



**SIVARA, Sindicato de la Venta Ambulante
de la R.Argentina**

**ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO EN LA VÍA PÚBLICA
EN EL SINDICALISMO ARGENTINO**

Oscar Silva, secretario general de SIVARA

Buenos Aires, 2020

En el sindicalismo argentino, SIVARA ha sido la única organización que ha obtenido registro y personería gremial para representar a trabajadores que se desempeñan de manera autónoma (y dependiente) en espacios públicos, definidos como calles, plazas, parques, veredas, estaciones de trenes, buses, estadios deportivos. SIVARA fue creada en 1973 en la propia sede de la CGTRA, obteniendo personería gremial el 12 de setiembre de 1975. Tiene 16 delegaciones regionales, una membresía de 37 mil trabajadores y un estimado de representación de 100 mil.

Desde 2009, SIVARA es miembro de Streetnet Internacional, y su secretario general asumió la presidencia el año siguiente, siendo reelecto en 2013.

SIVARA utiliza un criterio de agrupamiento de oficios y ocupaciones en 22 ramas, incluyendo: venta de alimentos, bebidas y golosinas, juegos de azar, flores y plantas; venta de servicios (diarios, TV cable, teléfonos celulares, planes de salud) y productos culturales (artesanías, libros); venta por delivery, venta directa en los hogares (cosméticos, artículos de higiene personal, baterías de cocina, ropa blanca).

El concepto de “estrategia mixta” y de “sindicato de transición”. Para todos estos trabajadores, se busca mejorar las malas condiciones de trabajo derivadas del desempeño en la vía pública (variaciones de temperatura, exposición a vehículos, excesivo tiempo de pie, diversas tensiones que crean estrés), mediante negociaciones con los gobiernos locales y los empleadores privados, si este es el caso. Para ello se diferencian dos situaciones laborales básicas:

1. los vendedores efectivamente autónomos, para los cuales la estrategia es alcanzar regulaciones de las autoridades públicas, que pueden ser consideradas “acuerdos colectivos”, en la medida que aquellas son, de alguna manera, “empleadores” de estos trabajadores. El caso más destacado es el de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con un hito en la ley 1166 de Alimentos (2003), luego de consultas y negociaciones formales con el sindicato, que reformaba y unificaba varias secciones del código de habilitaciones y verificaciones. Dos experiencias recientes, en 2013-4 son los acuerdos alcanzados con el Gobierno de Buenos Aires en relación a la regularización de los 1200 puestos de flores en la vía pública, y de la localización de los vendedores de “panchos” y “choripanes” en la “Costanera”, donde el gobierno se hizo cargo del costo total de los nuevos puestos de venta, y la reregularización de 1200 kioskos. El acta de este acuerdo establece de manera explícita,

que el enfoque utilizado se encuadra en los lineamientos de la OIT, CSI y CSA. .

Este enfoque avanza también hacia acuerdos con el sector privado involucrado en una relación con los autónomos en los festivales (en la Provincia de Córdoba), mediante la estrategia de acompañar la creación de cámaras empresarias que se conviertan en la contraparte de una negociación que reconoce la presencia del trabajo autónomo en actividades conjuntas, incluyendo la conversión de algunos en asalariados. Para el sindicato, ello deriva, en todos los casos, en el registro en la obra social. Un enfoque similar se está preparando para la sección de juegos de azar en la Provincia de B.Aires.

2 los trabajadores dependientes simulados como autónomos, para los cuales el objetivo central es conseguir, por parte de los empleadores, y con intervención de la autoridad pública, el reconocimiento de su relación laboral. SIVARA ha desarrollado estrategias específicas para los siguientes grupos: vendedores de helados y café en estadios deportivos y trenes, vendedores de periódicos en la calle por cuenta de las empresas editoras; vendedores de quiniela; bonos contribución, rifas y productos, con fines benéficos, frecuentemente a cargo de fundaciones sin fines de lucro (“pancheros”, lotería para discapacitados), obteniendo convenios colectivos que reconocen su verdadero estatus.

Se trata entonces de una organización “mixta”, en dos sentidos: del trabajo en dependencia y del trabajo autónomo, y del trabajo registrado y no registrado.

También puede decirse que es un sindicato “de transición”, entre trabajadores aparentemente autónomos, pero en realidad dependientes simulados, hacia trabajadores plenamente considerados dependientes.

Una estimación sobre el perfil de los afiliados y representados según este criterio es la siguiente: 60% cuenta propia, 15% empleados de manera informal y 25% empleados de manera formal.

La estrategia hacia un colectivo laboral “invisible”. Una línea de trabajo que SIVARA desarrolla desde hace años es la referida a los trabajadores de venta directa, o “puerta a puerta”, lo que puede asimilarse a la venta ambulante, casi todos mujeres amas de casa, estudiantes, jubiladas y empleadas en el sector público.

Lo característico de este colectivo es que las empresas no reconocen su condición de dependientes, y con ello la existencia de relaciones laborales, sino que las consideran “revendedores” socias, “agentes comerciales”, “distribuidores”, “representantes”, “franquiciados”, “consultores”, “fuerza de ventas” o directamente “personas miembro de un sistema de distribución”. El único empleo reconocido es el que realiza tareas administrativas en el local de la empresa, el cual tiene un tamaño ínfimo (4 mil), en comparación con las vendedoras, que han fluctuado en 700 mil

Las empresas que utilizan venta directa crean una estructura laboral no registrada como tal, consistente en: vendedoras/”promotoras” socias según el sector empresarial. En el nivel más bajo; coordinadoras, en el nivel más alto, que acceden a ese puesto con base en la confianza que la empresa le tiene a lo largo del tiempo, cuando se desempeñaban como vendedoras; ayudantes de las coordinadoras, en un plano intermedio. Cada coordinadora puede tener hasta veinte ayudantes; fleteros de la empresa, encargados de llevar los productos a las vendedoras o coordinadoras, e incluso de retirar pagos en las cuentas habilitadas para el depósito de las vendedoras.

El contrato "comercial" que firman con la empresa al ingresar al sistema, contiene todos los detalles esenciales de la relación e incluye el código de ética para con el cliente. La empresa, con la

implementación sistemática de ese esquema, al margen de cualquier ventaja laboral, se asegura sin asumir riesgo empresario alguno, muchas ventajas unilaterales de rentabilidad y competitividad.

En su campaña porque se considere trabajadoras dependientes a las vendedoras, SIVARA aplica el enfoque de la Recomendación 198 de la OIT sobre la relación de trabajo, en cuanto a ubicar indicadores que permiten considerar el trabajo de estas vendedoras como asalariado. Concretamente, las empresas: dan a cada trabajadora un código, a los efectos de la identificación laboral, obligan a asistir a las conferencias de venta, establecen niveles o jerarquías de trabajo, definiendo quién es líder, establecen formas y lugares de pago (en efectivo, en un local propio, bancos, etc.), estipulan y promocionan los productos a vender a través de catálogos o cartillas, que las trabajadoras reciben de las empresas y que en algunos casos los deben comprar al inicio de cada campaña; obligan a adherir a un código de ética; establecen una frecuencia permanente para las campañas; dan premios por volumen de ventas; dan factura de compra por lo que se ha vendido.

Sobre esta base, SIVARA: 1. ha realizado presentaciones ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y S.Social; 2. ha presentado un proyecto de ley en el Parlamento; 3. en 2014 ha concretado un primer convenio colectivo..