



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**

**ORGANIZACIÓN SINDICAL DE LOS
VENEDORES DE PERIÓDICOS Y SU RELACIÓN
CON LOS MEDIOS ESCRITOS**

Monografía elaborada por la Bachiller en Periodismo

DIANA ROSMERY FLORES CASTRO

Para optar el título de Licenciada en Periodismo

Lima – Perú

2016

DEDICATORIA

A mis padres, por el sacrificio y la confianza que depositaron en mí.
Esto es para ustedes.

AGRADECIMIENTO

A la Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú, por brindarme sin problemas la información sobre su organización Sindical.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
--------------------	---

CAPÍTULO I DE CANILLITAS A SINDICATOS DE VENEDORES DE PERIÓDICOS

1.1 El Origen del “Canillita”	6
1.2 La distribución de los periódicos antiguamente.....	9
1.3 El Sindicato y sus funciones	10
1.4 Sindicatos en América Latina	12
1.4.1 Caso Argentina	
1.4.2 Caso Chile.....	15
1.5 Historia de la Federación Nacional de Vendedores de.....	19
Diarios, Revistas y Lotería del Perú	
1.5.1 El Estatuto de FENVENDREL.....	24
1.5.2 Principios, Fines y Objetivos	25
1.5.3 Deberes y Derechos de los Afiliados	27
1.5.4 Patrimonio, Economía y Finanzas	28

CAPÍTULO II AUGE DE LOS CANILLITAS

2.1 La evolución de los Canillitas	29
2.1.1 Perfil de un Canillita	31
2.1.2 Tipos de Canillitas	32
2.2 ¿La tecnología desplazará a los Canillitas?.....	35
2.3 Los Canillitas y el Estado.....	38
2.4 Municipios y la venta de diarios	42

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN SINDICAL Y LA RELACIÓN CON LOS MEDIOS ESCRITOS

3.1 Convenio entre “Los Canillitas y los Medios Escritos”	44
3.1.1 Obligaciones de las editoras y FENVENDREL P.....	45
3.1.2 Beneficios para la Federación y el Sindicato.....	47
3.2 ¿Existe convenio con los diarios pornográficos?	48
3.3 Proceso de distribución de diarios actualmente	50
3.4 Paralizaciones o Huelga	51
3.5 ¿Qué haría las empresas si ni existieran los canillitas?	52
CONCLUSIONES.....	57
APÉNDICE	56
ANEXOS	88
BIBLIOGRAFÍA	95

INTRODUCCIÓN

Esta investigación consiste, dar a conocer la gran importancia que tiene los vendedores de diarios en el Perú, que son llamados actualmente “Canillitas”. Ellos, son la clave de que la información llegue a los pueblos más lejanos. En la actualidad, ellos tienen el conocimiento del gran poder que tienen.

Descubriremos la relación y beneficiosos que otorga los medios escritos a la Federación Nacional de Vendedores de Diarios Revistas y Lotería en el Perú, puede resultar muy interesante, debido, a que las grandes empresas editoras como: “El Grupo La República “, “El Comercio, entre otros cuentan con el apoyo de “Los Canillitas” para la distribución y venta de los diarios, todo por medio de un convenio.

La primera parte de la monografía se tratará sobre el origen del seudónimo “Canillita” que para algunos puede resultar un poco confuso, el surgimiento de los vendedores de diarios en aquellas épocas, la conmemoración de su día y los tipos y perfiles de los canillitas que existen hoy en día en nuestra sociedad limeña. También se abordará sobre los sindicatos formados por los mismos vendedores de diarios en Argentina y Chile. Además se desarrollará una breve historia sobre la creación de la Federación Nacional de Vendedores de

Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP), que tiene como fin, cuidar y velar por sus derechos del canillita.

En la segunda parte se conocerá sobre el auge del canillita, los tipos de canillita que existen en Perú, y relación del gremio con el Estado, si actualmente se cumplen sus derechos laborales o no. Y finalmente, sobre los problemas de los canillitas que tienen, hoy en día, con algunas Municipalidades, por la libre circulación de diarios.

Y como tercer capítulo, se dará a conocer los convenios que tiene la FENVENDRELP con los medios impresos, donde se detallará las obligaciones y beneficios que otorga la casa editora a los canillitas. Además, se desarrollará como es el proceso de distribución y por último, se explicara las paralizaciones que han realizado los gremios, para la incrementación del porcentaje de ganancia de los canillitas.

Este estudio, surgió por leer una columna del periodista Juan Gargurevich, escrita en el diario “La Primera” sobre la importancia de los canillitas en los medios de comunicación y su participación en la entrega de los diarios durante tantos años.

Esta investigación es un referente para futuras investigaciones sobre los vendedores de diarios y su relación con los medios escritos.

Así mismo el análisis es de carácter cualitativo, en donde se ha analizado y descrito sobre la importancia y el poder que tienen los canillitas hoy en día.

Para esta investigación se ha recurrido a fuentes documentales, que nos brindó el secretario General de la Federación para el buen desarrollo de la información.

Para esta investigación se recurrió a entrevistar profesionales como Carlos Aguilar, Secretario General de la FENVENDRELP y Javier Cachay, Jefe de distribuciones de la “Corporación Universal SAC” empresa periodística que se encarga de difundir diarios como “La Exitosa” y “Karibeña”. Además, se hubo un conversatorio con María Delgado, que practica el oficio de ser canillita hace 20 años.

CAPITULO I

DE LOS CANILLITAS A SINDICATOS DE VENDEDORES DE PERIÓDICOS

1.1 Origen del Canillita

Todos sabemos que los vendedores de diarios están sentados en un quiosco de la esquina y algunos se encuentran en los paraderos, voceando a los conductores de micros y taxistas y ofreciendo a los peatones que transitan. Todos, a la espera de que le compren un diario. Pues, ellos, no solo son simples personas, son un medio importante que transmite comunicación. Y hoy en día, la información siempre llega a cada rincón de nuestro Perú. Ellos, son “Los Canillitas”.

Pues bien, esta denominación surge a raíz de una obra llamada “Canillita”, escrita por el dramaturgo y periodista Florencio Sánchez, que nació en Uruguay en 1875. Para que después, en el año 1892, viaja a Argentina a trabajar como escribiente en una oficina de La Plata, Buenos Aires.

En esa época “todas las empresas editoras contaban con el servicio de suscripción, para que el diario llegue por correo, lo que generaba que los lectores lean con atrasó, a menos que se buscará en la misma imprenta” (El Diario Popular, 2012).

Así mismo, el 1 de Enero de 1898, sale a la calle el diario La República de Rosario, en aquella época fue dirigido por el escritor Manuel Bilbao, donde propuso vender el diario en la calle y no enviarlo por correo. La iniciativa resulto económica tanto para el diario como los lectores, y la competencia rápidamente copió este sistema. Para muchos, “este hecho se considera revolucionario para el periodismo” (Diario El Independiente, 2016).

Así, surgió un nuevo oficio, conformado por cientos de niños y jóvenes que se ofrecían a bocear los titulares más impactantes, para vender la noticia “fresca y calentita” con tal de ganar algunos centavos para el hogar.

Cuatro años después, en 1902 Florencio viajó al interior del país a Rosario, provincia de Santa Fe, donde consigue un trabajo como redactor en el diario La República, fundado en ese entonces por el político y escritor Lisandro de la Torre.

“La mayoría de vendedores anunciaban a viva voz: ¡La República! ¡Compre, La República!” (Sivendia Rosario, 2012) Y fue así, que Florencio se inspira y comienza a escribir. El personaje principal era un niño de 15 años de edad, vendedor de diarios, flaquito y con las piernas descubiertas, donde se podía notar sus canillas delgadas.

En el año 1903, la empresa española de Zarzuelas de Enrique LLoret, puso en escena la obra” Canillita, tuvo tan buena acogida que decidieron poner en escena por dos semanas más.

El 25 de Septiembre de 1909, Florencio viaja a Milán, Italia como delegado oficial del presidente Uruguayo, Claudio Williman, pero al llegar se enferma gravemente. El 07 de Noviembre de 1910 fallece de tuberculosis. Y en 1947, en homenaje al periodista, los vendedores de diarios decidieron que ese día se conmemoró el “Día del Canillita” tanto en Argentina como Uruguay.

En 1944, aparecieron los primeros puestos callejeros que se ubicaron en la esquinas más transitadas, cuyo lugar se disputaba a golpes o pagando a los policías para que no los desalojen. En ese entonces, el Coronel, Juan Domingo Perón, era secretario de Trabajo, y les aconsejó que se sindicalizaran.

En el diario La Nación en año 1957, fue publicada una carta de un lector uruguayo, antiguo vendedor de diarios, donde escribe que se consideraba el creador del nombre, y cuando trabajaba conoció a un chico vendedor de diarios, hijo de María Canilla. Donde en una ocasión, no sabía cuál era su nombre y le gritó: “¡Canillita!”, y luego se reprodujo a todos sus compañeros que se encontraban cerca.

Hasta el día de hoy, no se sabe con exactitud quien determinó a los vendedores de diarios, con el seudónimo de “Canillita”. Sin embargo para algunos, fue el periodista Florencio Sánchez.

Estos son algunos párrafos que se lee en las primeras páginas de su obra “Canillita”, donde describe al personaje principal de una manera pícaro y con una sencillez poética.

“Soy canillita, gran personaje con poca guita y muy mal traje. Algo travieso, desfachatado, chusco y travieso, gran descarado. Soy embustero, soy vivaracho, y aunque cuentero, no mal muchacho. Muy mal considerado, por mucha gente, soy bueno, soy honrado. No soy pillete, y para un diario, soy un elemento, muy necesario”. (Sánchez, 1992, p8)

1.2 La distribución de los periódicos antiguamente

La distribución de los diarios antiguamente se realizaba por medio de suscripción, en ese entonces se entregaba por correo y demoraba horas o dos días en ser entregado. En las tiendas o restaurantes y en las máquinas que se encontraban en cada esquina de la ciudad.

Este método no generaba mucha ganancia, debido que no llegaba la información a tiempo. Hasta que todo cambio con la aparición de los canillitas.

1.3 El Sindicato y sus funciones

La palabra Sindicato proviene del griego SIN –DIK, que significa en castellano, PARA o con JUSTICIA, por tanto la propia palabra en gran medida determina el objetivo principal de la organización” (Mejía, 1991, p21).

Es decir, que los trabajadores se organizan en Sindicatos, debido a las injusticias que existen para los débiles. Cuyo objetivo, es el desarrollo, la protección y defensa de sus derechos e intereses profesionales y el mejoramiento social, moral y económico.

El Sindicato realiza funciones para sus afiliados y socios:

Actividades Deportivas y de Recreación, esta función ayuda a la integración de los afiliados y las empresas. Tal es el caso, de esta recreación, que generalmente logra promover la incorporación de las personas que desde un principio muestran alguna desconfianza hacia la actividad.

Actividades de Capacitación, a los afiliados del Sindicato, les capacitan para un mejor conocimiento de la realidad, comprensión, implicancias y complejidad. De este modo, el Sindicato en conjunto a sus dirigentes, podrían tomar buenas decisiones. A su vez, ayuda a la integración de más personas en la discusión y problemática que debe enfrentar el sindicato.

Actividades Culturales, el Sindicato, debe de promover el desarrollo cultural, ya sea la música, el folklore, la pintura, el canto, entre otros. Así mismo, ayudan aumentar conocimientos y cultura propia de los trabajadores.

Cabe mencionar, que a inicios del movimiento sindical, esta actividad era muy importante y que hoy en día, se ha ido perdiendo.

Actividades Solidarias, si un sindicato requiere apoyo de otras organizaciones, se debe ayudar. Por lo tanto, si un triunfo o derrota de un Sindicato, también es un triunfo y derrota para el movimiento Sindical.

Actividades de bienestar Social, se le puede determinar como apoyo mutuo, o mutualidad que ayuda a las personas de cierta medida y que muestran que el Sindicato puede servir aún más allá que la negociación colectiva o la Seguridad Social.

Actividades de Comunicación, no solo se transmite a través de murales o boletines. Sino que es más importante promover la comunicación y relación entre los compañeros. Es necesario, tener presente que las asambleas realizadas, deben estar bien ordenadas, cortas y precisas desarrollando una mejor comunicación entre ellos.

Actividad de Diagnóstico, en esta parte se desarrolla una política sobre la calidad de vida del trabajador, es decir, tener en claro si sus ingresos le alcanzan o no para vivir. Se debe tener muy en claro estos parámetros.

1.4 Sindicatos en América Latina

1.4.1 Caso Argentina

Así, como las organizaciones que tenemos en Perú, que ayuda proteger y velar por los derechos del canillita. También existen en otros países como: Argentina, que se preocupan por ellos y fortalecen sus organizaciones.

En Argentina, existe el Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines (SIVENDIA), esta organización al igual que la FENVENDRELP, fue constituida en 1944 un 28 de Octubre, hace más de 72 años. Actualmente se encuentra ubicado en la dirección, Venezuela N°2365, Buenos Aries. (Figura1)

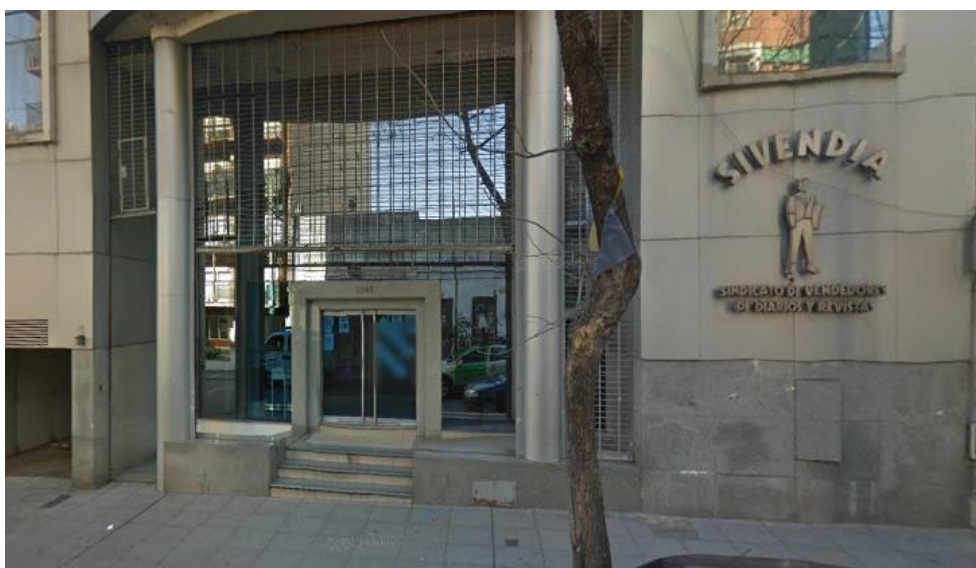


Figura1: Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines (SIVENDIA)
Crédito: Google Maps, 2015

El primer Secretario General de SIVENDIA, fue Napoleón Sollazo quien asumió su cargo en 1944 y estuvo frente al mando hasta 1956, pocos después de la caída del gobierno peronista. A partir de esa fecha SIVENDIA, sufrió a lo largo

de su historia 4 intervenciones en diferentes años. Según el Secretario Adjunto de SIVENDIA, José García explicó, en una entrevista que “Este gremio siempre fue perseguido” (diariero, 2012, p13) Es decir, desde el 56’ al 58’el gremio estuvo intervenido por el capitán de la Marina Monti.

Después, quien asumiría el cargo en 1958 fue Antonio Solano. Poco después en 1973, fue Martín Apicella, que ganó el voto popular de los afiliados democráticamente, y se queda por 40 años.

De este modo, El Ministerio de Trabajo en 1989, decide intervenir la Organización Sindical. Sin embargo, para 1991, los vendedores pudieron volver a elegir, dándole el voto de confianza nuevamente a Apicella, hasta el año 2006.

Hoy, en día. El quien está a cargo del Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines es el Secretario General, Omar Plaini.

Actualmente, en Argentina, el 7 de noviembre es día no laborable para los canillitas. Haciendo que las empresas editoras no, impriman y solo lo anuncien a través de su página web del diario.

La ex presidenta Cristina Firchner, en el año 2010 decretó en una reglamentación, firmada por ella misma, que reconoce a “Los Canillitas” como únicos trabajadores autorizados para la distribución de los diarios. Es decir, que impide que las editoras utilicen canales de ventas alternativos, como: los Supermercados u otros puntos de expendio.

“El decreto nos devuelve todos los derechos que nos quitaron durante la década de los noventa, cuando se implementaron canales alternativos de distribución que precarizó nuestra actividad” (Plaini, 2010)

Cabe resaltar, que SIVENDIA cuenta con su propia revista “Diariero” exclusiva para el canillita. Y no percibe alguna publicidad por parte de las grandes editoras, debido a que tienen más libertad de exponer sus ideas, o denuncias por los atropellos que sufrían sus afiliados. Este proyecto es encabezado por el director, Omar Plaini y la Dirección Periodística de Martin Vargas.

“Durante estos 10 años nuestra revista denunció la precarización laboral y el trabajo infantil de “La Razón”, el sistema tarifado de las entregas por suscripción impuesto por “Club La Nación”, los mensajes mafiosos de los agentes distribuidores, demostrando que en la nueva etapa que comenzó en el 2006, el Sindicato de Canillas no estaban dispuestos a callar nada. Para eso está “Diariero” que es nuestra revista, y también es nuestro orgullo, un medio independiente, que nunca se dejó de condicionar por nada ni por nadie” (diariero, 2014, p5).

En la revista “Diariero” en el año 2014, se observa que en la página 24 y 25, anunciaron que realizarían paro total de la actividad, contra la Precarización laboral de Clarín y La Nación. (Figura 2)

Sindicato de canillitas



PLAN DE LUCHA DE CANILLITAS

**15 Y 16
DE NOVIEMBRE**

PARO TOTAL DE LA ACTIVIDAD

**ATENCIÓN COMPAÑEROS:
Estado de alerta y movilización
y comunicación permanente con el Sindicato**

Comisión Directiva

24 / El Dinero, Octubre 2014

PARO DE CANILLITAS 15 y 16 de Noviembre



A los lectores

El próximo 15 y 16 de Noviembre los canillitas realizaremos un paro total de actividades. Las paradas de diarios y repartos permanentemente cerradas. Frente a la desorientación general que intentan instalar Clarín y La Nación a través de las asociaciones que controlan (AEDBA y ADEFA), los vendedores de diarios queremos explicar las verdaderas razones de este paro de actividades.

Desde el 2001 hasta la fecha, Clarín y La Nación nos quitaron arbitrariamente el 20 por ciento de nuestro salario. En términos económicos esto significa una transferencia del sector laboral al empresarial de 25 millones de pesos mensuales, 300 millones de pesos anuales. Esto quiere decir que ambos editoriales le quitan a cada canilla 4.500 pesos por mes. Esto es así desde hace 14 años.

Durante estos años intentamos recuperar esa parte de nuestro salario de todas las formas posibles; Dialogamos, peticionamos, presentamos planes para que la recuperación sea progresiva, etc. Es decir, "propuestas novedosas y creativas" (como dice AEDBA) presentamos muchas veces. La respuesta siempre fue no.

Preclarificar nuestra actividad y pauperizar nuestros ingresos no es producto de la crisis gráfica que como canillitas conocemos a la perfección, sino de un programa deliberado de estas editoriales. ¿Para qué? Para controlar toda la cadena gráfica de nuestro país, y así controlar también la línea editorial de cada competitor. No es nuevo, es algo que todos conocemos.

Queremos ser justos en este planteo. Hace algunos años **Tiempo Argentino, Crónica, Bae, Buenos Aires Herald y Miradas al Sur nos devolvieron esa parte del salario**, pero Clarín y La Nación se negaron.

¿Quién se come la torta?

La cadena de costos de la industria gráfica cambió radicalmente en los últimos 20 años. Hasta los años '80 los ingresos de las editoriales se conformaban en un 70 por ciento de valor de tapa del diario y el 30 por ciento de los ingresos publicitarios.

En la actualidad esa proporción se invirtió. Hoy los diarios viven de los ingresos publicitarios (son el 70 por ciento) y sólo el 30 por ciento es por el valor del precio de tapa (de donde nosotros conformamos nuestro salario). Queremos también aclarar que de ese 70 por ciento de ingresos publicitarios que reciben Clarín y La Nación sólo entre el 3 y el 6 por ciento es la llamada pauta oficial, el resto es publicidad privada (suplementos, empresas de celulares, automotores, bancos, etc.). Ahora esa publicidad que ellos acuerdan con las empresas, quienes la materializamos somos nosotros que durante 360 días las llevamos a cada domicilio o la entregamos a nuestros clientes. Por ello no recibimos tampoco ninguna remuneración.

Una clara relación laboral de dependencia

El sistema de venta por suscripciones (Tarjeta "365" y "Club La Nación") marca a las claras una relación laboral de dependencia ya que los canillitas actuamos de socio-vendedores cada vez que entregamos ejemplares de estas editoriales. Es claro y conocido por todos que en este sistema de venta la relación entre la editorial y el lector es directa ya que el pago se realiza también de forma directa a la editorial por diferentes medios de pagos (tarjetas de crédito).

Es bueno también que toda la sociedad conozca qué pasa con los distribuidores, quienes tienen la función de llevar las publicaciones a cada parada de diarios y revistas. Aquí también se produjo durante estos años una concentración oligopólica muy marcada. Hace 20 años existían aproximadamente 87 distribuidoras. De esas 87 distribuidoras hoy sólo existen (reales) 9. ¿A que no sabes quién las controla directa o indirectamente? Exacto, Clarín y La Nación. ¿Y cómo lo hacen? Primero las endeudan y después las empiezan a controlar financieramente. Seguramente vos te puedes preguntar cuál es el problema de que Clarín y La Nación controlen las distribuidoras. Nosotros te lo explicamos; Si Clarín y La Nación controlan las distribuidoras, quiere decir que controlan las publicaciones que se reparten. Entonces cuando vos creas que eliges lo que estás leyendo, en realidad es lo que ellos ya eligieron por vos. ¿Pero esto pasa ahora? Sí, pasa ahora, porque tanto Clarín como La Nación están comprando pequeñas editoriales de revistas y derechos de revistas internacionales y por la fuerza que tienen como editoriales, imponen las condiciones a las otras editoriales.

Finalmente, queremos dejar en claro que este es un paro en defensa de nuestra fuente de trabajo, pero también es un paro en contra de la monopolización de la industria gráfica y a favor del verdadero derecho a la información, porque antes de ser canillitas, somos trabajadores de un país que después de 200 años se merece vivir en libertad y sin monopolios.

COMISIÓN DIRECTIVA
SIVENDIA

Figura 2

Fuente: Diariero de SIVENDIA

Sin duda, los canillitas de Argentina encontraron una mejor forma de comunicación, para declarar y denunciar las explotaciones que recibe por parte de las casas editoras.

1.4.2 Caso Chile

La Confederación Nacional de Suplementeros de Chile (CONASUCH), cuenta con más de 137 años, desde su creación el 27 de diciembre de 1942, se han sumado casi 6000 asociados dentro de los 60 sindicatos. Esta organización viene luchando por los intereses y el resguardo de sus asociados. Este está ubicado en Tucapel Jiménez N°26, Santiago. (Figura3)

Así mismo, son parte de la vida cultural de las ciudades y forman parte de una identidad de cultura en su país.



Figura 3: Confederación Nacional de Suplementeros de Chile (CONASUCH)
Crédito: Google Maps, 2015

La Real Academia Española, en su vigésima tercera edición, describe “confederación” como “agrupación o alianza entre personas o grupos”.

Se sabe que un vendedor de diarios está identificado en algunos países como “Canillita”. Sin embargo, en Chile también lo conocen con otro nombre, debido que las empresas editoras, querían informar de manera adicional la batalla de Iquique se vieron obligados a realizar en páginas anexas a sus ediciones, en las cuales fueron bautizadas como “Suplementeros”. Y es por esa razón que cada 25 de Mayo, se conmemora el día “Nacional del Suplementero”.

Según el periodista chileno, Jorge Rojas en su libro “Suplementeros” describe que los repartidores de diarios de Chile, surge durante la Guerra del Pacífico en el año 1879 -1883. Cuando el tiraje de los periódicos de ese tiempo había aumentado, necesitaban personas que se encargará de llevar la noticia a los rincones de Chile. Con ello habría aparecido la venta callejera de suplementos que anunciaban los titulares, a viva voz, sobre los combates, el hundimiento de la Esmeralda y el Combate de Iquique. En esa época, eran los niños que voceaban”. (p 13, 2006)

El suplementero es quien ha llevado las noticias desde 1870, convirtiendo su oficio en uno de los más antiguos de la historia de Chile. Como dice, el periodista, peruano Juan Gargurevich “Los vendedores de noticias, es tan antiguo como los periodistas” (2009).

El 25 de Mayo de este año, apareció una campaña llamada “#Salvemos El Kiosco” creada por los dirigentes del gremio. Donde los compañeros canillitas invitan a las personas a firmar, por medio de una página web, para ayudar que los Suplementeros sean declarados Tesoro Humano Vivo.

En el 2016, UNESCO propuso a Chile, en el cual implementa el Consejo Nacional de Cultura y Arte (CNCA) a conformar parte de “Tesoros Humanos Vivos”, en donde se entrega cuatro distinciones: dos en la categoría de cultor individual y dos en cultor colectivo o comunidad local. En donde el ganador, recibe un certificado público y un estímulo económico de 30 millones de dólares, para cultores individuales y 70 millones de dólares para los colectivos.

Así mismo, la Confederación Nacional de Suplementeros, que viene pasando por una crisis. “Hoy, nuestro tradicional oficio está en inminente riesgo de desaparecer. Hemos sido testigos de cómo el uso de Internet, la entrega gratuita de periódicos pagados y las suscripciones de los diarios más importantes, han alejado a nuestros clientes del kiosco” (Suplementeros, 2016). Es por esa razón que los Suplementeros crearon la página para recolectar firmas y puedan ser salvados.

Lamentablemente, los suplementeros solo tuvieron 1.392 firmas en la página. No pudieron ganar y ser condecorados, pese por la crisis que están viviendo actualmente.

Carlos Aguilar, secretario de la FENVENDRELP, comentó en una entrevista elaborada que “en México, antes los diarios se vendía cuatro veces más, que ahora Y en Chile, existen periódicos regalados a 50% por parte de la prensa escrita. Y finalmente, en Argentina ha bajado el 40%.

La principal ola de crisis en Chile, se debe por las personas ilegales que no están autorizadas por el Gremio. Este tipo de personas se paran en calle vendiendo los diarios, mientras que los afiliados se encuentran en sus puestos perdiendo ganancia.

Según el dirigente, de la Confederación Diego Hernández “Nosotros tenemos que pagar todo lo que la ley nos exige como Confederación y hay gente que está vendiendo sin pagar nada, afectando nuestro negocio, en una

competencia desleal”. Actualmente, la Confederación y las editoras se encuentran en conversaciones.

1.5 Historia de la Federación Nacional de vendedores de diarios

Hace 42 años, un grupo de Sindicatos conformados por Lima, La Victoria, Plaza Unión, Callao y los del Balneario del Sur y por parte de la provincia los Sindicatos de Arequipa e Ica, cansados del abuso decidieron formar una Organización Sindical, para que los represente legalmente ante las casas editoras y el Estado.

Recién el 24 de Junio de 1973, se constituye la Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP).

Actualmente, El Secretario General de la FENVENDRELP, Carlos Aguilar, comenta que la “Federación está conformada por 116 Sindicatos en todo el Perú. Donde 53 son de Provincia y 63 de Lima. Y aprox. a nivel nacional hay 25 mil canillitas”. Es por esa razón que en cada paradero, vemos un puesto de diario.

En el diario “La Primera” en un artículo llamado “Los Canillitas, toda una historia.” Juan Gargurevich, cito lo siguiente: “Agustín Cortegana, estableció que el diario “La Patria”, de Nicolás de Piérola, fue el primero que en 1878 convocó a muchachos, ancianos o mujeres pobres. Con el fin, de que vendan en la calles los diarios”. En esa época, se les ofrecía pagar todos los días una ganancia fija de ocho reales, que hoy en día tiene un valor como un 1 sol. (2009).

En ese entonces, en el año 60', el diario "El Comercio", "La Prensa", "La Ultima Hora", "La Crónica", "La Tercera", "El Ojo" y entre otros. Solo existían una relación de circulación con los Sindicatos, pero no había ningún pacto, acuerdo o convenio.

Para la mejor distribución y aceptación por parte de la casa editora, la FENVENDRELP en compañía de algunos dirigentes de los Sindicatos afiliados, buscaron a más gremios para que se integraran. De este modo, San Juan de Lurigancho, Santiago de Surco, Barranco, Chorrillos, Comas, Los Olivos, y representantes de provincia, Cusco, Juliana, Puno, Huánuco entre otros, se unieron con el fin de tener una mejor negociación.

Las grandes editoras como, el Comercio, La Prensa, La Crónica, La Tercera, Ultima Hora, entre otros, aceptaron en dar el 15 % a 20% como ganancia por la venta de diarios en esa época.

La FENVENDRELP, cuenta con algunos patrimonios, que fueron adquiridos con el pasar de los años. La primera Sede de la Federación funcionaba en un pequeño local, ubicado en el Jirón: Ayacucho N°845, del cercado de Lima. Actualmente, en ese lugar se encuentra la Caja de Protección y Asistencia Social para los Canillitas. (Figura 4)



Figura 4: La Caja de Protección y Asistencia Social para los Canillitas.
Crédito: Google Maps, 2015

En el centro de Lima, Jirón: Pachitea 286, está ubicado otro inmueble donde funciona actualmente, el Área de Asesoría Legal de la FENVENDREL P. (Figura5)



Figura 5: Asesoría legal de la FENVENDREL P
Crédito: Google Maps, 2015

El otro dominio se encuentra en el distrito de la Victoria, Balconcillo, Jirón: Los Brillantes N° 271, donde se alojan los dirigentes de provincia (Figura 6)



Figura 6: Casa de alojamiento a los dirigentes de los Sindicatos de Provincia.
Crédito: Google Maps, 2015

Y por último cuenta con una tienda ubicada en Jirón Antonio Bazo N°583, en la Victoria, actualmente está alquilado para un giro comercial, cerca al emporio de Gamarra. (Figura 7).



Figura 7: Tienda o Local de comercio
Crédito: Google Maps, 2015

Hoy, en día la Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú, se encuentra un edificio propio, que fue adquirido por ellos. Este patrimonio, se encuentra en la Av. Uruguay N°351 del Cercado de Lima. (Figura 8).

La Federación cuenta con una nómina del Comité Ejecutivo Nacional que va del 26 de Setiembre de 2016 al 25 de Setiembre de 2020. Donde después de cumplir esos años, se elige un nuevo comité en una asamblea general, realizada por la misma Organización Sindical.

Entonces, el quien está a cargo de la FENVENDRELP, es el señor Carlos Aguilar, Secretario General.



Figura 8: Edificio de la Federación Nacional de vendedores de diarios
Crédito: Google Maps, 2015

1.5.1 El Estatuto de FENVENDRELP

La Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú, es la máxima entidad y representativa de los sindicatos afiliados a la Sede Central y las Sedes Macro Regionales, es de duración indefinida y ese denomina en forma abreviada como FENVENDRELP ante las entidades nacionales e internaciones y para la opinión pública o privada, en general, según el Estatuto.

El Estatuto y su Reglamento, se aplica a todos los Sindicatos afiliados a la FENVENDRELP, como lo determina el Decreto Supremo N° 011-92-TR, emitido el 14 de Octubre de 1992.

1.5.2 Principios, Fines y Objetivos

En el art. 5 del Estatuto de la FENVENDRELP determinan algunos principios que fundamenta la orientación y acción como, la Democracia Sindical, es decir, tener igualdad de derechos y obligaciones, derecho de voz y voto, a elegir y ser elegidos.

De este modo, otro de los principios es la Independencia de Clase, es decir, no permite tener posiciones política partidaria determinada, sin embargo, por su acción de trabajo y lucha Sindical, se pone en práctica la política de reivindicación económica, política, social y cultural.

Por otro lado, tenemos a la Solidaridad de Clase, que se fortalece mediante la relación de sentimientos humanos de sus afiliados, apoyo en la solución de los conflictos, de otras organizaciones de la misma jerarquía.

Mientras que Unidad Sindical, como esencia sindical se fortalece en la acción de sus derechos. Y Evolución, la renovación permanente de los métodos de acción y concepción Sindical.

Así mismo, en el art. 6 de Estatuto de la FENVENDRELP tiene con fin, representar defender, asesorar a sus afiliados dentro de su ámbito Sindical a nivel nacional. Luchar por mejorar las condiciones de vida y de trabajo.

También, trabajar por ser protagonistas del desarrollo económico creando empleo, descentralizado la economía, fortaleciendo la actividad del país y

brindándole a sus agremiados y a sus futuras generaciones, las oportunidades de bienestar económico y social.

Promover mejoras para la Ley N°10674, y toda la ley que propicie el Estado. Además de trabajar y luchar por el acceso a todos los agremiados al derecho constitucional de la Seguridad Social, ya sea pública, mixta o privada.

La FENVENDRELP en el art.7, tiene como objetivos, promover y apoyar la adquisición de locales propios de las bases sindicales, distritales, provinciales y departamentales afiliados. Así mismo, Crear escuelas Sindicales y capacitación dirigencial para el fortalecimiento del gremio.

Como también crear escuelas educativas básicas para los hijos menores de los vendedores de diarios, revistas y loterías. Además de fomentar los talleres culturales y programas de eventos deportivos, a nivel nacional.

Y finalmente, proponer y luchar una Ordenanza Municipal básica que regule proteja las actividades que desarrollaran a los afiliados.

1.5.3 Deberes y Derechos de los Afiliados

Todos los afiliados de las bases sindicales deben tener en cuenta con respecto a sus derechos y deberes, según el art 12 y 13 del Estatuto.

Los afiliados deben cuidar y velar por el prestigio de la Organización Sindical y mostrar permanentemente respeto, rectitud, fidelidad a sus principios, fines y objetivos

Además de aportar de manera obligatoria una cuota ordinaria y extraordinaria para el sostenimiento orgánico y administrativo.

Así mismo, denunciar ante los órganos competentes todo acto que atente contra los intereses y el desarrollo orgánico del gremio.

Es muy importante que los afiliados exijan el cumplimiento del Estatuto y sus Reglamento, así como los acuerdos y resoluciones de sus congresos. Además de gozar de todos los beneficios que logre la FENVENDRELP para sus afiliados.

1.5.4 Patrimonio, Economía y Finanzas

En el art. 62 del Estatuto, Explica cómo se constituye los ingresos y el patrimonio económico de la FENVENDRELP.

Algunos de ellos, son: por aportes, contribuciones y donaciones voluntarias que reciba de sus afiliados u otras fuentes, por las multas de sanciones disciplinarias.

Es importante saber que el principal sostenimiento orgánico y administrativo de la FENVENDRELP es financiado por las empresas editoras que otorga el 1% según los convenios suscritos por ambas partes.

CAPITULO II

AUGE DE LOS CANILLITAS

2.1 La evolución de los Canillitas

Hoy, en día un canillita, no solo es considerado una persona natural, sino que también tiene el poder de difundir y contribuir a la sociedad información.

Desde que el canillita era parte del medio de la información. Las grandes editoras iban en aumento, a lo que era la circulación de diarios. Es decir, si en “el 2007, se vendía casi 1.2 millones de periódicos al día, en el 2012 se comercializaban hasta 1.8 millones de diarios, lo que indicaba que la estadística iba en aumento” (Comercio, 2012)

Tal era su acogida del canillita que no solo habían desarrollado un sentido económico, sino que había adquirido el conocimiento empresarial. Y dejaron de ser simples canillitas y se han transformado en una canal importante y sofisticado para la distribución de diarios.

Según, Antonio Cabrera. Gerente de distribución de diarios del Grupo Comercio, en una entrevista, declaro lo siguiente:

“El proceso del canillita es un socio estratégico que comenzó en el año 1999. Era una visión a largo plazo, en la que el canilla debía convertirse en un eslabón clave del sistema de venta de suscripciones. Uno que otros canillitas creyeron que ese modelo de crecimiento iba a impactar negativamente en sus ingresos. Sin embargo, en la práctica, el canillita es el eje del sistema de comercialización. Y en ese entonces los 2.300 canillitas que teníamos en el año 1999, hoy el Grupo Comercio trabajan con más de 6 mil canillitas”. (Prensa Futuro, 2012)

En el 2010, las empresas comenzaron a mirar a los canillitas con otros ojos. Es decir, vieron en ellos la oportunidad de crecer.

El banco Scotiabank ha lanzado el proyecto “Mi Kiosco Favorito” que tiene como fin, transformar los tradicionales puestos de periódicos en cajeros en cajeros corresponsales como existe en Nueva York o Tokio. En que las personas podrían pagar servicios públicos y privados con tarjetas de crédito o débito”, según Miguel Arce Gerente de Desarrollo e Innovación. (Scotiabank, 2010)

En ese año, el banco instaló tres cajeros pilotos en los quioscos Surquillo, y tuvo una gran acogida por parte del consumidor. Incluso generó ganancias a los canillitas del 20 a 30% más.

Mientras tanto, la presidente del Sindicato de Canillitas de Surquillo, Elizabeth Castillo sostuvo que “para los canillitas es una gran oportunidad de mejorar su vida y la de sus vecinos también”. (Andina, 2010) (Figura 9)



Figura 9: “La inauguración del primer “Kiosco Favorito”
Crédito: Andina, 2010

La Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP), Se encuentran en futuros proyectos con las empresas bancarias, para la mejor posición económica del canillita y de los usuarios.

2.1.1 Perfil de un Canillita

Un Canillita, no es igual a un vendedor de papas y menos a un abogado, porque cada uno tiene un perfil, que los caracterizan.

María Delgado, una vendedora de diarios, lleva laborando más de 20 años en la esquina de la Av. Wilson con la Av. Uruguay, cerca de la Organización Sindical.

A continuación, Delgado nos explica cómo es el perfil de un canillita.

“Un canillita en primer lugar debe de entender que para dedicarse a este oficio, debe de madrugar, abandonar las fiestas o celebraciones. Y comprometerse a un sistema esclavizado, laboralmente hablando, porque uno se debe levantar a las 3 de la madrugada e ir centro de acopio a las 4 am hasta las 6 am y adquirir todos las marcas de periodísticos capitalinos y posteriormente, antes de irse a vender periódicos se tiene que revisar todas las editoriales para saber cuál se va a vender mejor.

Si el canilla es vocero, se tiene que ir a su esquina para vocear a los micros o lectores, lo que respeta a un quiosquero, comienza a colgar afuera de su tienda y a exhibirlo. Y de otra manera, tiene que tener la amabilidad de convencer al lector: ¡Oye! este periódico te conviene el día de hoy.

Lo segundo, es saber cuáles son las horas puntas, porque si bien es cierto, el canilla sabe que desde las 6 hasta las 9 de la mañana es donde se vende más, ya que después todos se conectan a Internet, la radio, la televisión y competir con la noticia, ya deja de ser caliente.

Y tercero, saber que el los canillitas ganan por comisión, no es un sueldo. Es decir, que el vendedor de diarios sabe que para tener una mejor ganancia, se debe empujar los diarios que nos dan al 30% y ya después lo que dan menos que es el 25%.” (2016)

2. 1.2 Tipos de Canillita

El Secretario General de la Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP), Carlos Aguilar comentó en una elaborada entrevista, que existen cuatro tipos de canillitas: el kiosquero, el exhibidor, el vocero y el repartidor.

En el cual, el Kiosquero es aquella persona que se encuentra ubicada en las vías públicas más transitadas, con puestos propios (Figura 10)



Figura 10: Puesto de kiosco fijo
Créditos: La República, 2011

En cambio, el exhibidor no cuenta con un espacio físico, sino que muestra los productos colgados en una pared, en el piso o en un pequeño stand. (Figura 11)



Figura 11: Exhibidor de diarios
Crédito: RPP Noticias, 2016

De igual manera, el voceador, es aquel que circula en los paraderos más concurridos, donde ofrece verbalmente los periódicos a los conductores de micros, taxistas y hasta los transeúntes, entre otros. (Figura12)



Figura 12: Voceador de diarios en las calles.
Crédito: Al Día, 2016

Asimismo, el repartidor, en compañía de su bicicleta u otro transporte, recorre el barrio de su zona, donde algunos se suscriben, por medio de ellos, para que le llegue el diario en su casa. Y así haya, mayor comodidad para los lectores. (Figura 13)



Figura 13: Repartidor de diarios que va a domicilios u oficina.
Crédito: Comercio, 2010

Con un poco de criterio, se podría decir que los canillitas se han ido clasificando de acuerdo, al tipo de lectores. Es decir, para cada lector hay un canillita.

2.2 ¿La tecnología desplazará a los canillitas?

Lamentablemente, los canillitas ahora no están pasando por un buen momento, debido que se ha disminuido el 17 % de la venta, a nivel nacional.

Algunos de los canillitas ya no venden la cantidad de diarios que debería vender, sino la mitad. Y por ese motivo no le genera ganancia.

Hoy en día, los canillitas se han visto obligados a reducir sus gastos, debido que antes ganaba de 30 a 40 soles diarios, líquidos. Mientras que ahora solo gana 20 a 25 soles diarios. Esto se debe al Internet que ha reducido el porcentaje la venta. Es decir, si antes ellos vendían por día 500 diarios ahora, solo venden 250 diarios aprox al día.

La tecnología no solo ha afectado a los peruanos, sino también a los de Argentina, Chile y México. En Argentina ha bajado el 40%, en Chile el 50% y México el 20% de canillita ya habría desaparecido.

Para el Secretario General, Carlos Aguilar, nos explica “que uno de las misiones de la FENVNEDRELP, es que el canillita para que pueda subsistir deberá vender e implementar otros tipos de productos a su negocio. Para no desaparecer.”

Por otro lado, un periódico en un país subdesarrollado como nosotros aún existirían. Porque, no todos cuentan con dispositivos móviles modernos y mucho menos el servicio de internet. Así mismo, hay personas que aún manejan el hábito de comprar periódico en la esquina de su casa.

Además, en el Perú existe el diario Trome, que sigue siendo a nivel América Latina el número uno. En total tiene 2, 479,944 millones de lectoría por hombres y mujeres a nivel nacional. (Gráfico 1)

GRUPO OBJETIVO	LECTORÍA	AFINIDAD
Total	2,479,944	-
Hombre	1,205,871	100%
Mujer	1,274,073	100%
AB	379,702	65%
C	1,189,449	110%
DE	910,792	111%
12-17	240,490	84%
18-25	421,708	85%
26-37	685,788	113%
38-49	606,248	116%
50-75	525,709	92%

Gráfico 1: MRP, Estudio de Lectoría del diario TROME en Lima, 2016
Fuente: EcoMedia

En Perú, no sabemos qué día será que ya no usemos el periódico, pero según un estudio realizado por Price Waterhouse Coopers (PWC) asegura dentro de 50 años la prensa escrita ya no existiría.

Por lo tanto, aún tenemos a los canillitas por mucho tiempo. Porque nosotros somos un país que recién estamos incorporándonos al consumo de medios escritos, mientras que en Europa ya hay escuelas de periodismo que se enseña lo digital, para dejar el papel.

“No, nos engañaremos, es muy cómodo tener un medio escrito. Lo coges, lo ojeas, lo tiras en veinte minutos, te hiciste una idea general. Por eso es importante que se entienda el aspecto ritual del consumo” (Castro, 2016).

2.3 Los Canillitas y el Estado

El 5 de Octubre de 1946, se promulga la Ley N°10674, donde establece que la Caja de Protección y Asistencia Social (CPAS), tiene como fines proteger y brindar salud a favor de los Expendedores de Diarios, Revistas y loterías a nivel nacional. Más conocido como la “Ley del Canillita”

Esta ley, en el artículo 13, señalaba textualmente lo siguiente:

“El Poder Ejecutivo previo los estudios del caso y dentro del término de sesenta días, contados a partir de la fecha de promulgación de la presente ley, incorporará a los expendedores de diario y billetes de lotería en los beneficios del Seguro Social, teniendo en cuenta la relación jurídica sui generis entre estos y las empresas editoras y Sociedades de beneficencia”

Sin embargo, esta mediante el Decreto Supremo del 04 de diciembre de 1946, se incorporó a los canillitas el sistema de la Seguridad Social que incluía la atención médica, y a la atención de una pensión. A así mismo, ya han pasado más de 70 años los gobiernos nunca cumplieron.

El Secretario General, Carlos Aguilar de la FENVENDRELP nos comenta lo siguiente en la entrevista laborada.

“Nosotros, tenemos una Ley N° 10764, a favor de los canillitas. Donde se expone que tenemos derecho a la pensión, y al Seguro Social. Sin embargo, hace ya más de 70 años, que no lo cumplen. Nosotros le hemos presentado al Congreso

nuestro motivos a la Luz Salgado, la presidenta del Congreso, pidiendo que nos incorpore a la Salud Social. Y hasta el día de hoy, seguimos esperando” (2016)

Y hasta el día de hoy, el canillita no tiene sistema al Seguro Social, en especial una pensión digna acorde a la Constitución Política del Estado.

Los vendedores de diarios, revistas y billetes de lotería del Perú, cuenta con 25,000 siendo alrededor de 15,000 canillitas ubicados en Lima, y 10,000 canillitas en toda la provincia. Constituyendo este oficio como su única fuente de ingresos.

Las características particulares del canillita es que está actividad pública, es de participación del o la cónyuge y hasta de los hijos. Trabajo que por cierto desarrollan todos los días del año, incluyendo los domingos y feriados. Y a veces conlleva sacrificadas 16 horas diarias. Pues, la labor empieza a las 3:00 am y culmina hasta altas horas de la noche.

Tabla 1: POBLACIÓN DE CANILLITAS EN EL PERÚ – AÑO 2016

N° de canillitas	Lima y Callao	Resto del país
25,000	15,000	10,000

Fuente: FENVENDRELP
Elaboración propia

Este incumplimiento del Estado ha deteriorado a niveles preocupantes, es decir, que hay algunos canillitas que laboran con precariedad. En el artículo 11 de la constitución indica lo siguiente:

“El Estado garantiza el libre acceso a prestaciones de Salud y a pensiones, a través de entidades públicas, privadas o mixta. Supervisa asimismo su eficaz funcionamiento “

De este modo, la carencia de una pensión justa de los canillitas, incumple una de las normas del Protocolo Adicional de la Convención Americana de Derechos Humanos que señala en el artículo 9 lo siguiente:

“Cuando se trate de personas que se encuentran trabajando, el derecho a la seguridad social cubrirá al menos la atención médica y el subsidio o jubilación en casos de accidente de trabajo o enfermedad profesional y, cuando se trate de mujeres, licencia retribuida por maternidad antes y después del parto”.

Tabla 2: SITUACIÓN SOCIAL DE LOS CANILLITAS – AÑO 2016

PROMEDIO DE EDAD	% DE CANILLITAS QUE VIVEN EN SITUACIÓN DE HACINAMIENTO
50 años	35%

Fuente: Estudio Financiero Actuarial, elaborado por ESSALUD.
Elaboración propia

No obstante, para que la ley se cumpla y el Estado proteja y asista a los expendedores de periódicos, revistas y billeros de lotería, debe expresarse garantizándoles efectivamente el derecho a la jubilación y percibir una pensión decente, como retribución al valioso servicio que brindan a la sociedad.

Cabe resaltar, que el Estado peruano no asume ningún gasto, dado que quienes lo harán, serán los propios canillitas con los recursos que perciben del

porcentaje de la venta neta de los diarios, revistas y loterías y que de manera voluntaria decidan trasladar al Fondo de Jubilación del Canillita.

Por otra parte, se consideró que en la actualidad los canillitas perciben los siguientes beneficios debidamente pactados en los convenios firmados por las casas editoras, donde los recursos económicos se podrían financiar a un Fondo de Jubilación especialmente para quienes autoricen dicho traslado.

“La Empresa otorga el 1% de las ventas netas a los diarios y revistas de los días lunes a domingo, en calidad de apoyo institucional. Y el 5% adicional de los días domingos y feriados, que servirán para los gastos administrativos de dichas bases sindicales” comentó el secretario General Carlos Aguilar.

Y finalmente, la FENVENDRELP, solo pide que le entreguen la norma firmada sobre el Seguro Social, para la jubilación de sus 25, 000 afiliados peruanos. Debido que hasta la actualidad se estima que hay un importante sector de canillitas que tendrían 65 años, y aun así tienen que seguir trabajando por no tener acceso a la jubilación.

El congresista, Yonhy Lescano Anicieta, autor de esta iniciativa legislativa, señaló que con la aprobación de la Ley ahora se abre el camino para que la propuesta pase al Pleno y de allí al Ejecutivo.

“Nuestra propuesta busca reivindicar los derechos de los miles de canillitas a nivel nacional, la primera etapa ha sido satisfactoria, ahora en el Pleno seguro obtendremos el respaldo y luego será el Ejecutivo quien finalmente le dé el visto bueno a esta Ley” (Correo, 2014)

Hay que recordar que el Proyecto de Ley, no genera un costo adicional al Estado ni tampoco al Presupuesto General, por el contrario su aprobación y vigencia garantizará el bienestar de los trabajadores y vendedores de diarios, revistas y loterías, mediante el acceso a la jubilación y a una pensión digna.

Cabe resaltar, que el presidente Pedro Pablo se reunió con la FENVENDRELP, el 25 de Mayo de presente año, para discutir y hacer cumplir la deuda que tienen con el Estado hace más de 70 años.

2.4 Municipios y la venta de diarios.

La libertad de Prensa, es uno de los pilares más importantes, debido que permite y garantiza a los ciudadanos que estén informados a través de los diarios.

Los canillitas, hoy en día es un medio importante, ya que lleva la información de manera sistematizada y organizada a los lectores. Ellos a través de sus kioscos, ubicados en la vía pública o voceando en las principales calles hace llegar la información.

Sin embargo, las Municipalidades, hasta ahora no entienden el buen oficio que conlleva este para la sociedad. Por lo tanto, son tratados como si fueran un comercio ambulatorio.

Las Municipalidades vienen denegando la entrega de autorizaciones y/o permisos a los canillitas para su libre circulación de la prensa, impidiendo el crecimiento como emprendedores, y perjudicando su labor diaria.

En una entrevista con el Secretario General, Carlos Aguilar nos informó lo siguiente:

“Algunos Municipios están respetando los puntos de venta en la vía pública. Nosotros le tramitamos, presentamos el padrón y pedimos la licencia. Sin embargo, hay algunos que no respetan y porque no saben interpretar la ley del canillita.”

El diario “Uno” bajo el mando del director, Cesar Lévano, publicaron una nota sobre, sobre la problemática que están viviendo los canillitas, donde las Municipalidades le quieren imponer cobros de tasas, que no se registra en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA).

Así mismo, La casa editora exclamó lo siguiente:

“Unidiarios es una empresa que representa a los canillitas. Y exige al Alcalde, Luis Castañeda Lossio de la Municipalidad Metropolitana, que emita una ordenanza donde se regule su actividad del canillita en la vía pública, esto daría el marco legal de esta importante labor en las calles y se acabaría con los abusos de las diferentes Municipalidades Distritales, porque no solo se atenta contra el derecho al trabajo, también los hacen contra la libre circulación de la Prensa Escrita y el derecho a la información” (Diario Uno, 2016).

Como se sabe, uno de las organizaciones Sindicales más importante, es el gremio de los “Canillitas”, que con el pasar de los años sigue llevando información a la población. Sin duda un legado de cultura muy significativo en nuestro país.

CAPITULO III
ORGANIZACIÓN SINDICAL Y LA RELACIÓN CON LOS MEDIOS
ESCRITOS

3.1 Convenio entre “Los Canillitas y los Medios Escritos”

Un convenio colectivo, es un acuerdo entre los representantes de una empresa con los trabajadores sociales, en este caso los canillitas. Mediante este convenio, se regulan las condiciones de trabajo y productividad.

Estos convenios, obligan a empresarios, en este caso a los medios escritos, y canillitas a cumplir con el pacto acordado.

Entonces, la relación de convenios con los medios escritos se dieron en los años 75´ y 79´, pero recién se hace un convenio con firmas con el diario “Marca y Kausachum” en el año 81´. Asimismo, en ese mismo año se firmó un convenio con “La República”, en ese entonces llamada “Satélite SA”.

Y así, se logró fidelizar con las empresas editoras, los convenios que ahora reconoce al canillita.

Dándose a conocer el 25% de ganancia de lunes a sábado y el 30% los domingos. Una vez que se firmó el primer convenio, las otras empresas editoras

empezaron a firmar con los canillitas, siendo uno de ellos el hijo de “La República”, el “Popular” en el año 87’.

Luego, los canillitas hicieron un paro con EPENSA, que tenía en ese entonces el diario Ojo, Correo, Bocón y Aja. Para realizar un convenio con ellos. En el cual perdieron en el 89’.

Recién a partir del año 2000 se empieza a renovar los convenios colectivos. En el año, 2001. Carlos Aguilar llega ser el secretario de la federación y se firma el convenio con el Diario el Trome.

El Trome, el 24 de Junio de 2001 se incluye al convenio de la Federación y de las cuales se afirma que de Lunes a Sábado 30% y domingo y feriados el 35%, se habría incrementado las ganancias de los canillitas. Luego, sin ningún conflicto, el Trome, saca u nuevo periódico llamado “Peru21”, donde se firmó el convenio en las mismas condiciones.

3.1.1 Obligaciones de las editoras y FENVENDREL P

La parte de las obligaciones que viene en el convenio, es igual para todo el diario. A continuación las obligaciones:

Las empresas, solo comercializarán sus diarios a través de los expendedores de Diarios que son representados por la Federación Nacional de Vendedores de Diarios y Revistas del Perú.

Las empresas editoras, cuando lanza por primera vez un diario nuevo, tiene que dar el 50% por los primeros cinco días al precio de tapa del diario.

Asimismo, las empresas conviene en otorgar la comisión de los canillitas a partir del sexto día el 30% de lunes a sábado y el 35% domingos y feriados.

Cabe mencionar que el 5% agregado adicional al 30% se le dará a las bases Sindicales, en los cuales le servirá para sus gastos administrativos.

Además, las empresas tendrá que conceder el 1% a la FENVENDRELP, del precio de venta del diario por cada ejemplar vendido de lunes a domingo.

En el caso de que las empresas no cumpla con abonar el 1% a FENVENDRELP, por dos meses ejecutivos, el gremio dejará de vender los diarios.

También se otorgará a los canillitas una comisión adicional extraordinaria del 20% en las siguientes fechas, con motivo: del 1° de Enero de cada año, el 1° de Mayo, el 28 de Julio y el 25 de Diciembre. Además, también se dará el 5 de Octubre el 75% y con el motivo del aniversario del diario el 20%.

En caso de fallecimiento de un expendedor de diarios de la FENVENDRELP. Las empresas de un diario otorgará un aporte aprox. a 100 dólares. Como aporte para los gastos de sepelio.

La empresa se compromete en publicar gratuitamente avisos publicitarios, comunicados, notas de prensa y otros de igual índole en el diario, radio o televisión en beneficio a la FENVENDRELP. Siempre y cuando el aviso o anuncio no afecten a cualquier medio de comunicación.

Las empresas editoras reconocen el derecho a la devolución del diario. Es decir, que al día siguiente le sobro 20 diarios, la empresa le brinda otros 20 diarios gratis.

En época de navidad, las empresas otorgan un aguinaldo navideño a favor de los canillitas. Como un panteón de un kilo o un equivalente en víveres. Asimismo, las empresas pueden hacer un homenaje por el día de la madre, chocolatada y eventos deportivos. Todos estos puntos en coordinación con la FENVENDRELP.

Por parte de la obligación del convenio hacia los canillitas, ellos se comprometen en vender con prioridad todos los diarios. Además, las empresas editoras exigen que madruguen para que puedan vender con anticipación.

3.1.3 Beneficios para la FEVENDRELP y los Sindicatos

Las empresas editoras, cuando lanza por primera vez un diario nuevo, tiene que dar el 50% por los primeros cinco días al precio de tapa del diario.

Asimismo, las empresas conviene en otorgar la comisión de los canillitas a partir del sexto día el 30% de lunes a sábado y el 35% domingos y feriados.

Cabe mencionar que el 5% agregado adicional al 30% se le dará a las bases Sindicales, en los cuales le servirá para sus gastos administrativos.

Además, las empresas tendrán que conceder el 1% a la FENVENDRELP, del precio de venta del diario por cada ejemplar vendido de lunes a domingo.

En el caso de que las empresas no cumpla con abonar el 1% a FENVENDRELP, por dos meses ejecutivos, el gremio dejará de vender los diarios.

3.2 ¿Existe un convenio con los diarios pornográficos?

Los diarios pornográficos que se encuentran en circulación, no tiene un convenio colectivo con la FENVENDRELP. El señor Carlos Aguilar, el secretario General, indica lo siguiente:

“Nosotros no tenemos convenios con las casas editoras del tema de pornografía. Al contrario hemos publicado en diferentes medios que esta determinadamente prohibido los periódicos pornográficos”

Sin embargo, las casas editoras de estos diarios clandestinos, los distribuyen a los mismos canillitas, por una comisión adicional. De tal modo que las casas editoras se aprovechan de la situación económica del canillita para que venda.

La FENVENDRELP. Como medio importante para los canillitas le han prohibido que distribuyan este tipo de diarios. Pero no hay algunos que quieren ganarse un pan a la boca y prefieren venderlo. Es por esa razón que donde se ha podido percatar la venta de diarios pornográficos son en el cono norte.

De firmar convenio con estos diarios pornográficos tendría que ser aplicando las normas legales, por ejemplo, la tapada de la exhibición pornográfica que es muy importante, como se hizo alguna vez con las revistas, como: PlayBoy y Zeta entre otros. Se le puso ciertos requisitos y la cumplieron.

“Lo que paso, es que en las portadas se le ponía una hoja bond y solamente la marca solo se vendía. Y si funcionó. Ellos respetaron el convenio y también el municipio dejó que vendamos.” (Carlos Aguilar, 2016)

3.3 Proceso de distribución de los diarios actualmente

En el proceso de distribución de diarios al “Canillita” es la última persona que recibe los diarios para que puedan distribuir información desde sus puestos de kioscos. El canillita está en el último eslabón de los medios de comunicación.



Figura 13
Elaboración propia

Como se puede apreciar en la figura13, una vez que termina el cierre de edición que aprox. es a las 8:00 pm y la media noche. Se envía a rotativa para la impresión de los diarios a las 9:00 pm hasta las 4:00 de la madrugada.

Si la rotativa saca unos mil ejemplares, se le va enviado al agente de distribuidor desde las 3:00 a 5:00 de la mañana.

Después, los agentes reparten los canillitas los diarios desde las 3:00 a 6:00 de la mañana. Una vez terminado, el canillita se va a su kiosco leer las portadas impactantes y lo va exhibiendo. La venta de los canillitas es de las 6:00 hasta las 8:00 pm. Aunque algunos se van antes.

Con respecto a los envíos a provincia. Antiguamente, se trabajaba de forma área, pero ahora casi todas las casas editoras tienen plantas. Como, el Grupo el Comercio, La República, Exitosa entre otros.

“Por ejemplo, nosotros tenemos uno en Chiclayo que se encarga de distribuirlo a todo el Norte, otra planta en Arequipa que se encarga de distribuir a todo el Sur. Así es más rápida la distribución” (Jefe de distribución, Javier Cachay, 2016)

3.4 Paralizaciones o Huelga

La última huelga que se realizó, según Carlos Aguilar fue , por la nivelación de porcentajes y los valores agregados al 25% con el Grupo la República que se logró y ahora están otorgando el 25%.

La Federación Nacional de vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú, toma acciones de huelga siempre y cuando no cumplan con lo dispuesto en el convenio.

Muchas veces, los canillitas han tenido la oportunidad de paralizar diarios, para que no se distribuya.

“Cuando nosotros tomamos una medida de fuerza o una medida de regularización o hacemos es un paro Nacional, para que el diario no circule. Entonces, como represalia lo que las empresas, es dividir a los sindicatos, es decir, si un sindicato está sólido, entonces busca algún canilla que están desesperados por sacar el diario y ellos se vuelven amarillos, y comienzan a tener conflicto con los que han hecho paro, y que nosotros llamamos rojos.” (Aguilar, 2016)

Amarillos y Rojos se pelean y eso es lo que busca la empresa dividirlos. Esa sería la mayor represalia o acciones que ha tomado las empresas editoras contra los canillitas.

3.5 ¿Qué haría las empresas si no existieran los canillitas?

Los canillitas es un medio importante para la distribución de diarios, debido que goza con la particularidad de hacerlo y saber llegar al lector.

Si no existiera los canillitas, las grandes empresas editoras, no sabrían como distribuir sus diarios a menos que sea por recojo a las oficinas, y eso demoraría mucho tiempo. El jefe de distribuciones de diarios, Javier Cachay comentó lo siguiente:

“Es imposible que no existan los canillas, porque tiene una federación importante. “(2016)

Para las personas que saben sobre el medio periodístico, ¿qué es un canillita? Es una persona natural, que tiene el poder de distribuir periódicos o como paralizarlo.

Es por esa razón que los medios, deben de ser considerados y hasta educados con los mismos canillitas. Porque ahora, el canillita se ha convertido en un quinto poder, muy tan importante.

CONCLUSIONES

1. La Federación Nacional de vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP), es la única organización gremial y representante de los Canillitas.
2. En el Estatuto indica que para vender un periódico o revista se necesita ser afiliado a la FENVENDRELP, o de lo contrario es prohibido e ilegal.
3. La FENVENDRELP, está prohibido pertenecer a un partido político, a menos que la asamblea Nacional o el Congreso Nacional les conceda un permiso en el mismo acto y no a través del tiempo.
4. El Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines (SIVENDIA), Es la única organización gremial que cuenta con una revista llamada el “Diariero” donde publica sobre las leyes y paralizaciones que le hacen a las empresas editoras como Nación y Clarín.

5. En los convenios colectivos firmados por ambas partes, indica que la empresa editora debe de otorgar el 1 % por cada ejemplar vendido a la FENVENDRELP, en calidad de apoyo institucional.
6. De igual manera, de los 35% de la venta de los domingos y feriados. Ese 5% se le otorgará a las bases sindicales, para sus gastos administrativos.
7. Han pasado más de 70 años y el Estado aún no reconoce el derecho a la Jubilación de los Canillitas. Algunos vendedores de diarios ya cuentan con una edad muy avanzada que rodea los 65 años y no puede dejar de trabajar por que aún no está la ley que le permita la jubilación.
8. En Perú ha bajado el 17 % de las ganancias de venta del periódico. Si antes una persona vendía 500 diarios en un día. Hoy solo se vende 250 diarios. La ganancia ha bajado producto del Internet.
9. Los vendedores de diarios se han convertido un medio de distribución fácil y accesible para cualquier tipo de lector. Ahora hay canillitas como: Kiosqueros, Voceadores, Exhibidores y Repartidores. Se hizo un canillita para cada tipo de lector.
10. Los canillitas sin duda son un poder muy importante para la distribución de diarios. Si ellos no existieran, las empresas editoras no sabría porque medio distribuir su diario para que sea rentable.

11. Los Canillitas, hoy en día entienden el poder que tiene sobre las casas editoras. Ellas pueden paralizar un diario por una semana o un mes. Por eso es que las empresas editoras, deban tratarse bien con ellos y cumplir con las obligaciones que dicta el convenio.

APÉNDICES

APÉNDICE A: Primera entrevista a Carlos Aguilar, secretario General de la Federación Nacional de vendedores de Diarios, Revistas y Lotería del Perú.

Fecha: 16/09/2016



¿Cómo nacen los canillitas a raíz de que caso?

Esto nace en el año 1973, a raíz de que el gremio de canillitas no tenía un representante legal ante las casa editoras. Estamos hablando en ese entonces del diario el comercio, la prensa, la última hora, la crónica, la tercera, el ojo muchos diarios que de una y otra manera solo tenía relaciones de circulación en el mercado, pero que lamentablemente no había un pacto, acuerdo o convenio absolutamente nada.

A raíz de esa necesidad, en los años 60 ya existían los sindicatos, pero no se sientan representados ante las casas editoras, por el mismo hecho de que los sindicatos son solamente de jurisdicción, es decir " El sindicato del balneario del sur, es la suma de todos los canillitas de Surquillo con Miraflores"

En el caso de Lima, tenemos a Lima centro histórico. Pero como se sabe la población ha crecido a través de los años, si antes éramos 3 millones de peruanos, hoy pasamos los 9 millones. Los distritos comenzaron a urbanizarse aparecieron más puestos de periódicos y creciendo más sindicatos.

Los primeros 5 sindicatos fueron de Lima, La victoria, El callao, El balneario del Sur y el de Plaza Unión. (Los 5 se juntaron) Y en provincias sacaron al sindicato Arequipa e Ica y formaron la federación FENDERLF lo que hoy en día estoy dirigiendo.

Entonces estos 7 sindicatos forman la FENDERLF y el año 73 se acercan al ministerio de trabajo y logran darle su resolución ministerial en el expediente 300-75 de las cuales prácticamente puedan ejercer su labor dirigencial.

La resolución 007-79 crea todo lo que es la facultad y el desempeño de todos los dirigentes del comité ejecutivo nacional y posteriormente en el 1980, tienen su partida electrónica la 01856200 ruc: 20139451440

¿Cómo es la relación con los medios impresos?

Ahora sin bien es cierto, las empresas comenzaron a tener una relación y los primeros pactos se dieron al año 75 -79. En el 81, recién se firma el primer

convenio con el diario Marca y Kausachum, pero el verdadero convenio es en el mismo año con el diario La República, ahí se firma ya un convenio nacional, Y el grupo la republica (en ese entonces se llamaba Satélite SA), logro el convenio con la federación nacional, donde por fin se la reconoce la ganancia del canilla.

El 25% de lunes a sábado y domingo el 30%. Entonces una vez que se firma el primer convenio, de ahí las empresas editoras comenzaron a linearse. Uno de los hijos de La Republica, el diario Popular, que también nos firman en las mismas condiciones en el año 87.

Luego, los compañeros hicieron un paro contra EPENSA, que tenía en ese entonces el diario Ojo, Correo, Bocón y Aja . Y querían un convenio con ellos. Al final perdieron la lucha, los agremiados en el 89, recién a partir del año 2000 se empieza a renovar los convenios colectivos.

En el año, 2001. Carlos Aguilar llega ser el secretario de la federación y se firma el convenio con el Diario el Trome.

El Trome nace 24 de Junio en el año 2001 y de las cuales se afirma que de Lunes a Sábado 30% y domingo y feriados el 35 % , se incrementó las ganancias de los canillitas . Ya sin ningún conflicto, si ningún paro él Tome ya vencido nos llama a llamar y nos dice que van a sacar un nuevo periódico que se llama Perú 21, y ellos firmaron el convenio, también en las mismas condiciones. 30% de lunes a sábado y domingos y feriados el 35%.

Luego, pasando 2 años más sale el Depor, también en las mismas condiciones. Lo único que hemos hecho es prácticamente continuar ese tamaño de ganancia por parte de las comisiones que les corresponde a los canillitas.

Todo convenio colectivo goza, primero de las comisiones que tienen los canillitas de ganancia de todos los días, segundo. Goza del derecho a la devolución, es decir si hoy no venden, al día siguiente día la empresa le reconoce lo que no vendió y le que cambia por uno nuevo, más la venta neta. (Ósea si yo saque 80 y vendí 60 , devolví 20 entonces al día siguiente esos 20 me da y me vende 60 más para mantener la pauta)

Luego el Convenio tiene un porcentaje especial en las fiestas festivas ósea nos dan el 50% en las 4 fechas importantes que son: El primero de Enero, 28 de julio, día del canilla y navidad.

Entonces ahí nos dan la mitad de precio , en el día del canilla nos dan el 75% (la empresa solo recibe el 25 y ellos 75 %) Otra de las cosas que han logrado por parte del convenio es que nos reconocen cada vez que fallecen el derecho del mortuorio , ósea el deudo gasta todo el derecho al sepelio, el ataúd y el nicho y todo lo demás y con las facturas o boletas nosotros vamos todas las empresas editoras y mancomunadamente nos dan 300 soles , 100 dólares. Juntando todo ese banquito de dinero, y es lo que supera al derecho del mortuorio.

Otras de las cosas que también hemos logrado, que por cada diario, no por empresa, si no por cada diario de una empresa. Nos dan un aguinaldo, consiste a un panteón o su equivalente, puede ser en tarros de leche, chocolate, o en víveres que sea equivalente. En ese sentido, los convenios han sido muy superables y muy significativos.

¿Las personas que se dedican a vender los diarios, necesitan estar asociados a la federación o lo puede vender cualquiera?

La organización, afilia a sindicatos, los sindicatos son los que afilia a los vendedores. La persona nueva está interesada en la venta de periódico y lo que hace es ubicar un sitio donde quiera vender y esa persona se dirige al sindicato de la jurisdicción.

Un ejemplo: El distrito de Comas, yo quiero vender en un esquina en la av. Túpac Amaru en la cdra. 14, si veo que no hay ningún canillita, yo lo ubico en ese punto, me dirijo al sindicato de comas, presento la solicitud de afiliación, ellos lo someten a una asamblea donde se diga que ningún antiguo esta perjudicado, entonces ahí lo aceptan. Y esa aceptación hacen que lo comuniquen a las empresas editoras y al día siguiente las empresas le mandan la pauta a la agencia de la distribución para esa persona. Entonces una vez afiliado recién el sindicato de comas viene a la federación y dice: e afiliado alguien.

¿Cómo es el proceso de repartición de diarios??

La distribución parte sobre un esquema muy importante a través de todos los años. Una casa editora, aparte tiene una planta industrial, en esa planta lo que hacen es recaudar información en un CD, lo queman en una plancha lo imprimen a partir de las 12 - hasta las 3 de la madrugada aprox. Y una vez listo, lo forman en fardos y esos lo comienzan a repartir

El primer camión sale a las 3 am y tiene un promedio de 15 rutas para 66 agencias de distribución de todo Lima Metropolitana y Callao. Entonces, una vez el camión reparta a 4 - 5 distritos que vienen hacer 8 - 9 agencias y así llegan a las agencias por centro de acopio.

Cada distrito tiene mínimo uno, máximo cuatro. Entonces allí hay un agente distribuidor, y ellos se encargan de repartir a todos los canillitas.

Ellos hacen su cola desde las 3 am a 5 am. Pero la hora punta de vender un periódico es desde las 6am - 9 am- pasado eso el negocio es muerto. Porque la desventaja está en la radio, la televisión en el internet. Entonces, lamentablemente el canillita tiene que madrugar.

Una vez que el distribuidor atiende al canilla, y hacen su cola en la ventanilla uno de hombres y otra de mujeres, con la computadora lo registran ven la cantidad de devolución y venta neta y sobre eso le dan la siguiente pauta del día y allí se hace el descuento y le cobran. Todos los días liquidamos.

Una vez que el canillita tiene sus productos, se va a su kiosco y comienza a vender.

Tenemos 4 características de un canilla: El kiosquero, el repartidor, el exhibidor y el voceador.

Entonces en ese sentido, todo el día ellos están en su kiosco, se ayudan también con la venta de golosinas, porque científicamente está demostrado que si en las horas puntas solo vende diario , después puede vender revistas, golosinas.

Está abierto desde las 6 am, máximo hasta las 10 de la noche. Como también hay canillas que se explotan demasiado. Hay que están abierto las 24 horas.

¿Es cierto que los vendedores de diarios deben leer el 99% de los diarios para que puedan ofrecer a los lectores?

En parte si es cierto y parte no. Hay canillas que por la misma velocidad de vender, no pueden leer. Pero hay aquellos que se sientan en un kioscos, después de la hora punta ven los diarios. Y los lectores que vienen después de las 9 ya saben que productos venderle.

¿Cuáles son las primeras planas o titulares que los lectores compran?

Este impacto solo tiene un diario en circulación, que es el Trome. La portada que ponga, ya sea sensacionalista, de política, ya sea lo que sea y este con la parte mediática es lo que se vende más.

Es relativo, en vez en cuando es la farándula, deporte, político, todo depende de la actitud mediática que se está viviendo en el momento y es lo que se vende más. Ahora, estoy yendo en tema objetivo, ahora en un tema específico se puede decir que es la parte sensacionalista. Las persona es muy morbosa, porque más le gusta la parte sensacional.

¿Hay un caso de la ex presidenta de Argentina, declaró que solo los canillitas iban a vender los diarios y revistas?

Como todo sindicalista pensamos en eso, de que solo vendamos diarios en nuestro sitio natural de un lector " Los Kioscos" . Pero acá en Perú no se da, porque justamente de una u otra manera ya las tiendas de supermercados ya tiene productos de revistas y periódicos. No se venden mucho en esos puntos, no llega ni al 3 % de la venta neta de todo lo que se vende, pero igual incomoda, su presencia. Pero hay algunas empresas que dicen que es por un tema de merchandising.

¿Ustedes tiene alguna clausula con los medios de comunicación?

En temas de la cláusula en el fondo son los convenios, el incumplimiento del convenio incentiva una marcha, a un paro o una huelga. Entonces mayormente no se está haciendo alguna protesta por que las empresas están cumpliendo con lo que ya se planteó en el convenio colectivo.

Pero cuando nosotros hacemos una movilización el 50 % de canillas cierran su kiosco y el otro 50% no, porque ellos viven de la venta. Lo que hacen es poner a un familiar pero si va a la marcha.

No tenemos en el convenio, como otros países, que un día dejemos de trabajar. En el Perú e incluso en feriados todo el día se trabaja, no descansamos.

¿Ustedes ya le han aprobado lo que los derechos laborales?

Te comento algo histórico la única ley que tiene el canillita es del 5 de octubre del año 1946, donde habla sobre nuestros derechos laborales. En el artículo 13 : habla que nosotros debemos tener el derecho a la jubilación y a la pensión . Lamentablemente hasta ahora no se cumple, han pasado más de 60 años. Y solo lo que hemos hecho es presentar la semana a Luz Salgado, la presidente del congreso que nos incorpore en el Salud Social por qué tantos gobiernos han pasado y no estamos comprendidos, es posible sí. Por qué las casas editoras todos los días nos cobran por ventanilla, hay capacidad de retención para poder contribuir si, y ellos también pueden contribuir si, entonces tanto el empleador como el empleado los dos pueden contribuir sin afectar la economía del Estado, los dos pueden hacerlo, pero lamentablemente hasta ahora ningún gobierno se ha preocupado por nosotros.

Ni Ollanta, ni Toledo, ni Alan García y en la época de Fujimori lo único que se modificó fue la ley 10674 , era el tema de la caja de protección . Antes las empresas aportaban el 1% de su venta neta para el funcionamiento de la caja de protección que significa que de otra manera esto protegía y asistía al canilla con temas de salud de tema gratuita, tenía convenios con los hospitales tantos el 2 de mayo, Loayza, hospital del niño. Ahora no, todo se ha roto, y más bien ahora el financiamiento por la caja es por el medio del ministerio de economía y finanzas, este le da una partida económica a la caja de protección a un valor de un millón 33 mil soles anuales aprox. Y nosotros no tocamos ni tenemos gerencia en la parte económica de la caja de protección.

Porque, la Federación: Tema laboral, la caja de protección tema de salud. El tema laboral, habla de los derechos laborales, hasta ahora por medio de la ley 10674 el ministerio de trabajo nos reconoce como federación como sindicato y autentico trabajador, si no existiera esa ley tampoco no nos reconocería.

Y como con el estado no tenemos tanto impacto, más es el enfrentamiento con las casas editoras y es por eso que nacen los convenios colectivos.

¿Dicen que los vendedores de diarios como los canillitas son tan importantes?

Sí, todo es una concatenación. Si te das cuenta un periodista busca información, calentita del momento ya sea sensacionalista y eso lo transforma en cualquiera de esos tres medios.

Si se trata en nuestro caso, del rubro de periódicos, ellos lo digitan lo pasan a la central de la información y ellos completan la estructura del periódico y estos lo llevan a un cd y luego lo imprimen .Salen los fardos, y eso nos llega a nosotros- Todo es una cadena, todos somos importantes.

Pero si supongo el canilla no existe, ¿tú crees que el lector tendría acceso al periódico? no. por qué las casas editoras tendrían que venderlo en su propia planta industrial y no tendría sentido, nadie va ahí por un diario de 50 céntimos a la planta.

Nosotros somos muy importantes en la sociedad, y el concepto también de porque somos importantes primero, que prestamos servicio de distribución, nosotros no vendemos periódicos.

Nosotros expendiendo, no como una venta. La que vende es la casa editora. Porque ellos ponen el precio. Solo hacemos el servicio. Que si gracias a este expendio o circulación nosotros culturizamos a la sociedad, si la gente no se informa, no se culturiza.

En el fondo nosotros tenemos mucha importancia en el mercado. Y el impacto económico también, lamentablemente no declaran cual importante es el mercado con la participación de los canillas, ellos solamente declaran a la SUNAT el costo de producción no el costo de la venta neta. entonces si somos importantes económicamente.

Te pregunto: ¿Cuánto vende el Trome ? 750 mil a nivel nacional, en un solo día y multiplícalo por 30 días cuantos millones se venden. Igualmente el popular, correo. Si te das cuenta la gráfica por mas haya caído desde el año pasado hasta este año en un promedio de 17 % hablo de la comparación de agosto 2016 - del año pasado. Ha caído el 17% a nivel nacional igual de todas maneras somos importantes.

No solo eso, si te das cuenta vamos también al tema ideológico. Cuantas personas arrojan su opinión como columna en cada diario y eso ideológicamente se multiplica a todas las personas que le interesan esa pregunta.

Muchas veces dicen que el canilla esta desplazado en el sistema cuando en el fondo si contribuye a la sociedad, nosotros si contribuimos, solo que no nos ven de esa manera.

¿Entonces que es el canillita?

El canillita es una persona natural que tiene la importancia de poder tener contacto directo al lector que viene ser su familia, su amigo, su hermano porque cada canillita que tiene un punto de venta especifico, sabe lo que le pasa a la vecina a la tienda a la bodega al restaurante de la cuadra o a 200 metros a la redonda, él es importante aparte de saber su problemática, contribuye a la información respectiva de cada uno de ellos.

El canillita en el fondo es una persona natural, que se dedica a la información y a la cultura de una sociedad contribuyendo también con su relación indirecta. Ese impacto, es lo que goza las empresas editoras.

Si no hubiera un impacto con la población las empresas no se fijarían en ellos, ese es el canillita. Si no hubiera un impacto con la población las empresas no se fijarían en ellos, ese es el canillita.

APENDICE B: Segunda entrevista al Secretario General de la FENVENDRELP, Carlos Aguilar.

Fecha: 26/ 10/2016



Periodista > Centro de Redacción > Rotativa > Diario > Agente de Distribución > Canilla > Lector

¿Cuándo se empezaron a vender los primeros periódicos en Lima?

Los primeros periódicos que se vendieron fue hace más de 177 años, la edad que tiene Comercio, ya que anteriormente existieron dos o tres, pero murieron con el pasar de los años.

¿Cuáles fueron los primeros Sindicatos que se han organizado en Lima?

Los primeros sindicatos que existieron fueron siete de Lima y Provincia. El primero fue el Sindicato de Lima, Victoria, Plaza Unión, Callao y los del Balneario del Sur. Y por provincia eran, el Sindicato de Arequipa e Ica.

Ahora, último han aparecido algunos por cuestión de necesidad, por ejemplo: El Sindicato de Jaén - Bagua, Tarapoto, Nuevo Cajamarca y Paita. Estos fueron creador por su propia población que poco a poco han ido creciendo y ahora son nuevos Sindicatos.

En total tengo en el padrón 116 Sindicatos en todo el Perú. En los cuales 53 son de Provincia y 63 en Lima.

¿Ustedes cuánto han avanzado como organización ante la atención de su derechos?

En tema de los derechos, hay que dividirlos en dos aspectos: Derechos ante los Gobiernos Centrales/ Locales y entre las empresas Editoras.

Porque, la relación laboral con las empresas editoras hemos avanzado bastante. Sin embargo, con el tema del Gobierno Central no se ha avanzado nada. Y por último con el Gobierno Local se ha avanzado sustancialmente algo. Ese es el promedio.

Por ejemplo en el tema, de derechos laborales con la editora, por fin nos reconoce el derecho al aguinaldo, de mortuario, de las devoluciones y entre otras cosas.

En el tema del Gobierno Central, aún no nos entrega la norma sobre el seguro social "La Jubilación" y en tema de Gobierno Local, los municipios están respetando los puntos de venta en la vía pública. Nosotros tramitamos, presentamos el padrón y pedimos la licencia.

Hay algunos municipios que si no respetan porque no saben interpretar la ley del canillita.

Pero la mayoría sí, nos dan el permiso.

Lo que pasa es que algunos piensan que el permiso es permanente, osea perpetuo y por lo tanto nos están renovando constantemente. En ese sentido con los temas locales hemos avanzado bastante.

¿Ustedes son la única organización o gremio de los canillitas?

Tengo que reconocer que nacido dos nuevas, aparte de la nuestra. Pero, estas son de las propias bases sindicales nuestras, y que no se justifica la existencia de ellos.

Lo segundo es que los dos, están en un proceso de nulidad ante el poder judicial porque lo hicieron con firmas falsificadas. De todas formas yo considero que la FENVENDRELP, sigue siendo la única representación a nivel nacional.

¿Y dónde gana más el canillita?

Donde se gana más son en los periódicos más actuales. Como el Trome, Perú 21, Depor, Gestión, Chino, La Razón. Ellos te pagan el 30%.

Los periódicos que pagan menos son el Grupo la República, el Comercio, Líbero, Popular, El Ojo y el Correo.

¿Los canillitas reciben algún tipo de capacitación?

En las asambleas damos ciertas capacitaciones, diciéndoles cuales son sus beneficios, sus derechos y de otra manera saben específicamente saben a dónde están apuntando el negocio.

Hoy, en día el negocio está apuntando a la modernidad de los quioscos para tener más utilidad y dar un mejor servicio a la lectoría, en este caso a las comunidades.

Entonces, a ese lado está la capacitación.

¿De qué trata los convenios firmados, por la casa editora?

Las empresas editoras tienen convenio con nosotros de una manera indefinida, no hay fecha de límite de vencimiento de los convenios colectivos y trata específicamente de cuantos debe tener como comisión los canillitas y cuáles son las reglas de juego para vender un periódico.

Por ejemplo: El canilla cuanto goza de ganancia por cada ejemplar vendido. En este caso los periódicos nuevos dan el 30% y los antiguos 25%. Entonces en ese sentido varía específicamente el porcentaje.

Por otro lado, tenemos el tema de la comisión de las fiestas festivas, es decir los porcentajes extraordinarios. Por ejemplo, el día del canillita nosotros ganamos el 75% del precio de tapa, y otros feriados normales como el día de trabajador, 28 de Julio, y el 1ero de Enero el 50%.

Luego tenemos el derecho a la evolución, por ejemplo, yo no vendí el 100% si no el 80% ese 20% la empresa me reconoce al día siguiente, porque el canilla no pierde. Es la empresa que asume el tema de las devoluciones.

En lo que respecta al tema del aguinaldo, por ejemplo el canillita recibe un panetón por cada diario o el equivalente a un kilo de peso.

También, el canilla goza de un derecho a mortuorio, cada vez que fallece alguien, es decir, la empresa le da 100 dólares o 300 soles por cada diario a la persona o representante del fallecido.

En sí, marca ciertos beneficios y ciertos derechos en lo que representa al convenio.

¿Cuáles fueron el primer convenio y el último?

El primer convenio fue el diario Marca que ya desapareció y el diario Kausachum, pero el primer convenio vivito y coleando que se mantiene desde el año 81 hasta la actualidad es el diario La República.

El último convenio es con el diario depor, porque todos los demás ya estaban en el mercado.

¿Cuáles son las exigencias de las casas editoras hacia los canillitas?

Mayormente lo que exigen es que madruguen, exhiban los productos y que empujen los productos agregados. Osea, si tienes un diario y encima se complementa con un libro o con un suplemento entre otros. La empresa pide a los canillitas que empuje el producto para venderlo.

¿Cómo fijan los porcentajes con la empresa editora?

Es en base a una negociación en ambas partes, las empresas se sientan en una mesa con nosotros y empezamos a leer articulo por articulo lo que dice en el contenido del convenio y dentro de ellos se habla del 30 % de lunes a sábado y el 35% domingos y feriados a favor del canilla. Este porcentaje se da a medida del costo de producción si a merita un grado de porcentaje del canilla. Lo que pasa es que el canilla solo percibe esa comisión, mientras la empresa percibe, no solamente el tema de la venta neta, sino que también el contenido, la portada, publicidad y de los valores agregados adicionales.

Entonces en ese sentido ellos están en la capacidad de otorgar mínimo el 30%, se sobre entiende que hasta un periódico le pueden dar gratis al canilla, por cuanto a la publicidad cobre el costo de la producción del diario. Pero, las empresas siempre buscan por los mejores ingresos, por lo tanto es que nos dan la comisión del 30%.

¿Qué es lo que alegan los canillitas y los medios?

Los canillitas alegan en el tema de sus beneficios el hecho de que debería nivelarse todos los diarios al 30 % y 35%. Porque uno de ellos es que el grupo Comercio, tiene al propio Comercio con 25%, Erensa en este caso se llama Grupo Plesmar tiene Correo y Ojo a 25%, el Grupo la República tiene a Líbero y Popular a 25%.

Entonces, estos 6 periódicos los canillas quieren que ya sean el 30% por que los demás periódicos ya lo dan. A eso nosotros lo llamamos nivelación de porcentajes.

Y bueno ¿Que alegan las empresas?, ellos nos dicen que, ellos nacieron antes que la Federación y por lo tanto se debe respetar. En ese caso, hay una especie de un conflicto y en vez de cuando, si los conflictos no se solucionan en la mesa, es ahí donde ya se va al paro o huelga del gremio, porque es una medida de protesta.

¿Si hubiera una huelga por qué sería?

Por la nivelación de porcentajes, exigir a las empresas editoras que también se sometan a la nueva ley del seguridad Social de los Canillitas para que tengan una jubilación digna, en ese sentido se ha orientado las medidas de fuerzas.

¿Habido algún pronunciamiento?

Las empresas se están absteniendo hasta que el poder Judicial no se pronuncie mediante sentencia. No habido ningún pronunciamiento por parte de la editora, solo se abstienen en decir algo.

Mientras que por parte del gremio si hay un pronunciamiento, que si no se cumple, el seguridad social hay que hacer un juicio al Estado, y luchar para que se cumpla la jubilación.

¿La última huelga cuando fue?

La última huelga fue por la nivelación de porcentajes y los valores agregados al 25% con el Grupo la República que se logró y ahora están otorgando el 25%.

¿Qué penalizaciones hacen ustedes, y que tipo de acciones toman los medios?

Muchas veces, cuando nosotros tomamos una medida de fuerza o una medida de regularización, lo que hacemos es un paro Nacional, para que el diario no circule. Y entonces, como represalia lo que las empresas hacen es dividir a los sindicatos, es decir, si un sindicato está sólido, entonces busca algunos canillas que están desesperados por sacar el diario y esos canillas se vuelven amarillos, y comienzan a tener conflicto con los que si son sindicalizados , con los que han hecho paro, y que nosotros llamamos rojos.

Amarillos y Rojos se pelean y eso es lo que busca la empresa dividirlos. Esa esta es la mayor represalia o acciones que ha tomado las empresas editoras.

¿Usted, sabe a qué se debe que los medios escritos no publiquen algo negativo en su diario?

Si, mas es por el tema de prestigio por parte de las casas editoras. Porque si en estos momentos un diario publica las medidas de fuerza de una de sus

competencias, ellos saben conscientemente que de la competencia va a publicar en el momento que ellos están en pleno de lucha con la federación.

¿Las empresas editoras le hacen algún incentivo, homenaje?

Solo nos apoyan de manera sustancial en el día de la Madre, con canastas a las propias bases sindicales, el día del canilla cada 5 de Octubre y que estamos pensando hacerlo este año el 7 de Diciembre, y el día de la Navidad del niño canillita que nos regalan un porcentaje de juguetes para poder donarles a las bases sindicales.

¿La federación tiene un proyecto a largo plazo para que los canillitas puedan llegar a los pueblos más lejanos?

Si, la idea es ir a cada base sindical de provincia y analizar mediante un mapeo el tema de cómo ellos se han organizado y determinar las zonas claras para fomentar el tema de la distribución de los periódicos.

Este tema no lo pueden hacer las empresas editoras porque están super limitadas. Sin embargo, nosotros ya hemos experimentado en la ciudad de Cumaná, que son los mismos voceros que caminan por cada comunidad repartiendo los diarios, ya que no les rinde estar en un solo lugar con el quiosco.

¿Cómo manejan los periódicos pornográficos? ¿Tiene un convenio?

No, nosotros no tenemos convenios con las casas editoras del tema de pornografía. Al contrario hemos publicado en diferentes medios que esta determinadamente prohibido los periódicos pornográficos.

A raíz de eso es que ya han desaparecido muchos periódicos del mercado. No asumimos la distribución, pero si están apareciendo algunos clandestinos, porque si bien es cierto, el mercado se presta para todo los, formales e informales.

Hay empresas editoras que imprimen esta clase de productos, sacando la vuelta también al mismo estado, osea al mismo control de los municipios y también a nosotros mismos.

Nosotros tratamos de evitarlo, pero nunca falta gente que por necesidad vende. Por eso, solo algunas cosas aisladas de las empresas editoras informales.

De firmar convenio con estos diarios pornográficos tendría que ser aplicando las normas legales, por ejemplo, la tapada de la exhibición pornográfica que es muy importante, como se hizo alguna vez con las revistas, cuando firmamos convenio con las revistas como, PlayBoy y Zeta entre otros. Se le puso ciertos requisitos y la cumplieron.

Lo que paso, es que en las portadas se le ponía una hoja bond y solamente la marca solo se vendía. Y si funcionó. Ellos respetaron el convenio y también el municipio dejó que vendamos.

Lo que usted, me está anunciando es justamente porque existen casas editoras clandestinas que ni respetan al sistema mismo.

¿Y porque venden los canillitas sin su autorización?

Nosotros, si le decimos que no vendan. Porque le capacitamos y orientamos. Lo que sucede es que nunca falta algunas canillas que buscan mejor provecho.

Como se sabe los canillitas es parte del círculo de expresión, bien pueden marketear un periódico como boicotarlo también. ¿Usted es consciente que tienen un gran poder?

Nosotros somos conscientes que podemos paralizar un medio, pero nosotros antes de hacerlo preferimos negociar con la empresa. Con el ánimo de que no exista la explotación, el abuso, el incumplimiento de los convenios, los acuerdos, los pactos entre otros. Considero que las empresas han reflexionado en comparación a los años 60 y 80 . Hoy en día, las empresas si se sientan a negociar, porque hay un perfil de dialogo y eso no lo perdemos fácilmente.

Pero en la medida de cómo se presenta el entrapamiento, yo creo que por las fuerzas van a tener que llegar. Si es que prácticamente, ellos no han sabido interpretar la necesidad del gremio.

¿Ustedes han pensado en formar un partido político?

No, nosotros en los estatutos somos apolíticos, y por lo tanto esta determinadamente prohibido estar en política, salvo que la asamblea nacional o el Congreso Nacional nos del permiso, pero por el momento en el acto, no a través del tiempo.

Como se sabe, antes no había muchos oficios y ser canillita era uno de esos. Pero hoy en día hay varios oficios o trabajos. ¿Usted, cree que algún día desaparecerán los canillitas?

Si te das cuenta como periodista, la gráfica ha caído desde el mes de Agosto del año pasado a Agosto de este año en un 17% a nivel nacional. Y

considero, que hay algunos canillas que ya no están vendiendo sus diarios, algunos ya lo están traspasando respectivamente. Porque ya no es rentable, entonces no creo que desaparezcan, pero tampoco creo que se mantenga el nivel de población de los canillitas.

Es decir, si tú te vas a Argentina o Chile el 50% de los canillitas ya desapareció y es que el Internet está avanzando tremendamente y el servicio de televisión también. La publicidad, en periódico ya no es la misma, entonces el canilla tiene que complementar su negocio con otros productos, que de alguna manera u otra es la misión de la federación conseguirla. Y eso es lo que estamos haciendo para que no desaparezca.

Ahora, un periódico en un país subdesarrollado si va a ver, es decir, que hay personas que se dedican por hábito que consuman un periódico. Y también considero, que haciendo una campaña de lectoría podemos mantenernos en el mercado, caerá hasta un 40% pero creo que se va a tener que mediar el promedio de la venta neta.

Considero que no van a desaparecer, pero si vamos a disminuir en lo que respecta a la población.

¿Ha bajado entonces la venta del periódico?

Si, ha bajado. Si tú te vas a México, antes se vendía 4 veces más que ahora, pero ha caído. En Chile, hoy en día existen los periódicos regalados el 50% de la prensa escrita es regalado y el 50% es por ofertas de los quioscos. En Argentina ha bajado más del 40% , y en el Perú el 17%.

Lo bueno es que el Trome, sigue siendo el número 1 a nivel América Latina y considero que si ha bajado es por otros factores, no porque la gente no quiera leer, sino porque existe una competencia de tecnología de punta y lo que está buscando las empresas es luchar contra ellos y nosotros también.

APÉNDICE C: Entrevista realizada al jefe de distribuciones Javier Cachay de la empresa “Corporación Universal” empresa periodística del diario “Exitosa y Karibeña”

Fecha: 14/11/ 2016

¿Cómo es el proceso de la distribución de los diarios?

El proceso de distribución consiste de varias partes. Comienza con el departamento de despacho, liquidación, evolución (producción) y transporte. Esos 4 puntos.

Cuando la rotativa se apaga, ahí empieza la distribución. Donde primero el área de despacho se encarga de que la producción le entregue al área de distribución la cantidad de periódicos que mandan. Por ejemplo, yo le digo a producción " Necesito 50 mil Exitosas".

La producción entonces se encarga imprimir esa cantidad y me lo entrega a mí. Yo con una pauta la distribuyo en las distintas agencias que hay en Lima Metropolitana.

Entonces, una vez que termina la producción, el departamento de despacho me entrega las pautas, donde en están las distintas agencias que hay la ciudad de Lima.

Nosotros tenemos 74 agencias, por ejemplo, Barranco, todos los canillitas que venden en ese distrito tienen que ir a esa agencia a sacar el periódico.

Entonces, una vez que la producción le entrego los 50 mil periódicos al área de despacho, ellos se encargan de distribuirlos de la forma que indica la pauta, es decir con las cantidades que ya está establecido.

Una vez que los encargados de las agencias (Agentes) tienen el periódico a eso de las 3 de la mañana, ya que es a esa hora donde salen los diarios.

¿Siempre salen a esa hora a distribución?

Lo normal que se hace, es que una vez que la rotativa está encendida y los primeros trabajos que salen, se le manda a puntos más lejanos, por ejemplo, de aquí (Chorrillos) al cono norte. Una vez que salen se dirigen por de esas rutas, pero en cada ruta pueden haber 10 agencias, entonces se le va dejando los diarios a cada uno de ellos. Básicamente es así como se distribuyen.

Y para terminar, una vez que ya tienen los diarios todas las agencias, los canillitas se acercan desde las 4 de la mañana hasta las 6 a recogerlo. Es por eso que siempre vemos a los quioscos abiertos desde muy temprana hora.

¿Cómo es con respecto a la distribución de diarios a provincia?

Lo que pasa es que antiguamente se trabajaba de forma área, pero ahora casi todas las casas editoras tienen plantas, por ejemplo, nosotros tenemos uno en Chiclayo que se encarga de distribuirlo a todo el Norte, otra planta en Arequipa que se encarga de distribuir a todo el Sur. Así es más rápida la distribución. Y bueno, el Comercio y la República también tienen plantas.

Entonces antes cuando no había plantas, se hacía los envíos aéreos, una vez que llegaban los agentes lo recogían y hacían el trabajo que ya te había comentado anteriormente.

Bueno, entonces ahora todo es diferente como ya hay plantas, se imprime los periódicos allá y el trabajo del despachador es mucho más fácil.

¿De qué material está hecho el papel?

El papel está hecho de papel periódico de 48 gramos.

¿Y cuántos diarios salen a distribución?

Bueno, tenemos dos periódicos y cada uno de ellos tenemos distintas pautas. Todo depende mucho de la venta. Porque ahí se sabe que diarios salen y que no salen mucho. En este caso, con Exitosa estamos imprimiendo 70 mil ejemplares y Karibeña solo 50 mil ejemplares.

¿Qué hacen con la devolución?

El despacho le entrega la ruta a los transportistas. Ellos, entregan en cada agencia y una vez que dejan todos diarios del día de hoy. Vuelve a retomar su camino de atrás para adelante.

Bueno lo que hace el transportista es recoger las devoluciones, lo sube al carro y junta todo el dinero vendido del día anterior. Se va al banco, deposita y viene a la planta.

Una vez realizado todo ese proceso, nos entrega el Boucher, por la cantidad de los periódicos vendidos. Nosotros no recibimos dinero en efectivo, todo es bancarizado.

Los diarios de ayer se le entrega al departamento de devoluciones. Ellos se encargan de contar todos los periódicos que han sido devueltos, es muy importante contarlos porque, si el agente te devuelve 200 periódicos, y solo hay 150 es un 50% que te están robando. Entonces es importante el conteo.

Y finalmente, las devoluciones son diarios de ayer. Y todo eso se vende a reciclaje.

Nosotros vendemos todo la papelería que sobra en nuestra planta, e incluso las planchas que se ponen antes para que tenga color, que son como 500 impresiones para que el periódico ya salgan bien. Todo se vende.

¿Cómo es el proceso de pago a los canillitas?

El canillita no recibe pago alguno. Ellos solo se llevan un porcentaje de la venta de periódico. Por ejemplo, un diario está 50 céntimos, los canillitas se llevan el 30%.

En sí, ellos compran el periódico a 35 centavos, en el cual 2 centavos va para los agentes. Entonces nuestro precio de liquidación es 33 centavos.

¿Entonces el costo de edición cuánto es?

Si, por que generalmente el costo de un solo periódico es aprox. 23 centavos y eso multiplicado por 30 o 40 mil periódicos vendidos, sale la ganancia.

¿Cuántos diarios le otorga a cada canillita?

Eso es depende de la relación. El agente tiene una pauta para distribuir los periódicos y también sabe quiénes son los canillas que venden más o menos. Todo depende del criterio del Agente.

Como dicen hay un viejo dicho: "El que vende más denle más y el que vende menos, denle menos" Entonces es de esa forma nos movemos.

¿Qué pasaría si los canillitas no existieran? ¿Qué medios de distribución usarían para vender los diarios?

Bueno, es imposible que no existan los canillas, porque tiene una federación importante. Es más, los canillas paran los diarios. Lo que pasa es que las empresas editoras están en la obligación de darle el 1% de la venta a la Federación.

Hay muchas empresas editoras que no cumplen con lo acordado y simplemente la Federación le dice a los canillitas que no distribuya los diarios hasta que nos paguen.

Para mí, los canillitas es el quinto poder de los medios. Porque si no existieran, nosotros tendríamos que venderlo en privado, cosa que no sería rentable. Debido que hay personas que viven en Ancón o Puente Piedra que no pueden venir hasta nuestra planta.

Por eso es que tenemos 74 puntos de distribución en Lima Metropolitana.

¿Entonces usted cree que los canillitas es un medio importante?

Sí, es una fuerza directa. Todos tenemos que llevarnos bien con los canillas. Incluyendo el Grupo el Comercio, La República, en si todos. Además tienen una Federación muy importante.

No nos pararían, a menos que la institución fuera privada, porque la ley nos acoge.

La única forma en que lo canillas no te distribuyan un producto, sería porque ellos no quieren vender. Pero es imposible, por que ganan.

Porque todos los productos que ellos vendan o distribuyan, ganan un porcentaje. No habría forma de que no nos lleváramos bien con los canillitas, estamos amarrados. Por que como sabes hay convenios firmados y sería imposible desconocer eso.

ANEXOS

ANEXO A: Estatuto de la FENVENDRELP

TÍTULO I: De la constitución
<ul style="list-style-type: none">- Constituida el 24 de Junio de 1973.- La Federación Nacional de vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú. Es la entidad máxima y representativa de los Sindicatos afiliados a la Sede Central y a las Sedes Macro Regionales.- Es de duración indefinida y se denomina en forma abreviada como FENVENDRELP ante las entidades nacionales e internacionales y para la opinión pública o privada en general.
TÍTULO II : De los Principios, Fines y Objetivos
<ul style="list-style-type: none">- Los principios en que se fundamenta su orientación y acción son con las siguientes:<ul style="list-style-type: none">- Democracia Sindical- Independencia de Clase- Solidaridad de Clase- Unidad Sindical- Evolución <p>FINES:</p> <ul style="list-style-type: none">- Representar, defender, asesorar a sus afiliados dentro de su ámbito Sindical a nivel nacional.- Trabajar y luchar por la creación de nuevas fuentes de trabajo productivo y de carácter permanente.- Promover, colaborar y participar en los proyectos de desarrollo social de los afiliados a nivel nacional.- Contribuir con el nuevo rol que debe tener el Estado en todos sus niveles, como es cumplir con promover el desarrollo humano empresarial entre todos sus afiliados, aportando las condiciones y reglas claras, una economía al servicio de las personas y así resolver los problemas de pobreza y extrema pobreza.- Trabajar y luchar por ser protagonistas del desarrollo económico creando empleo, descentralizando la economía, fortaleciendo la competitividad del país y brindándole a sus agremiados y a sus futuras generaciones, las oportunidades de bienestar económico y social, porque precisamente, esas oportunidades constituyen uno de los pilares de la democracia y se incluyen dentro del nuevo rol que debe cumplir el Estado.- Promover mejoras de la Ley N° 10674, y toda Ley que propicie el Estado que estime de beneficio para los vendedores de diarios, revistas y loterías, y vigilar el estricto cumplimiento de las existentes.

- Propiciar la centralización de las bases sindicales a la sede central y sedes.

OBJETIVOS:

- Comprar e implementar los patrimonios de la FENVENDRELP
- Promover, avalar y apoyar la adquisición e implementación de locales propios de las bases sindicales, distritales, provinciales y departamentales afiliados a la FENVENDRELP.
- Creación de escuelas sindicales y capacitación dirigencial para el fortalecimiento del gremio.
- Creación de escuelas educativas básicas para los hijos menores de los vendedores de diarios, revistas y loterías.
- Creación de escuelas técnicas de mando profesional e institutos superiores, para los agremiados e hijos de los vendedores de diarios, revistas y loterías.
- Creación de escuelas académicas profesionales con rango universitario.
- Creación de talleres culturales y programas de eventos deportivos, a nivel nacional.
- Promover la creación y fomentar cooperativas, cajas de fondo y seguridad social, en general, como organismos de auxilio y promoción social a sus afiliados.

TITULO IV: Los Derechos y Deberes de los Afiliados

DEBERES	DERECHOS
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir y hacer cumplir el presente ESTATUTO y su Reglamento. - Aceptar y practicar los acuerdos de los Órganos de Dirección de la FENVENDRELP, adoptados en forma orgánica. - Desempeñar siempre con responsabilidad, honestidad, honradez, rectitud y lealtad los cargos dirigenciales para los que fueran elegidos sus representantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exigir el fiel cumplimiento del Estatuto y su Reglamento así como los acuerdos y resoluciones de sus Congresos. - Gozar de todos los beneficios que logre la FENVENDRELP, para sus afiliados. - Tener voz y voto en su instancia correspondiente de la FENVENDRELP - Los delegados de las bases sindicales afiliadas a la FENVENDRELP pueden elegir y ser elegidos para los cargos de

<ul style="list-style-type: none"> - Cuidar y velar por el prestigio de la FENVENDRELP y mostrar permanentemente respeto, rectitud, fidelidad y lealtad a sus principios, fines y objetivos. - Evitar de realizar o que otros realicen actos u omisiones de cualquier tipo que causen o sean susceptibles de causar daño grave o leve, material o moral a la FENVENDRELP. 	<p>dirección y comisiones correspondientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recibir apoyo, asesoramiento y representación de la FENVENDRELP, para la solución de los problemas laborales y de reorganización interna de la base. - Exigir actividades técnicas de capacitación y formación sindical, como: charlas, forums, seminarios y otros eventos. - Las demás que se deriven del presente Estatuto.
---	---

TITULO VII: PATRIMONIO, ECONOMIA Y FINANZAS
<p>Los Ingresos y patrimonios económicos:</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Las cuotas ordinarias y extraordinarias que aporten los sindicatos y otras contribuciones obligatorias directas de sus afiliados. - Los aportes, contribuciones y donaciones voluntarias que reciba de sus afiliados o de otras fuentes. - Las donaciones de dinero en efectivo, valores, bienes muebles e inmuebles, intangibles y otros que efectúen en su favor de personas naturales o jurídicas estatales, privadas, nacionales o extranjeras en su beneficio. - La renta de sus bienes o fondos propios. - Las multas de sanciones disciplinarias. - Los bienes adquiridos con recursos propios. - Los bienes muebles e inmuebles adquiridos por leyes de bien social. - La patente registrada en las instituciones respectivas. - Las sumas que reciba por los servicios que preste y por el desarrollo de cualquier actividad económica que realice. - Los intereses que devengan de los depósitos económicos de la FENVENDRELP.
<p>El principal sostenimiento orgánico y administrativo de la FENVENDRELP es financiado con la integridad de las cuotas extraordinarias obligatorias de sus bases afiliadas, es el 1% que otorgan las empresas editoras según convenios colectivos suscritos entre las partes.</p>

Los fondos y los bienes que posea u obtenga la FENVENDRELP, en todos sus niveles organizativos son de propiedad de la FENVENDRELP y los sindicatos afiliados, que constituyen propiedad institucional, administrada permanentemente por la FENVENDRELP, en sus distintas instancias, de acuerdo a lo dispuesto por el Estatuto y su Reglamento.

El patrimonio institucional de la FENVENDRELP, estará administrado y fiscalizado por el Comité Ejecutivo Nacional (CEN) y el Concejo de Vigilancia, respectivamente, de acuerdo a las facultades y atribuciones establecidas en el presente Estatuto y su Reglamento, asimismo, los fondos de la FENVENDRELP, serán administrados por el Secretario de Economía, bajo su responsabilidad, de conformidad con el Estatuto.

Los integrantes del Comité Ejecutivo Nacional (CEN), responderán solidaria y mancomunadamente por todos los bienes confiados bajo su administración, por lo que están obligados a fiscalizar su manejo y a denunciar y ser denunciados penalmente si el caso lo amerita.

ANEXO B: CONVENIO ESCRITO CON LAS EMPRESAS EDITORAS

Fecha del Convenio	Obligaciones de la casa Editora	Obligaciones del Sindicato
20 de Mayo, 2016	<p>La empresa editora por el lanzamiento de cada diario, se le otorgará a la FENVENDRELP, como derecho de capitalización, la comisión del 50% del precio de tapa por los primeros 5 días.</p> <p>La Editora otorga una comisión a los expendedores de diarios afiliados a la FENVENDRELP, a partir del sexto día, de lunes a sábado el 30% y los domingos y feriados el 35% de precio de tapa por cada ejemplar vendido.</p> <p>El 5% adicional agregado al 30% de los días domingos y feriados se le otorgará a la FENVENDRELP, Al día siguiente se le dará al secretario General y Secretario de Economía respectivamente a cada base Sindical. Los cuales servirán para los gastos administrativos.</p> <p>La empresa otorgará a la FENVENDRELP, el 1% del precio de venta de cada diario vendido por sus representados de Lunes a Domingo en</p>	<p>La FEVENDRELP, se compromete con la empresa a propiciar que sus afiliados hagan lo máximo esfuerzos para vender con prioridad los diarios y que se comprometan a su vocero y exhibición.</p> <p>En caso de incumplimiento las cláusulas del presente convenio con la editora, estás se compromete a tomar medidas correctivas y hacer los cambios en un tiempo prudencial 30 días hábiles aprox.</p> <p>Por firma y suscripción, la empresa se compromete por única vez en apoyar a la implementación de la</p>

	<p>calidad de apoyo institucional. De la misma forma con los productos optativos.</p> <p>La editora conviene en dar el 50% de descuentos extraordinarios, una semana antes, a todos los expendedores afiliados a la FENVENDRELP, en las fechas siguiente: 1ero de Enero, 1ero de Mayo, 28 de Julio y el 25 de Diciembre de cada año.</p> <p>Además la editora también dará descuentos extraordinarios que se harán en la misma fecha: 5 de Octubre, por el día del canillita (75%) y el día del aniversario de la empresa el 50%.</p> <p>En caso de un fallecimiento de un expendedor de diarios debidamente afiliado y empadronado en la FENVENDRELP, cuyo registro consten en los archivos de la editora. Cada convenio de los diarios sufragará con la suma de 100 dólares, como aporte para los gastos de sepelio correspondiente.</p> <p>Se compromete a publicar gratuitamente avisos, publicaciones, comunicados, notas de prensa y otros</p>	<p>oficina FENVENDRELP con la donación de equipos de cómputo.</p> <p>En el caso de que la empresa no cumpla con abonar por 2 meses consecutivos, el gremio dejará vender los diarios.</p>
--	--	---

	<p>de igual índole en diario, radio o televisión en beneficio de la FENVENDRELP. Queda establecido que este beneficio no se aplica para avisos y/o comunicados desde que afecten a cualquier medio de comunicación.</p> <p>La empresa compromete en el otorgamiento de un aguinaldo navideño a favor de los vendedores de diarios equivalente a un kilo de o su equivalente de víveres.</p> <p>También se le apoyaría la celebración por el día del Madre, el día del canillita y la chocolatada navideña, en la coordinación con la FENVENDRELP.</p> <p>.La editora se compromete a proveer de locales amplios y adecuados para la distribución de sus diarios en Lima y provincia.</p> <p>La empresa reconocerá una bonificación adicional firmada con un convenio adicional, cuando el distribuidor de diarios haga el servicio de encartes que no son partes del original.</p> <p>A los afiliados en la FENVENDRELP, Se ha otorgado cuadernos o útiles escolares.</p>	
--	---	--

BIBLIOGRAFÍA

- Sindicato de vendedores de Diarios y Revistas de Rosario. Consulta: 10 de Octubre de 2016.
<http://www.sivendiaros.com>
- Plaini, Omar, 2014 “*Setenta años de historia*”. El diariero. Buenos Aires, 10 de Noviembre. pp10. 13
https://issuu.com/sivendia/docs/el_diariero_58_web
- Suplementeros de Chile. Consulta: 03 de Noviembre de 2016.
<http://suplementerosdechile.cl/>
- Rojas Jorge, 2006 “Los Orígenes”. Los Suplementeros: Los Niños y la venta de diarios. Chile: Ariadna Ediciones. pp13-14
- Radio Fronteras del Perú RPP: “Día del Canillita”, Consulta: 05 de Octubre de 2016
<http://rpp.pe/economia/>
- El Comercio: Blog. “Los Pregoneros de la noticia”, Consulta: 20 de Octubre de 2016.

- Radio Fronteras del Perú RPP: “Canillitas sufren por caídas del cliente por tecnología”, consulta : 06 de Noviembre de 2016
<http://rpp.pe/>
- Gargurevich, Juan, 2009 “Los Canillitas toda una historia”. La Primera. Lima 17 de Enero. Consulta: 13 de noviembre de 2016
- Lévano, Cesar 2016 “Municipalidades atentan la circulación de la Prensa”. Diario Uno, Lima 25 de septiembre. Consulta 01 de Octubre de 2016
- El diario24, 2010 “Historia del Canillita”, Argentina, 07 de noviembre. Consulta :23 de Octubre de 2016
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE) 2001 Diccionario de la lengua española. Vigésima tercera edición. Madrid: España
- Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú SEPP: 2016 “La Prensa Peruana” Consulta: 01 de noviembre de 2016
- Diario Correo, 2010 “Prensa Escrita en la historia de del Perú” Lima : 26 de febrero. Consulta: 04 de noviembre de 2016.