

Comienza a regir la nueva ley de seguridad privada en Mendoza y todos los vigiladores deberán usar un mismo uniforme color arena

19/05/2025



A partir de este lunes 19, la actividad de seguridad privada en Mendoza estará regida por un nuevo marco normativo. Se trata de la Ley 9.578, aprobada el año pasado y reglamentada recientemente, que reemplaza a la antigua Ley 6.441, vigente desde 1998. Esta reforma representa un cambio profundo en los requisitos que deberán cumplir las empresas del sector y, aunque desde algunos sectores se reconoce que podría mejorar el control y combatir la informalidad, también genera fuerte resistencia entre quienes consideran que algunas disposiciones atentan contra derechos adquiridos y afectan seriamente la operación comercial de las firmas.

Carlos Aldecoa, integrante de la Cámara Nacional de Seguridad Privada, dialogó con Diario San Rafael y FM Vos 94.5 sobre los alcances de esta normativa y no ocultó su preocupación. “De la ley 6.441, que viene del 1998 y nos acompañó durante 30 años sin modificaciones, surgió esta nueva Ley 9.578. Fue aprobada, promulgada y la terminó de cerrar como aplicación obligatoria el decreto reglamentario”, explicó. “Si bien la normativa en general beneficia en el mejoramiento y el control, tratando de evitar a las empresas informales, nos colisiona en algunos aspectos con temas propios de la actividad comercial”, añadió. Uno de los puntos más conflictivos de la ley tiene que ver con la imposición de un único color de uniforme –color arena– para todo el personal de seguridad privada. “Ese es uno de los puntos más resistidos porque pone en el mismo nivel a todas las empresas, sean grandes, chicas, con trayectoria o nuevas. Es como si a Coca-Cola le pidieran cambiar su logo: va en contra de un derecho adquirido y de un prestigio ganado”, ejemplificó Aldecoa.

La preocupación central radica en que muchas firmas construyeron a lo largo de décadas una identidad institucional asociada a su imagen y uniformes. “Es una identidad de instituciones”, subrayó. “Empresas de 20 o más años en Mendoza que tienen su identidad. Uno va caminando y mira una empresa, el logo, el color, y se da cuenta que es una empresa formal. Ahora, ¿cómo hago para distinguir la paja del trigo cuando todos los uniformes son iguales?”, planteó el referente, aludiendo al riesgo de no poder diferenciar entre compañías serias y prestadores informales.

Desde el sector también advierten sobre el argumento del Ejecutivo provincial, que sostiene que los uniformes en color arena buscan distinguir al personal privado del de las fuerzas estatales. “Ese argumento es falso. Marrón o arena lo usan también los militares de montaña. No es un color exclusivo”, remarcó Aldecoa.

La imposición del nuevo uniforme no solo representa un cambio simbólico, sino también un problema económico de magnitud. “Imaginemos una empresa que tiene 100 vigiladores. Cambiar

todos los uniformes podría costarles 40 millones de pesos. Y eso es un número real. No estoy tirando un número al azar”, advirtió. Además, remarcó lo paradójico de que “al policía no le dan el uniforme, pero a las empresas le obligan a cambiarlo”.

Otro aspecto poco contemplado, según expresó, es qué hacer con los uniformes que ya tienen en uso. “Están haciendo una doble pérdida. Tengo que comprar un uniforme nuevo y tengo que tirar los que ya están provistos al personal en actividad, que son dos o tres equipos por vigilador”, dijo.

Pese a que la ley fue trabajada durante años y participaron todos los sectores –empresas, cámaras, gremios, organismo de control, legisladores y el Ejecutivo–, algunos puntos específicos continúan siendo resistidos. “Fue muy participativa, sí. Pero no hay ningún elemento real que justifique esto. Si todos los uniformes de policía fuesen azules o los del ejército verdes, se entendería. Pero no es el caso”, insistió.

La posibilidad de llevar la disputa a los tribunales no está descartada. “Ya se están agotando las instancias administrativas”, anticipó Aldecoa. “Y si no hacen lugar a los reclamos, esto va a judicializarse. En San Juan ya pasó. La empresa Prosegur le ganó judicialmente al Estado y no pudieron obligarla a cambiar su uniforme”, detalló.

La referencia a Prosegur no es casual. Esta firma tiene presencia en casi 60 países y es reconocida mundialmente por su imagen institucional. “La gente de Prosegur en el aeropuerto de Barajas, en España, usa el mismo uniforme. Es una marca transnacional. Cambiar esa identidad no es solo cambiar ropa, es perder un activo corporativo”, enfatizó.

Por ahora, las empresas deberán ajustarse a la nueva normativa, pero desde el sector aseguran que seguirán dando pelea por mantener su identidad. “La identidad corporativa es un activo. No es solo una cuestión estética. Es parte del valor que construyó cada empresa durante años”, concluyó Aldecoa.