



Representación y Defensa del
Comercio Detallista Costarricense



El Detallista

Boletín Junio, 2018



Exitosa Semana del Destallista 2018



- Exitosa Semana del Detallista 2018. Pág 8
- Apoyo de patrocinadores benefició a detallistas Pág 8
- En Cartago iniciaron los Congresos Regionales 2018. Pág 15
- Fondo de Auxilio al Asociado. Pág 16

Edición Nº 19

Lea en esta edición:

Pensamiento del Detallista	3
Comentario	4
Capacitaciones	
• AIDA, un modelo de ventas que sigue vigente. Por Jaime López González	5
• Fechas, promociones, valor agregado y oportunidades de ventas	6
Seguridad Comercial	
• Robo a local comercial ¿En qué consiste este delito y cómo puede ser víctima?. Por Marco Monge Gómez	7
Nosotros Los Detallistas	
• Exitosa Semana del Detallista 2018	8
• Galardón Detallista para las mejores empresas proveedoras	12
• Congreso Regional de Comerciantes Detallistas Cartago 2018	15
• Fondo de Auxilio al Asociado	16
• Congreso Regional de Comerciantes Detallistas Grecia	16
Cámara: Somos Protección, Seguridad y Confianza	
• Cuotas Caja Costarricense de Seguro Social	17
• Bienvenidos nuevos asociados	17
• Afiliación y Costo de membresía	17
• Convenios empresariales	18
• Servicios y Beneficios	19

Creditos:

El Detallista N° 19

Medio de comunicación oficial de la Cámara Nacional de Comerciantes Detallistas y Afines.

Diseño, Ilustración y Diagramación: Erick Fernández Vega

Impresión: Servicios Gráficos AC S.A.

Los artículos firmados son responsabilidad del autor.

Contáctenos

350 mts noroeste de la Universidad Veritas, carretera a Zapote, San José.

(506) 2253-2625

(506) 8818-1723

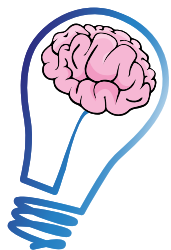
CANACODEA Costa Rica

Info@canacodea.org

www.canacodea.org



Representación y Defensa del
Comercio Detallista Costarricense



Pensamiento del

Detallista

El Empresario Detallista de:

- *Tomar conciencia de la crisis económica del país.* ✓
- *Formular estrategias y alianzas para el fortalecimiento del sector detallista.* ✓
- *Ser creativo y reenfocar el negocio para adaptarse a las necesidades del consumidor.* ✓
- *Brindar un servicio personalizado y de calidad.* ✓



En la actualidad, y según los expertos nuestra economía está en un proceso de desaceleración, donde si bien es cierto hay crecimiento en algunos sectores, este crecimiento ha sido cada vez menor, lo cual nos puede inducir a una peligrosa recesión, que perjudicaría a todos por igual, consumidores, empresarios y gobierno, incidiendo en mayores tasas de interés, restando poder adquisitivo a los consumidores, y por ende tendrían menos disponibilidad de dinero para comprar afectando las ventas de los comercios, y finalmente el gobierno tendría que endeudarse a un costo mayor, para cubrir el creciente déficit fiscal.

Es necesario que el sector detallista, tenga conciencia de la grave crisis que tenemos y que se requiere trabajar en forma conjunta y articulada para tratar de minimizar los efectos de esta coyuntura que tanto daño está causando en los negocios de todos, debemos trabajar arduamente en las estrategias que promuevan el fortalecimiento de una actividad que tiene cada día más y mayores retos, pero que tiene la fortaleza como bloque de ser la mayor fuerza de distribución para las empresas, a las cuales debemos convencer que el sector detallista, requiere el apoyo para competir en igualdad de condiciones en un mercado cada vez más exigente, y por lo tanto más que clientes y proveedores, detallistas y empresas proveedoras deben ser verdaderos aliados estratégicos.

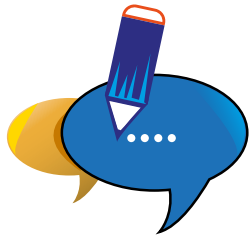
Hoy por hoy el empresario detallista está siendo fuertemente afectado por la competencia desleal y la informalidad, lo cual sucede a vista y paciencia de las autoridades que están más preocupadas por no dejar trabajar a quienes están en formalidad y la legalidad que en combatir a esa gran cantidad de negocios, sobre todo de extranjeros que sin ningún reparo trabajan al margen de la Ley, porque para

las autoridades es más fácil imponer más impuestos a quienes ya pagan, que poner a derecho a tantos y tantos negocios que trabajan al margen de la Ley.

Todas esas condiciones del entorno económico y que no dependen de nuestras decisiones, nos deben obligar a ser más visionarios y a reenfocar los negocios, debemos focalizar nuestras decisiones, y para eso se requiere conocer muy bien los servicios y productos que un consumidor con menos poder adquisitivo requiere, y es precisamente en épocas de crisis, que el empresario detallista, por su tamaño y tipo de negocio, tiene la gran oportunidad de adaptarse con gran rapidez a las nuevas demandas del consumidor, situación que le genera una gran ventaja competitiva.

Es el momento, para que el empresario detallista introduzca mejoras en la calidad del servicio que brinda, sin hacer grandes erogaciones de dinero, todo lo contrario en tiempos de crisis el empresario detallista debe ser muy creativo, debe hacer un eficiente uso de los recursos y debe estar dispuesto a modificar sus estrategias comerciales, con el fin de lograr mantener la fidelidad de sus clientes actuales. Hoy más que nunca el cliente tiene miles de alternativas, y lo que busca es un trato personalizado, tener una excelente experiencia de compra, y lo más importante tener variedad y calidad de productos, acordes a sus requerimientos y a su poder adquisitivo.

Es por ello, que debemos asumir el rol de ser los protagonistas del dinamismo económico de cada uno de los rincones donde se ubican nuestros negocios, debemos estar preparados para brindarle el servicio que el consumidor requiere, teniendo los productos que sean más accesibles al tipo de cliente que nos visita y dándole un trato personalizado y de calidad. La decisión está en nosotros.



Comentario

En días de fuerte competencia, la aspiración de cualquier micro, pequeño o mediano empresario es que sus aliados comerciales, es decir las empresas proveedoras, le brinden la oportunidad de competir en igualdad de condiciones, donde sea el servicio y los valores agregados, los elementos diferenciadores y los que incidan en la preferencia del consumidor.

En tiempos de recesión y peligrosa concentración comercial, es necesario que las empresas proveedoras evalúen la fortaleza que tienen en los empresarios detallistas, para llevar sus productos hasta el consumidor final, independientemente de la ubicación, y por ello lo deseable es que un proveedor, sobre todo los que tienen un poder sustancial en el mercado, apoyen con sus estrategias comerciales a estos empresarios, y no los discriminen, en sus promociones y menos aún le hagan competencia desleal y directa, dejándoles en total desventaja, generando una absoluta distorsión del mercado, en claro perjuicio de los empresarios detallistas que lo único que pretenden es seguir compitiendo pero en igualdad de condiciones.

Hoy por hoy, el empresario detallista, no requiere prebendas ni privilegios, lo único que el empresario detallista quiere es que las empresas proveedoras les den trato justo e igualitario, y así tener la oportunidad y las herramientas para competir en igualdad de condiciones, el empresario detallista lo que requiere es que las empresas, más allá de la venta, le atiendan bien y en forma oportuna, para tener los productos y servicios que el consumidor exige, el empresario detallista lo que requiere es que lo traten como un verdadero aliado estratégico y que le den las condiciones para trabajar y competir con reglas claras e iguales para todos.

Para nadie es un secreto, que en el rincón más alejado de nuestro país, siempre hay un negocio detallista, el cual más allá de la simple comercialización de los productos, brinda un servicio integral a la comunidad y cumple una labor social; lo que hace totalmente incomprensible que muchas empresas proveedoras, hayan descuidado la atención de miles de negocios en diferentes zonas, argumentando

el alto costo de operación que significa atender estos negocios, sin evaluar que hoy por hoy, lo que se exige es servicio, y entre menos atención directa le den a los detallistas, más posibilidad hay de que los productos no estén en estos puntos de venta, en claro perjuicio del mismo proveedor, que se ha atribuido la potestad de discriminar a sus clientes por una decisión meramente financiera, sin detenerse a pensar que al tomar tales decisiones lo único que están haciendo es perjudicando al consumidor, y lo más peligroso promoviendo la concentración comercial que tanto daño hace a la economía de un país.

Para todos es muy claro, que para el consumidor, para el proveedor y para el mismo Estado, lo más sano es promover la democratización económica, pero pareciera que muchas empresas no lo han entendido y hoy día se dan el lujo de abandonar al detallista, sin percatarse, que son precisamente estos pequeños negocios ubicados a lo largo y ancho de todo el país, los que coadyuvaron al crecimiento de muchas de estas empresas que hoy se dan el lujo de decir que no los atienden, porque no es rentable para la compañía, decisiones que están en total contraposición a los intereses del consumidor, a quienes les quitan toda posibilidad de elegir a quién le compran los bienes y servicios de su preferencia.

El empresario detallista debe ser más exigente y cuando una empresa no lo atiende, debe buscar alternativas con marcas y productos sustitutos, trabajar con empresas que si quieren y están dispuestas atender al comercio detallista, y siendo los detallistas los mejores promotores en sus negocios, sin lugar a dudas serán capaces de promover productos que quizás no sean muy conocidos por el consumidor porque no tienen grandes campañas publicitarias, pero al estar en los negocios detallistas se convertirán en productos de alta rotación

El mundo actual, lo que exige son las alianzas estratégicas y por ende el sector detallista debe promoverlas y las empresas proveedoras deben entender que la forma de hacer negocios ha cambiado, y que el mercado tiene muchos y diversos actores.





Capacitaciones

AIDA, UN MODELO DE VENTAS QUE SIGUE VIGENTE

JAIME LÓPEZ GONZÁLEZ JLOGON@MPGCA.COM

¿HAS OÍDO HABLAR DEL MODELO AIDA? UN VERDADERO CLÁSICO DE #VENTAS QUE AÚN HOY EN DÍA NO PIERDE SU VALOR. LA MAYORÍA DE LOS MENSAJES DISEÑADOS PARA CAMPAÑAS EXITOSAS DE #MARKETING, SE BASAN ACTUALMENTE EN EL MODELO #AIDA.

A tención
I nterés
D eseo
A cción

Las técnicas de ventas han evolucionado mucho con el tiempo y los aportes de otras disciplinas como: la psicología, la sociología, el marketing, la administración, entre otras. Pero si me pidieran la opinión acerca de algún modelo de ventas por el que guarde cierta preferencia, sin importar su lugar en el tiempo.

Me inclinaría por la fórmula AIDA

(enunciado por Paul Lazarsfeld 1.901-1.976), sin lugar a dudas, un modelo sencillo pero al mismo tiempo muy eficaz. La mayoría de los mensajes diseñados

para campañas exitosas de telemarketing, e-marketing y SMS marketing, se basan en el modelo AIDA.

A – ATENCIÓN. En primer lugar necesito atraer la Atención del cliente. Son muy pocas las personas que se despiertan pensando en comprar algo, la gran mayoría tenemos otras cosas en mente (asuntos familiares, problemas en la empresa o en el trabajo, la escuela de los hijos, las cuentas por pagar, etc...). Por tanto, para lograr el éxito en la gestión de venta es indispensable atraer la ATENCIÓN del comprador hacia lo que se está ofreciendo, lo que implica "romper" una barrera llamada "indiferencia".

La clave es que el cliente desee seguir escuchando, o leyendo o viendo (según el medio elegido), si fallamos aquí, fallará todo lo que sigue.



I – INTERÉS. Posteriormente necesitaré despertar el Interés hacia lo que se está ofreciendo y retenerlo el tiempo suficiente como para terminar la presentación. Es una de las partes más críticas de cualquier modelo comercial, y muchas empresas no lo tienen desarrollado. Para mí es "el mensaje clave". Consiste en ayudar al cliente a identificar y reconocer que tiene una necesidad o que se encuentra ante un problema y mostrar de forma persuasiva como nuestro producto o servicio puede satisfacerlo o resolverlo.

D – DESEO. Una vez que ya tengo el interés de mi potencial cliente, desarrollaré este mensaje clave con varios argumentos de peso para despertar en él su Deseo de adquirir lo que se le está ofreciendo. Es bueno hacer uso de los beneficios más fuertes de nuestro producto o servicio y explicar detalladamente qué es lo que hace, cómo funciona y qué servicios adicionales incluye (garantías, plazos de entrega, mantenimientos, etc...).

A – ACCIÓN. Este es el último paso. No se puede decir que sea el más importante porque es una consecuencia de los 3 pasos anteriores. En todo caso, es la parte definitiva porque en ella se produce el resultado que se desea obtener: "El pedido o la orden de compra".

Un momento especial en el que confrontan dos puntos de vista:

El del cliente: Quien está evaluando si los beneficios del producto van a satisfacer su necesidad o deseo, o van solucionar su problema, y además, está comparando las ventajas y desventajas de tener o no el producto o servicio.

El del vendedor: Quien, considera que es el momento oportuno para ayudar al cliente a decidirse por la compra y para persuadirlo de que actúe sin demora.

El modelo AIDA lo podemos aplicar en distintas situaciones, puede ser una llamada de teléfono, o el diseño de una campaña de marketing para conseguir el registro de potenciales clientes en una páginas.

Fechas, promociones, valor agregado y oportunidades de ventas

SILVIA ALVAREZ

Las celebraciones típicas de calendario son totalmente previsibles y son oportunidades de ventas. Todos queremos vender un poco más en estas ocasiones en que todos los clientes están dispuestos a gastar un poco más también. Lo que cuesta precisar es ¿cómo lo hago? Podría ser una buena ocasión para mover el inventario: los artículos que no salieron en estos últimos meses, por diferentes razones, los que necesariamente hay que renovar por su vencimiento, y aquellos que necesitamos que nos den lugar en góndolas porque ya viene otro.

El detallista de mi barrio me sorprendió ayer preguntándome si en mi negocio festejábamos el Día del Padre, pues dice que me puede preparar unos lindos combos para cada ocasión festiva: gaseosa, snacks, golosina y algún detalle extra que me confirmaría sobre la fecha, "mirando su inventario" para ver qué. Seguro que ese "a ver qué" será un valor agregado que puede mejorar el combo, sé que no estará vencido sea lo que sea, pues es un detallista responsable, y también sé que le servirá para mover su inventario removiendo mercadería que le ocupa lugar y eventualmente perderá si se le vence en góndolas.

Me dijo que me entregará el presente en una bolsa de papel, pues sabe que mi comercio está comprometido en no producir basura innecesaria, y me aseguró que quedará "bonito bonito" y que el paquete me costará mucho menos que si compro los artículos por separado.

Me gustó. Mi detallista moverá mercadería, la esposa es la que prepara esos detalles para las ocasiones que se presentan, ya me quedó bien otras veces, y le

admiro esa visión de negocios de adelantarse a las necesidades de los clientes mejorando su propia oferta comercial y optimizando su inventario.

Es una gran idea que pueden desarrollar todos los detallistas que conozco, haciendo un mínimo análisis de su mercado cercano:

- Hay empresas con varios empleados radicadas en las cercanías del negocio?
- Cuántas empresas?
- Cuántos clientes finales posibles?
- Qué artículos de mi inventario puedo dedicar a un combo bonito que se presente como un regalo para los padres que puedo contactar en esas empresas?

Si no hay empresas, siempre hay madres, padres y niños en cualquier comunidad, por dicha, así que la oferta podría ser un conjunto irresistible de artículos combinados, los de venta frecuente con los otros, los que nos queremos sacar de encima, transformándolos en valor agregado del paquete con el que podemos quedar bien con nuestra clientela.

Eso sí, la mejor manera de administrar exitosamente el inventario es con un sistema de gestión comercial que tenga cargados y clasificados todos los artículos, lo que le evitará pérdidas, y colaborará eficientemente en el cuidado de "la harina", lubricante indispensable de cualquier negocio.

Suerte y trabajo consciente en las próximas celebraciones!





Comercial

Robo a local comercial

¿En qué consiste este delito y cómo puede evitar ser víctima?

Por: Marco Monge Gómez mmongegom@poder-judicial.go.cr

Al robo a local comercial también se le conoce como "Tacha a local comercial", y en este se ve perjudicado cualquier tipo de local comercial, sin embargo es importante mencionar que dentro de esta modalidad también se incluyen Iglesias, escuelas, colegios, o cualquier estructura que no sea casa de habitación.

Los delincuentes que incurrir en este delito, para lograr su cometido lo hacen tanto con el uso de la fuerza como sin ella. Además, de que los infractores se valen que los comercios estén solos y cerrados para actuar, por lo que generalmente los robos o tachas se dan en altas horas de la noche y en la madrugada, así como en fines de semana.

TOME EN CUENTA ESTAS MEDIDAS Y EVITE EL ROBO A SU LOCAL COMERCIAL:



- Utilice cámaras de seguridad, alarmas, etc. que sean de buena calidad y estén instaladas de manera adecuada para que, en caso de ser víctima, se pueda identificar a las personas delincuentes.
- Asegúrese de que los grabadores de estas cámaras estén en lugares poco visibles, para que puedan ser rescatados los videos de seguridad. Corrobore que el equipo siempre esté en excelente funcionamiento.
- Identifique puntos débiles en las estructuras, donde se facilite el ingreso de los antisociales.

Si usted tiene información confidencial sobre alguna persona o personas que se dediquen a cometer este ilícito, puede brindarla a la línea **800 8000 645** o al **Whatsapp 8 8000 645** del Centro de Información Confidencial del Organismo de Investigación Confidencial.



Nosotros

Los Detallistas

Exitosa Semana del Destallista 2018

DEL 24 AL 29 DE ABRIL, SE REALIZÓ LA SEMANA DEL DETALLISTA 2018, EN LA CUAL, COMERCIANTES DETALLISTAS DE TODO EL PAÍS Y SUS FAMILIARES DISFRUTARON DE ACTIVIDADES COMO LAS CHARLAS DE CAPACITACIÓN Y EL DÍA DE CAMPO



CHARLAS DE CAPACITACIÓN CON GRAN PARTICIPACIÓN DE COMERCIANTES DETALLISTAS

Las charlas de capacitación, realizadas en Pueblo Antiguo, del Parque Diversiones, contaron con la participación de una gran cantidad de empresarios detallistas, lo que refleja su interés por actualizarse en temas de suma importancia para el manejo de su negocio.

LOS TEMAS QUE SE DESARROLLARON ESTUVIERON A CARGO DE EXPOSITORES QUE POSEEN UNA GRAN EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR DETALLISTA.



«Tips sobre Sistemas de Factura Electrónica». Marcelo Giordano, Gerente General de Logosoft y David Landergren, socio de Landergren Consulting Group. (En la foto aparecen junto al Sr. Daniel Richmond, Presidente de CANACODEA)



“Aspectos Tributarios para Pymes Comerciales”. Gerardo Leal.



"Uso de la tecnología para potenciar su negocio". Alejandro Sevilla, Director Comercial de Conexus Group.



"Estrategias de ventas en negocios detallistas: Retos y Oportunidades". Carlos Aragón, Asesor de la Compañía de Galletas Pozuelo DCR, S.A.



Las charlas contaron también con un elemento sorpresa para los asistentes, como lo fue la presencia de la chef Rebeca Bolaños, quien junto a su grupo elaboraron deliciosas recetas, las cuales fueron degustadas por las participantes. Esta actividad fue cortesía del Grupo Numar.

Espectacular Día de Campo

DESDE MUY TEMPRANO, COMERCIANTES DETALLISTAS Y SUS FAMILIAS, SE HICIERON PRESENTES EN LAS INSTALACIONES DEL CLUB CAMPESTRE LA GLORIA.





Día de Campo

Los comerciantes detallistas y sus familiares disfrutaron de las actividades que las empresas patrocinadoras prepararon para grandes y chicos en este grandioso día.



Grandioso Bingo

EL GRANDIOSO BINGO REALIZADO DURANTE EL DÍA DE CAMPO, TUVO UNA GRAN ACOGIDA POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DETALLISTAS, QUIENES PARTICIPARON Y DISFRUTARON DE ESTA NOVEDOSA ACTIVIDAD.



El señor Luis Corella Rojas, del Mini Super Las Lomas ubicado en Puente de Piedra Grecia, fue el feliz ganador del premio principal del bingo, el cual consistía en un sistema de punto de venta (hardware y software incluidos)

RECONOCIMIENTO A LAS EMPRESAS PATROCINADORAS DE LA SEMANA DEL DETALLISTA 2018

La Cámara Nacional de Comerciantes Detallistas, agradece a las empresas patrocinadoras el apoyo brindado durante la Semana del Detallista 2018.

Gracias a estas empresas, los comerciantes detallistas y sus familias disfrutaron de actividades de capacitación, recreación y esparcimiento.



GRACIAS POR SU APOYO

Cargill



Dos Pinos

Florida
Bebidas

GRUPO
NUMAR
GRUPO AGROINDUSTRIAL NUMAR S.A.

POZUELO
ES... MUUUCHA GALLETA!

DEMASA

Sigma
alimentos

ClubCo

Galardón Detallista para las mejores Empresas Proveedoras

TRECE EMPRESAS RECIBIERON EL GALARDÓN DETALLISTA 2017 - 2018, POR SU APOORTE AL SECTOR. LOS COMERCIANTES DETALLISTAS RECONOCIERON EN ESTAS EMPRESAS ASPECTOS COMO: SERVICIO, CALIDAD HUMANA DE LOS AGENTES, PRONTITUD EN LA RESOLUCIÓN DE QUEJAS, TIEMPOS DE VISITA Y ENTREGA DE PEDIDOS ENTRE OTROS.

Empresa nacional, que visita a los detallistas a lo largo y ancho de todo el país, y según los resultados de la encuesta, lo que mejor valoran los empresarios detallistas es la calidad del servicio, lo cual incluye la formalidad y el cumplimiento tanto en los días de visita como en la entrega de los pedidos. Adicionalmente, los detallistas reconocen en esta empresa el servicio y la calidad humana de su personal.



Alimentos Jack's: David Quirós, Alejandra Castillo y José Tortós

Es una empresa que tiene un gran impacto en la recordación de marca, lo que hace que un porcentaje muy elevado de los encuestados siempre la mencione. De los aspectos evaluados los que mayores respuestas favorables tuvieron son el cumplimiento en la visita y los pedidos, así como la gran variedad de productos que le ofrecen al sector.



Coca Cola FEMSA: Mauricio Valverde y Antonio Chinchilla

La calidad humana del personal de Pozuelo, es la fortaleza que los detallistas reconocen en esta empresa, así la responsabilidad con que asumen la atención de los negocios detallistas. Otro aspecto muy bien valorado a esta empresa es la disposición de gran variedad y calidad de productos para el sector.



Pozuelo: Ileana Guzmán, Carlos Zúñiga y Carlos Aragón

Los resultados de la evaluación, muestran que en esta empresa la principal fortaleza está en el cumplimiento de las visitas y la entrega de los pedidos, sin embargo, también destaca en los resultados la facilidad que dan a los detallistas para acceder a la amplia variedad productos y marcas.



DEMASA: Enrique Quesada



Representante de Cargill

Empresa con gran variedad de marcas y productos, en la cual los comerciantes le dan un especial reconocimiento al servicio y la calidad humana de su fuerza de ventas, pero además destacan las condiciones de pago que les ofrecen.



Colgate Palmolive: José Enrique Jiménez.

Empresa que fue muy bien calificada en tres aspectos fundamentales, la calidad humana de su personal, las condiciones de pago y el cumplimiento de los tiempos de visita.



Dos Pinos: Mario Tortós

A esta empresa los detallistas no solo le reconocen el cumplimiento en las visitas y la entrega del producto, sino que también destacan como un elemento de ventaja la calidad humana del personal.



Es una empresa que se ha caracterizado y así lo reconocen los detallistas, por la calidad humana de su fuerza de ventas, además de la seriedad y responsabilidad con que atienden a los clientes, lo que ha redundado en un buen cumplimiento de los tiempos de visita y entrega de productos.

Por ser tener esta empresa tanta diversidad de productos es muy reconocida por los empresarios detallistas, y por consiguiente es de las más evaluadas, siendo una de sus principales fortalezas la calidad humana de su personal, seguida por el cumplimiento en los días de atención.



Florida Bebidas: Walter Fonseca.



Grupo Numar: Andrea Montero y Oscar Campos

En esta empresa los detallistas reconocen principalmente tres características, la variedad de productos que ponen a disposición de sus negocios, así como el cumplimiento en las visitas y la calidad humana de su fuerza de ventas.

Esta empresa fue muy bien calificada en todos los aspectos de la evaluación, siendo la mejor las condiciones de pago que ofrecen al sector detallista, pero de igual forma les reconocen la calidad humana de su personal, la facilidad que le dan a los negocios para manejar toda la línea de productos, así como el apoyo y responsabilidad que asumen con los detallistas con un excelente cumplimiento en las visitas y la entrega de los pedidos.



Roma Prince: Maurizio Musmanni y Gonzalo Araya.



Sigma Alimentos: Fausto Obando

En Sigma los empresarios detallistas, resaltan la calidad humana de su personal, el apoyo que le brindan en el punto de venta, así como las condiciones de pago que ofrece.

Una de las fortalezas que tiene esta empresa entre los detallistas es el servicio y la calidad de su fuerza de ventas, pero además le reconocen el cumplimiento de las visitas.



Roma Prince: Maurizio Musmanni y Gonzalo Araya con la Junta Directiva de CANACODEA

Este premio es la mayor distinción con que los empresarios detallistas reconocen el trabajo de una empresa, que durante el año se ha destacado por el apoyo en el punto de venta, el apoyo en actividades que realizan los detallistas, así como la disposición de la empresa para que el sector detallista pueda competir y dar el servicio que requieren los consumidores. En el último año Roma Prince S.A., se ha dedicado a fortalecer el servicio, apoyo y condiciones que le brinda al sector detallista, muestra de ello, es la alta puntuación obtenida en la encuesta que se le aplica a comerciantes detallistas de todo el país, lo cual la hace acreedora al Premio a la Excelencia 2017- 2018.

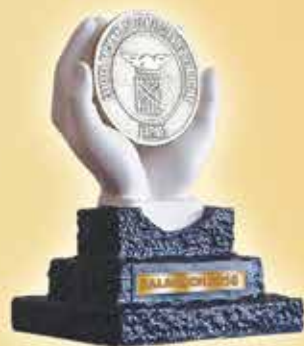


Representación y Defensa del
Comercio Detallista Costarricense

Empresarios Detallistas Galardonan a sus Mejores Proveedores del Período 2017- 2018

La eficiencia en el servicio, el acceso oportuno al crédito, las promociones y descuentos para el sector detallista, se constituyen en algunos de los principales aspectos que evaluaron los empresarios detallistas para galardonar a sus proveedores durante el período abril 2017- marzo 2018.

Galardón Detallista



Colgate

dipo

DEMASA

**GRUPO
NUMAR**
GRUPO AGROINDUSTRIAL NUMAR S.A.

Cargill

**Coca-Cola
FEMSA**



Florida
Bebidas

Dos Pinos

POZUELO
ES... MUUUUCHA GALLETAS!

**PASTAS
Roma**

Sigma
SUMMIT

**TABACALERA
COSTARRICENSE**

Premio a la Excelencia



Muchas Felicidades a las Empresas Galardonadas

Congreso Regional de Comerciantes Detallistas Cartago 2018

BAJO EL TEMA “LA TECNOLOGÍA EN LAS MIPYMES COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD”, EL PASADO 13 DE MAYO INICIÓ EN CARTAGO, EL CICLO DE CONGRESOS REGIONALES 2018.

En horas de la mañana, los asistentes participaron en una charla de superación, que estuvo a cargo del señor Martín Jinesta y posteriormente en la charla de fondo “Retos y oportunidades del comercio detallista en un mercado dinámico y tecnológico”, desarrollada por el señor Martín González, Gerente General del Grupo CELAC.

En la tarde, los detallistas participaron en 3 talleres de trabajo. Estos talleres fueron dirigidos por Andrea Arias, Luis Alvarez y José David Ulloa de CELIEM y los temas sobre los que se trabajó fueron:

Taller 1: Definir estrategias de seguridad comercial en las micro, pequeñas y medianas empresas.

Taller 2: Cómo la responsabilidad ambiental en las micro, pequeñas y medianas empresas puede generar rentabilidad al negocio.

Taller 3: Cómo desarrollar sistemas de asociatividad entre los micro, pequeños y medianos empresarios como estrategia de competitividad, en áreas tales como comercialización, seguridad, protección del ambiente entre otros.

LOS COMERCIANTES CARTAGINESES APORTARON INSUMOS MUY VALIOSOS QUE SE PRESENTARÁN EN EL CONGRESO NACIONAL EN SETIEMBRE PRÓXIMO.

LA EXPERIENCIA DE ESTE CONGRESO, SE REPLICARÁ EN GRECIA EL DOMINGO 10 DE JUNIO Y EN LIBERIA EL DOMINGO 05 DE AGOSTO.



Sr. Martín Jinesta



Sr. Martín González



Taller 1.
Facilitadora Sra. Andrea Arias



Taller 2.
Facilitador Sr. José David Ulloa



Taller 3.
Facilitador Sr. Luis Alvarez

Los Congresos Regionales se hacen gracias al patrocinio de:



FONDO DE AUXILIO AL ASOCIADO

El empresario detallista que tiene más de dos años de ser afiliado a la Cámara tiene un beneficio que consiste en un **“Fondo de Auxilio al Asociado”**, el cual fue creado por Asamblea General Extraordinaria en el año 1.998, con dos objetivos fundamentales. Uno, brindar una pequeña ayuda económica al asociado que por causas de una catástrofe natural (incendio, terremoto, inundación, etc) sufra pérdidas en su negocio, y quede totalmente inhabilitado para operar. El otro objetivo, es brindar a los familiares del asociado en caso de fallecimiento de este, una ayuda económica, la cual va en función del tiempo de ser afiliado, hasta un máximo de dos salarios base. En ambos casos se deben cumplir ciertos requisitos, el primero de ellos es **tener al menos dos años de ser afiliado a la Cámara** en forma continua y estar al día en el pago de sus obligaciones con la Institución. En el caso del beneficio otorgado a los familiares de un asociado cuando este fallece, es muy importante aclarar que para que los familiares puedan reclamar tal beneficio, el asociado además de tener al menos dos años de afiliado **debe haber completado y enviado a la Cámara con una copia de la cédula el formulario de beneficiarios**. Este es un requisito indispensable, para que la ayuda se pueda entregar a los familiares.

EN CASO DE QUE UN ASOCIADO FALLECIERA Y SI NO SE PREOCUPÓ POR LLENAR Y ENTREGAR A LA CÁMARA EL FORMULARIO DE BENEFICIARIOS, LAMENTABLEMENTE LOS FAMILIARES PIERDEN TODO DERECHO A QUE SE LES OTORQUE EL BENEFICIO QUE BRINDA EL FONDO.

El Fondo de Auxilio al Asociado, es una pequeña ayuda y no la solución a los problemas, y por ende está regido por el “Reglamento del Fondo de Auxilio al Asociado”, el cual fue aprobado por la Asamblea General Extraordinaria, realizada el 31 de Mayo de 1.998, y modificado en Asamblea General Extraordinaria de mayo del 2.002, Asamblea General Extraordinaria del Febrero del 2.004 y Asamblea General Extraordinaria de mayo del 2.009.



Congreso Regional de
Comerciantes Detallistas y Afines

Grecia 2018

La Tecnología en las Mipymes como herramienta de competitividad

Invitamos a todos los empresarios detallistas de Grecia y lugares aledaños, al Congreso Regional que se realizará el domingo **10 de junio** del 2018, de **8:00 am a 4:00 pm** Salón El Lago.

Reserve su espacio llamando al teléfono 2253-2625 o por el Whats App 8818-1723.
(Habrá coffee break y almuerzo)



Patrocinan:

Cargill

Dos Pinos

POZUELO
ES... MUYBUCHA GALLETA!

Sigma
alimentos

Roma

DEMASA



Protección, Seguridad y Confianza



CUOTAS CAJA COSTARRICENSE DEL SEGUROSOCIAL

A nuestros asociados que cotizan a la Caja Costarricense del Seguro Social, por medio del convenio que la Cámara tiene con esa institución, les informamos que según comunicado recibido por la Cámara en el mes de Abril, las cuotas a la Caja se incrementaron según la escala contributiva de Asegurados voluntarios y trabajadores independientes, la cual según acuerdo de Junta Directiva de la Caja, rige de Febrero a Setiembre 2.018, por lo que en el recibo del mes de Junio, se incorpora este incremento, el cual como se dice la Caja lo aplicó desde el mes de Febrero, pero dada la tardanza con que llega la información a la Cámara se está aplicando hasta este mes de junio. El monto del incremento está en función del salario de referencia, por lo que los asociados que cotizan con el salario de referencia más bajo, tendrán un incremento menor en la cuota, (aproximadamente 600 colones) y conforme mayor sea el salario de referencia mayor es el incremento. Es importante aclarar que este incremento no es en los salarios de referencia sino en los porcentajes de cotización, tanto para enfermedad y maternidad como para invalidez vejez y muerte, y que se aplica por disposición exclusiva de la Caja, es decir la Cámara como Administradora del Convenio debe acatar todas las disposiciones que la Caja imponga.



Bienvenidos Nuevos Asociados



Nombre del Detallista	Nombre del Negocio	Ubicación
Cruz Rivera Michael	Multiservicios MIA	Concepción, Alajuelita, San José
Martínez Jarquín Jorliana Leonor	Pulpería La Bendición	San Jerónimo, Desamparados, San José
Villalobos Ovaros Diana Carolina	Driks Mini Super y Licorera	Peñas Blancas, San Ramón, Alajuela

AFILIACIÓN Y COSTO DE MEMBRECIA

La afiliación a CANACODEA es voluntaria, el requisito fundamental es ser propietario de un negocio que expenda directamente al consumidor final y que tenga su patente comercial al día.

COSTO DE MEMBRECIA 2018:

Las cuotas de afiliación y membrecía, están clasificadas en tres categorías que dependen del tamaño del negocio y del número de empleados que trabajen en el mismo.

Tipo de Empresa	Características	Afiliación	Membrecía
MICROEMPRESA	De 1 a 2 colaboradores. Área física de 45 metros cuadrados o menos	¢12.000,00	¢12.000,00
PEQUEÑA EMPRESA	De 2 a 5 colaboradores. Área física entre 46 y 100 metros cuadrados	¢14.000,00	¢14.000,00
MEDIANA EMPRESA	Más de 6 colaboradores. Área física de más de 100 metros cuadrados	¢16.000,00	¢16.000,00

Convierta su empresa
más competitiva
con Energía Solar



#Héroes
Solares!



Enertiva
energía alternativa

Beneficios de la Energía Solar para afiliados CANACODEA:



Ahorro hasta del 90%
en su factura de electricidad



Mejore la competitividad
y rentabilidad de su negocio



Disponibles soluciones de
financiamiento



Reduzca su impacto de
emisiones de CO2
y únase a los Héroes Solares

¡Ya comercios se han convertido en Héroes Solares!

(+506) 2234-0150 infocr@enertiva.com Enertiva @enertivasolar

Guatemala • El Salvador • Honduras • Nicaragua • Costa Rica • Panamá

www.enertiva.com

Servicios



ASESORIA COMERCIAL Y MERCADOLÓGICA:

Contacto: Licenciada Ana Teresa Vásquez.
Teléfono 2253-2625, ext 0, atvasquez@canacodea.org

ASESORIA CONTABLE:

Contacto: Randall Carballo. Teléfono 2253-2625, ext 18,
rcarballo@canacodea.org

ASESORIA LEGAL:

Contacto: Licenciado Róger Sancho Rodríguez. Teléfonos:
2244-6021 / 2244-1600



SERVICIO MÉDICO

Atención gratuita para el asociado y su cónyuge
ALAJUELA

Doctora Skarleth García. Teléfonos: 2442-6783 / 8377-8057

GRECIA:

Doctora Catalina Sánchez Montero. Teléfono 2494-0373

LIBERIA

Doctora Ericka Miranda. Teléfono 2665-0182

SAN JOSÉ

Doctor Nayat Barguil, en San José. Teléfono 2253-2625, ext 0



CAPACITACION

Alianza con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)
Capacitación presencial y asistencia técnica en informática, administración y contabilidad

Contacto: Melissa Zúñiga. Teléfono 2253-2625, ext 19,
mzuniga@canacodea.org



CONVENIO CON INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS PÓLIZA COLECTIVA DE VIDA

COBERTURAS:

Muerte

Incapacidad Total y permanente (BI-1)

Desmembramiento o pérdida de la vista por causa accidental (DID)



PÓLIZA COLECTIVA DE INCENDIO

COBERTURA A: Incendio casual y rayo

COBERTURA B: Riesgos varios

COBERTURA C: Inundación y deslizamiento

COBERTURA D: Convulsiones de la naturaleza

Contactos:

CANACODEA: Randall Carballo. Teléfono 2253-2625, ext 18,
rcarballo@canacodea.org

Primera Consolidada de Seguros

Olman Vega. Teléfono 2223-3976

Carlos Mata. Teléfono 2223-2967

Olman Herrera. Teléfono 2223-5779



SEGURIDAD SOCIAL CONVENIO CON LA CAJA COSTARRICENSE DEL SEGURO SOCIAL

*Seguro de Enfermedad y Maternidad, Invalidez, Vejez y Muerte
Llámenos e infórmese de los diferentes salarios de referencia y sus cuotas mensuales.

Contactos:

Miriam Méndez Azofeifa. Teléfono 2253 2625, ext 0,
mmendez@canacodea.org

Cecilia Murillo Vargas. Teléfono 2253 2625, ext 20,
cmurillo@canacodea.org



Beneficios

COOPEDETALLISTAS R.L.

- Funciona desde noviembre del 2003.

- Requisito de ingreso ser asociado formal de CANACODEA.

- Aporte ordinario a partir de ₡9.000 mensuales. Recibe aportes extraordinarios.

- Puede solicitar su financiamiento por hasta tres veces el monto ahorrado.

Contacto:

Katherine Fonseca. Teléfono 2253-2625, ext 26,
kfonseca@coopedetallistasrl



CREAPYME

Oficina de apoyo a los micro, pequeños y medianos empresarios.

Inscripción de personas físicas y jurídicas en el Registro Pyme del Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Contactos:

Olga Vargas. Teléfono 2253-2625, ext 17,
ovargas@canacodea.org

Melissa Zúñiga. Teléfono 2253-2625, ext 19,
mzuniga@canacodea.org



FONDO DE AUXILIO AL ASOCIADO

Fondo conformado con el 5% de las cuotas mensuales que los detallistas cancelan a la Cámara

Coberturas (según tiempo de afiliación):

- Fallecimiento afiliado.

- Si el negocio es afectado por una catástrofe natural, y es inhabilitado para seguir operando.

Requisito indispensable para cualquier reclamo: Enviar a CANACODEA el Formulario de Beneficiarios completo y copia de la cédula del asociado.

Contacto:

Olga Vargas. Teléfono 2253-2625, ext 17,
ovargas@canacodea.org

NUEVA

Dos Pinos

Celebra
con
alegría



Helado de
Fresa
con relleno de
Leche condensada