

## Perú: Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú, FENVENDRELP

<b>1. Breve historia</b>	<p>Constituida legalmente en 1973, sobre la base de cinco sindicatos en Lima Metropolitana: de Jesús María, Balnearios del Sur, San Martín de Porres, El Callao y La Victoria.</p> <p>Existe una larga historia previa, con la creación de la Unión de Vendedores de Periódicos, Defensa y Auxilios Mutuos (reconocida en 1922), y el Sindicato Único de Vendedores de Diarios y Revistas de Lima (1945). En aquellos años los canillitas tenían que dormir en las puertas de las empresas para alcanzar un poco de ejemplares y lidiar con los llamados "chicheros", que eran personas que recibían fardos de periódicos de las empresas editoras, estas personas cometían una serie de abusos contra los canillitas como revenderles los diarios originando con ello, que tengan menos ganancias. En la década de los 70 y 80 se afianza la lucha de los canillitas y junto con la legalidad, se consolidan como institución representativa nacional.</p>
<b>2. Vinculaciones externas</b>	Afiliada a la Central de Trabajadores Peruanos (CTP). El Secretario General ocupa el cargo de vice-presidente de la Federación Latinoamericana de Trabajadores de la Comunicación Social (FELATRACS).
<b>3. Colectivos</b>	Vendedores de diarios, revistas, loterías y golosinas, semifijos, fijos y ambulantes
<b>4. Representación</b>	25000, con bases en todos los departamentos del país. .
<b>5. Experiencias</b>	<p>La Federación ha logrado capacidad de negociación ante los diarios de mayor circulación nacional, como El Comercio, La Prensa, La Crónica, y, posteriormente La República, El Expreso, El Extra y sus empresas asociadas. Obteniendo porcentajes de pago equivalentes al 25% de los ejemplares vendidos por los asociados.</p> <p>Su posicionamiento se da en las calles a través de los acuerdos con las Municipalidades, definiéndose las categorías de Kioscos o Módulos, donde opera un conductor y su asistente. Por otro lado están los voceadores itinerantes. En ambos casos se paga una tasa a la Municipalidad, variando el monto de un distrito a otro, pero manteniéndose en un promedio equivalente al 1% de la Unidad Impositiva Tributaria vigente cada año. Los Kioscos son de Madera o Fierro y existe la intención de incorporar Módulos Modernos, amplios, que incorporen mayor stock y diversidad de diarios y revistas, servicios básicos de telefonía e Internet e información turística.</p> <p>El sector se encuadra en dos normas nacionales: la Ley 25249 de 1990, que establece la Caja de Protección y Asistencia de los Trabajadores Lustradores de Zapato del Perú (CAJAPATRAC), y la ley 27475 del 2001 sobre Regulación de la Actividad del Lustrabotas y (la ley 27597, que modifica en algunos puntos la anterior).</p> <p>La Caja propende la creación de albergues, comedores populares,</p>

	<p>centros de esparcimiento para los trabajadores, sistemas de créditos con bajos intereses, programas de vivienda popular, la venta directa de productos que abaraten el precio del servicio a los usuarios, educación para los trabajadores y sus hijos. La Caja se financia con un impuesto del 1% del valor de los betunes, tintes, escobillas y demás artículos empleados en el lustrado del calzado, donaciones y los aportes de los afiliados. El fondo que proviene del Impuesto es depositado mensualmente en el Banco de la Nación y administrado por un Comité integrado por un delegado del Ministerio de Trabajo, un delegado del sector empresario, y varios sindicales. El Comité es renovado cada dos años y establece un plan de trabajo anual. La Caja ordena una subvención mensual por parte del Estado para financiar la salud y la seguridad social, aunque durante muchos años, este derecho ha sido burlado. Lo que funciona es un programa de salud que comprende la compra de medicamentos, gastos de hospitalización, servicios médicos y análisis; y un programa de alimentación que sostiene comedores populares, cuatro en Lima y doce a nivel nacional. La atención de la salud también se extiende a trabajadores autónomos del comercio, vendedores de diarios, moto taxistas y otros núcleos, con un pequeño pago</p> <p>Con los pagos efectuados por las empresas periodísticas y aportes voluntarios de los asociados, desde año 2000 la FENVENDRELP, ha adquirido tres locales en Lima, utilizados como sede, instituto de formación profesional, auditorio, hospedaje para los trabajadores que se trasladan a Lima desde otros departamentos, y bazar central, donde en el futuro inmediato, se tiene planificado funcione una cooperativa de ahorro y crédito.</p>
<p><b>6. Dimensión de género</b></p>	<p>La Federación cuenta con una mayoritaria militancia femenina que se afianza a mediados de los 90. Tanto en la dirección nacional, departamental y local, las mujeres tienen un significativo nivel y responsabilidad de dirección. Los programas de capacitación, salud y promoción social, contemplan las cuotas de género y la organización es muy estricta en su cumplimiento. La Federación reconoce la contribución de las mujeres "canillitas", para mejorar el servicio y desarrollar una ejemplar acción solidaria entre los compañeros y compañeras de trabajo.</p>