

## La inseguridad que saquea tiendas y barrios

Señor Director:

La violencia asociada a los asaltos y actos vandálicos contra locales comerciales ya no puede seguir tratándose como una suma de hechos aislados. En pocas semanas de 2026, hemos sido testigo de robos particularmente violentos en tiendas y malls, con uso de armas de alto calibre, ataques coordinados y un nivel de intimidación que pone en riesgo a trabajadores y clientes por igual.

Hoy no basta con diagnósticos ni anuncios generales, el país necesita propuestas concretas y verificables en materia de seguridad, aprendiendo de experiencias internacionales que han demostrado resultados. Para ejemplificar, países desarrollados redujeron drásticamente el delito mediante aná-

lisis de datos en tiempo real, patrullajes focalizados o la colaboración efectiva entre policía, municipios y fiscalías. Además de implementar un diseño urbano seguro, con iluminación adecuada y la recuperación del espacio público. Estos ejemplos muestran que la seguridad mejora cuando se articulan datos (IA), patrullaje focalizado, coordinación institucional y urbanismo más seguro

Estas herramientas no son ideológicas ni experimentales, funcionan cuando hay decisión política, coordinación institucional y evaluación constante. Esto es un fenómeno que se acrecenta y que nos afecta de norte a sur, por eso, las autoridades deben comprometerse con medidas específicas: presencia policial sostenida en zonas comerciales, persecución penal eficaz de bandas organizadas o el uso inteligente de tecnología, como mayor cantidad de cámaras capaces de detectar autos sin patentes o con encargo de robo.

Asimismo, las autoridades municipales y regionales no pueden quedar al margen, ya que la seguridad local requiere liderazgo, gestión y planificación. Proteger los espacios comerciales es proteger la vida cotidiana de las personas. Sin seguridad no hay convivencia, ni empleo, ni desarrollo posible, y recuperarla es una urgencia que no admite más discusión.

**ANDRÉS BOGOLASKY**

Presidente Asociación Gremial Marcas del Retail (MDR)