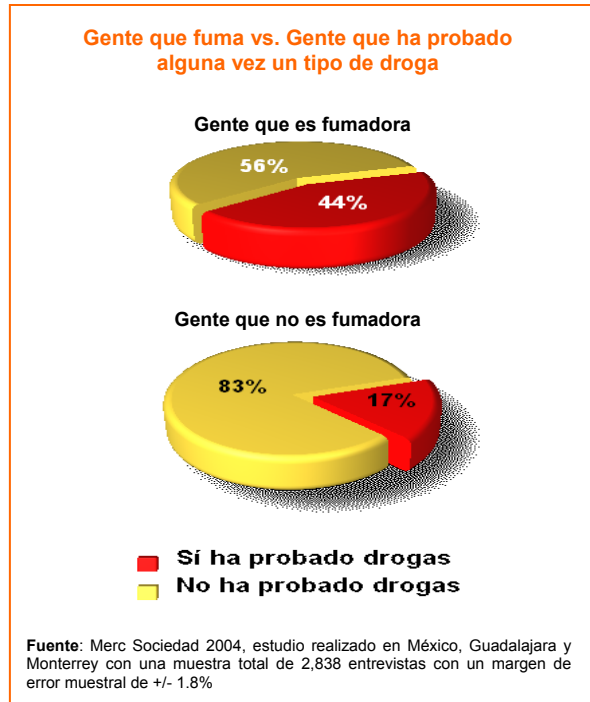
Las artimañas de las malas compañías son el enemigo a vencer por parte de los padres y junto con estos últimos, el proyecto de educación por parte de las escuelas y colegios debe tener el compromiso de otorgar información a los jóvenes sobre los problemas principales a los que se confrontan. La drogadicción es uno de los problemas al cual no deben estar con los ojos vendados, por el contrario es necesaria la participación continua y dinámica de los jóvenes para ejercer su derecho de libertad y de conciencia responsable de su entorno.

Probar la marihuana en el periodo de iniciación se funda en tres principales aspectos: la facilidad de conseguirla, curiosidad y el daño menor por fumarla, y finalmente cuando la prueba se transforma en adicción, el precio. La facilidad de conseguir marihuana es mayor que cualquier otra droga debido a que es un producto recurrente entre los jóvenes, desgraciadamente los distribuidores están pendiente de las necesidades de su mercado y para atraer a un nuevo consumidor la marihuana es el eslabón perfecto para crear un cliente periódico y posteriormente un adicto. Los distribuidores penetran los grupos sociales para dar a probar en la mayoría de los casos las muestras gratuitas que posteriormente se cobran con el consumo adoptado.

La curiosidad es un motor imprescindible en esta industria y cuando existe esta necesidad entre los

jóvenes, el consumir una droga menos fuerte o menos dañina es un atractivo para el adicto. De esta manera se presenta un dato revelador, ya que si bien es cierto que los individuos fumadores consumen un tipo de droga socialmente y legalmente permitida, es más probable que ellos consuman algún tipo de droga. El cuadro siguiente nos explica la situación:

Gráfico 2



De acuerdo al cuadro de arriba, cerca de la mitad de los fumadores han probado drogas en alguna ocasión, mientras que para las personas que no son fumadoras sólo el 17%. De esta forma confirmamos que la curiosidad o, en este caso, el hábito del tabaco puede desarrollar un interés por consumir otro producto que tiene el mismo mecanismo que el tabaquismo.

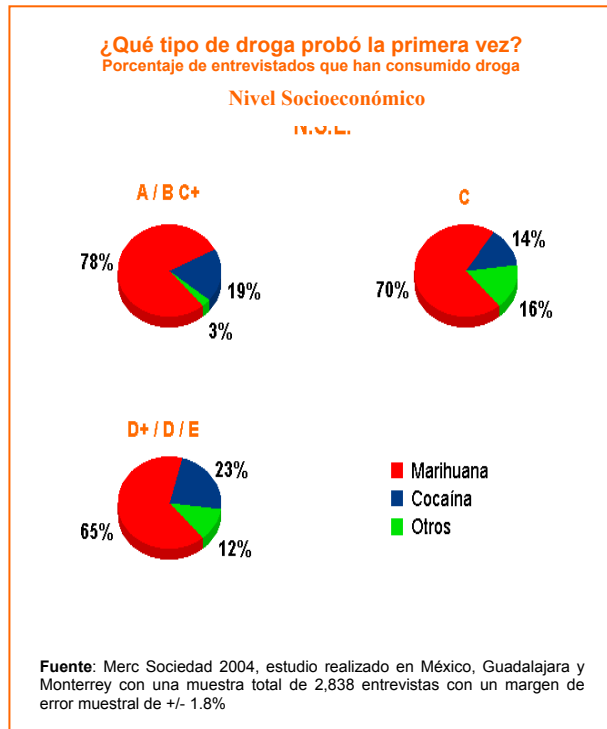
Por último el precio de la marihuana es visiblemente menor que cualquier otra droga dura y haciendo referencia a los jóvenes que se encuentran estudiando y con poco circulante en los bolsillos, encontrar estos medios de escape a un precio razonable es un detonador de una adicción en potencia. De esta manera podríamos decir que por precio y por volumen de población, los niveles socioeconómicos más bajos tienen una mayor

propensión a consumir marihuana por primera vez, debido al precio; sin embargo los datos son reveladores:

NOTA METODOLÓGICA

La presente gaceta es una publicación mensual emitida por la División Consumo y Servicio. Para mayor información sobre el tema, favor de escribir a fmino@merc.com.mx o al teléfono 9138-3800. * El estudio se aplicó a un total de 2,317 individuos en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey con un margen de error muestral de +/- 2.04 %. El segmento entrevistado estuvo compuesto por hombres y mujeres. Las respuestas fueron de carácter anónimo.

Gráfico 3



El gráfico indica que el nivel socioeconómico que prueba por primera vez con mayor frecuencia la marihuana es el A/B/C+ con un 78% que comparado con el nivel D+/D/E es mayor en 13 puntos. La gente de nivel alto tiene mayor curiosidad por probar este tipo de droga. Sin embargo, se encuentra un dato importante en este cuadro en cuanto a probar cocaína, el nivel D+/D/E es más propenso a consumir por primera vez este tipo de producto que cualquier otro nivel con un 23%. Esto se debe en gran medida a que la cocaína está bajando su precio debido a que el proceso de producción se está volviendo más demandante y ante este hecho las materias primas son de peor calidad, ya que en estos productos se pueden encontrar cemento, cal, carbón, pastillas caducas, entre otras. De esta manera los niveles bajos pueden acceder a productos “suspuestamente” mejores que la marihuana.

Es alarmante que haya en el mercado este tipo de productos y que la gente que los consume piense que son “productos puros” al no existir estándares de calidad, la utilización de métodos tradicionales para la fabricación de estas drogas atrae otro problema más a la gama de la cadena: la creación de drogas caseras hechas con cementos, thinner, aguarrás, insecticida, etc. Que dañan, tal vez de peor manera al sistema nervioso e inmunológico de los adictos.

Esta industria clandestina ha robado vidas en gran magnitud tanto con las personas que se necesitan eliminar para tener oculto el “secreto a voces” en el narcotráfico como aquellas que se perdieron en la adicción. Desgraciadamente no hay poder judicial que termine con este mal mundial y más aún cuando policías, judiciales y militares se encuentran inmiscuidos en estos negocios. La acción radica principalmente en la prevención de estos hechos en el núcleo familiar, donde no pueda colapsarse mediante corrupción lazos de fraternidad para frenar estas prácticas bajas y carentes de ética. Mediante el diálogo y la comunicación entre los integrantes de las familias se puede lograr que el conocimiento activo y consiente triunfe ante la ignorancia y la bajeza de los distribuidores que crean del consumo gratuito, cadenas adictivas de sueños trancos. La responsabilidad es de todos tanto por denunciar como de informar las consecuencias de este devenir adictivo.

Cualquier comentario relacionado con este artículo favor de comunicarse con Fernando Miño, Coordinador de Proyectos, División Consumo y Servicio al 9138-3800, Ext. 1518 fmino@merc.com.mx