



Representación y Defensa del
Comercio Detallista Costarricense



El Detallista

Boletín Febrero, 2021



E-commerce ES UNA REALIDAD EN CANACODEA

- CANACODEA pone a su disposición **Pág 15**
Mi Negocio Virtual.
- Participe en las actividades 2021. **Pág 17**

Edición N° 51



Lea en esta EDICIÓN

PENSAMIENTO DEL DETALLISTA	3
COMENTARIO	4
CAPACITACIONES	
• Reinventarse. Por Sergio Villegas, Trainer, Dale Carnegie	5
SEGURIDAD COMERCIAL	
• Hurto a local comercial: Evite ser víctima de ese delito. Por Marco Monge Gómez	7
ACTUALIDAD	
• Covid – 19: Una amenaza llena de oportunidades	8
NOSOTROS LOS DETALLISTAS	
• El Mercado del Pollo: Esfuerzo y sacrificio por más de 10 años	13
• Cámara de Detallistas pone a su disposición Mi Negocio Virtual, el sitio virtual de los detallistas	15
• Rollos de papel para impresora de punto de venta	16
• Ahora puede realizar el pago de sus servicios, a través de Sinpe Móvil	16
• Infórmese y participe en las actividades que estamos preparando para este 2021	17
CÁMARA: SOMOS PROTECCIÓN, SEGURIDAD Y CONFIANZA	
• Afiliación y Costo de membresía	18
• Bienvenidos nuevos afiliados	18
• Servicios	19

Créditos:

El Detallista n° 51

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

Diseño y Diagramación: Adriana Jiménez Jiménez

Impresión: Servicios de Impresión IRARCO

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



Cámara de Detallistas Costa Rica



Info@canacodea.org



www.canacodea.org



Representación y Defensa del Comercio Detallista Costarricense



PENSAMIENTO DEL **DETALLISTA**

AÑO DIFÍCIL, PERO MANEJABLE

En una encuesta del Instituto de Desarrollo de Estudios de Población, IDESPO, de la Universidad Nacional, tan solo un diecisiete por ciento de los consultados considera que este año verán mejores condiciones económicas.

El cincuenta y siete por ciento considera que el dos mil veintiuno será peor que el dos mil veinte.

La percepción de un año económicamente peor, se apoya en disminuciones de jornadas laborales, despidos, disminución de ventas en las empresas y cierres totales o parciales por el Covid diecinueve.

La vacuna contra el virus del Covid tardara en aplicarse y hacer sus efectos por lo que en el corto y mediano plazo, nada volverá a ser normal.

DEBEMOS REDEFINIRNOS

El mundo y Costa Rica en particular, deben redefinir sus economías y sus culturas en materia de salud pública, educación y actividades económicas entre otros.

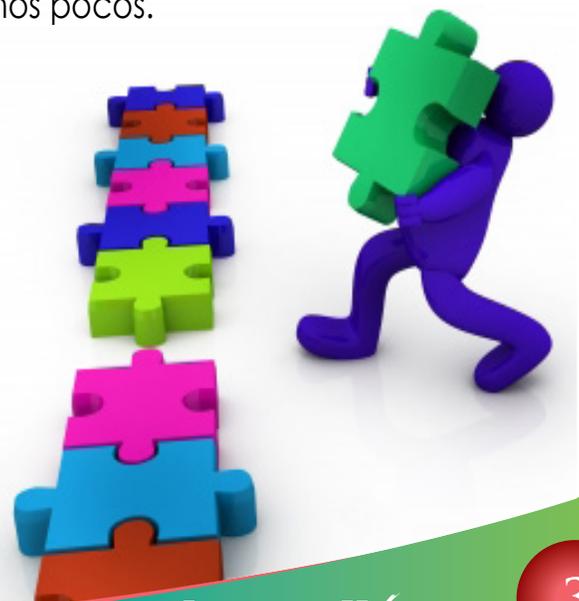
Las negociaciones con el Fondo Monetario Internacional, para oxigenar las finanzas públicas, debería ser un punto de partida para cambios estructurales en nuestra economía.

En medio de la pandemia, debemos crear empresas, generar empleos productivos y eliminar gasto público que no genere riqueza.

En las universidades públicas, en el INCAE, en el Estado de la Nación por citar algunas instituciones, hay propuestas para insertar a Costa Rica en las nuevas condiciones de vida del siglo veintiuno.

El dos mil veintiuno sí es un año difícil, pero es manejable si desarrollamos un consenso nacional basado en la solidaridad y manejo adecuado del futuro.

Este año político, de cara a las elecciones del dos mil veintidós, debe ser de unidad, acuerdos y soluciones para que los próximos gobernantes puedan hacer lo correcto en beneficio de la sociedad costarricense y no de unos pocos.





COMENTARIO



¿VEMOS NUESTROS NEGOCIOS MÁS ALLÁ DE LA PANDEMIA?

Un hombre se acercó cierta vez a una construcción y observó a tres individuos que sacaban paladas de tierra de una larga zanja. Le preguntó al primer hombre qué estaba haciendo. Este se enderezó y respondió lo que para él era evidente: Estoy cavando una zanja.

Usted, ¿Solo vende en su negocio?

Se acercó al segundo obrero y le preguntó lo mismo. La respuesta fue apenas un poco más amable: Trabajo para vivir, solo eso... Para alimentar a mi esposa e hijos.

¿Es su negocio solo una fábrica de dinero?

Cuando le preguntó al tercer hombre qué hacía, este respondió con énfasis y una actitud positiva: Vea señor, estoy construyendo parte de una serie de canales de irrigación que convertirán este árido valle en una rica zona cultivable que producirá alimentos para combatir el hambre en el mundo.

Además de garantizar su existencia, ¿Proyecta su negocio para mejorar la calidad de vida de sus clientes y de su entorno?

¿Qué clase de cavador es usted en su vida, en su empresa?

mínimos de hoy y concéntrese en la totalidad del cuadro, en lo que finalmente sirve a los demás.

Uno debe tener objetivos a largo plazo para evitar la frustración de los errores a corto plazo.

Aunque la visión tarde en cumplirse, se cumplirá a su tiempo y no fallará. Aunque sea tarde, llegará. Pero, debemos ser persistentes.

El Covid 19 es una prueba que nos enseña el valor de la persistencia y la toma de decisiones para cambiar nuestra forma de pensar y de trabajar.

Hoy más que nunca, debemos transformar nuestra manera de pensar, de actuar y de vivir.

Adaptado de "Renuevo de Plenitud"



VEA MAS ALLA DE LO QUE MIRA

Mire más allá de las tareas aparentemente insignificantes y de los errores



CAPACITACIONES



REINVENTARSE

Sergio Villegas
Trainer, Dale Carnegie

Esta es la “palabrita” de moda: “...tuve que reinventarme...”, “...nos reinventamos...”, “...hay que reinventarse...”, etc.

Reinventarse, ¿Pero qué es realmente? Es solo una forma elegante de decir que tenemos que cambiar la forma en que hacíamos las cosas. Las escuelas y colegios tuvieron que reinventarse (virtualidad), los comercios se tuvieron que reinventar (Librerías que ahora venden abarrotos), empresarios cerraron sus negocios de años de trayectoria y se pusieron a vender frutas y vegetales, teletrabajo para miles y miles de personas, etc.

Sí, esta pandemia nos ha obligado a reinventarnos, pero esto no es nuevo. ¿Sabían ustedes que los abogados no pueden hacer publicidad? Pues yo tampoco lo sabía hasta hace poco. Se las ingeniaron hace muchos años para mantener y aumentar sus clientes. Recuerdo también el caso de una empresa transnacional que vio amenazadas sus operaciones por la tendencia mundial de “Fumar es nocivo para la salud”; como creyeron que sus ingresos iban a disminuir drásticamente en el corto plazo, decidieron invertir en empresas de alimentos y les fue excelentemente bien! (Dato curioso: mientras crecían sus ingresos por las empresas de alimentos que compraron, ¡su negocio de cigarrillos nunca decreció!!!). Y puedo citar decenas de casos similares. Reinventarse no es nuevo, solo que ahora nos vimos obligados a hacerlo, ¡y a hacerlo más rápido!

Este es un buen momento para reflexionar acerca de nuestro futuro como comerciantes: sea lo que sea que nos trajo hasta donde estamos ahora, no será suficiente para llevarnos a donde



debemos ir. En otras palabras, tenemos que ver que modificamos en nuestro servicio o negocio para que los clientes nos sigan comprando. Y aquí viene una premisa importante: la clave está en el SERVICIO. Y no me refiero a ser amable y tratar bien a la gente

(eso ya está intrínseco en nuestro día a día), me refiero a buscar alternativas creativas para seguir "sirviendo" a nuestros clientes.

Recordemos la nueva definición de servicio: ayudar a alguien a resolver un problema. Si alguien necesita pintar su casa y usted es pintor, usted le puede ayudar a resolver un problema (a través de su servicio o producto). Si alguien tiene que arreglar un zapato y usted es zapatero, usted le puede ayudar a esa persona a resolver un problema. Y la lista sigue y sigue.

Independientemente de cual sea su producto o servicio, abra bien los ojos y busque cual es el "problema" que tiene la gente (en este momento) y encuentre la manera de solucionarlo. El pulpero que de repente tiene servicio "express" sin costo adicional; el panadero que tiene un chat en Whatsapp

donde les informa a sus clientes habituales que: "...el pan acaba de salir del horno...", la costurera que se ofrece a lavar y planchar la prenda que acaba de arreglarle a su cliente, etc. Converse con sus clientes y hágale preguntas: ¿Qué más podría yo hacer por usted? ¿Qué otra cosa le gustaría a usted que tuviese mi negocio o servicio? ¿Qué me recomienda que haga? Preguntas muy válidas y con el potencial de descubrir muchas nuevas posibilidades para su negocio.

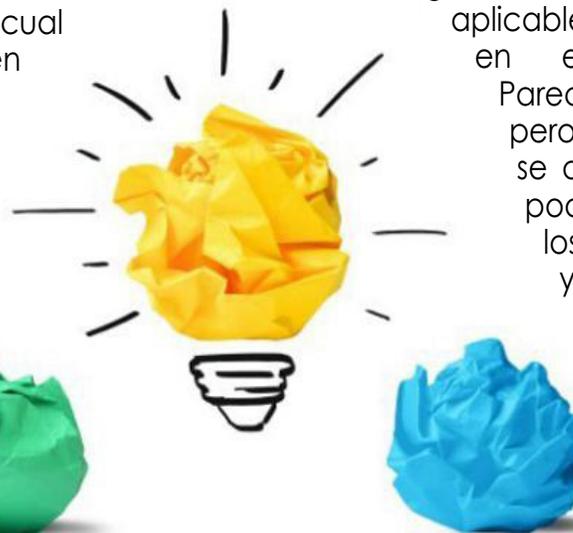
Hay un barbero por mi casa que no solo corta muy bien el cabello, sino que trabaja en varias barberías en distintos días de la semana, tiene un chat con sus clientes y les informa cuando va a estar por el lado oeste de la ciudad y cuándo estará por el lado norte. También visita a domicilio. ¿Creen ustedes que le faltan clientes? Pues no, y ahí está

"pulseándola duro" 6 días por semana.

Tengo tres consejos valiosos que darles a todas aquellas personas que necesiten o quieran reinventarse:

- 1-) Deje de hacer lo que **NO** funciona.
- 2-) Siga haciendo lo que **SI** funciona.
- 3-) Pruebe **todo** lo que crea que pueda funcionar.

Estos son considerados los 3 Principios del Progreso Continuo, y son más aplicables que nunca en estos momentos. Parecen muy sencillos, pero si los medita bien, se dará cuenta de lo poderosos que son, si los aplica constante y conscientemente.



Reinventarse no es una moda, ni es algo nuevo; es una constante de la humanidad. El secreto está en "saber cómo"

reinventarse para asegurar nuestro progreso continuado. Las plataformas virtuales vinieron para quedarse, las redes sociales nos ayudan a vender ahora mucho más que antes, el chat y los mensajes son una realidad actual y debemos saber utilizarlos y aprovecharlos.

Manténgase en Educación Continua, no solo tomando cursos y capacitaciones (lo cual es muy bueno y lo recomiendo plenamente), sino estando atentos a las necesidades, gustos, preferencias y caprichos de nuestros clientes. Recuerde que, si usted no lo hace, su competencia si lo hará.

¿Tiene que reinventarse? Pues hágalo, pero asegúrese de hacerlo de la manera correcta.



SEGURIDAD COMERCIAL

Hurto a local comercial EVITE SER VÍCTIMA DE ESE DELITO

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

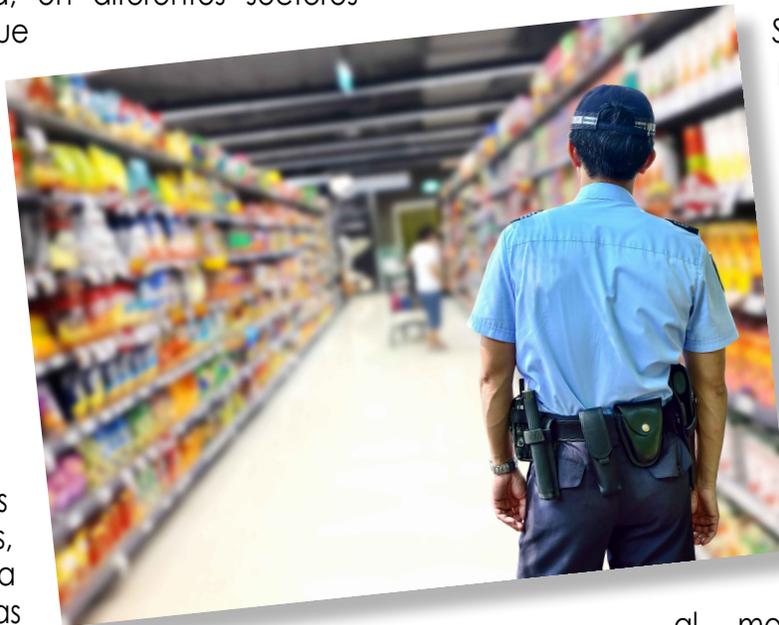
Los delincuentes se las ingenian de diversas maneras para lograr hurtar artículos en los locales comerciales, es por esta razón que se recomienda a los propietarios de los comercios, que implementen algunas medidas de seguridad, para que eviten ser víctimas.

Una de dichas medidas es la colocación de cámaras de vigilancia, en diferentes sectores del comercio y que exista una persona monitoreándolas, ya que, si detectan a alguna persona sustrayendo artículos, se pueda actuar en el momento, ya sea con oficiales de seguridad interna del local y si no los tienen, dando parte a la Fuerza Pública.

Otra de las medidas que se recomienda es, marcar la mercadería con un código de barras o una señal específica que la identifique como propiedad de un determinado comercio. Además, cuando en un local comercial, se venden artículos de alto valor económico, es recomendable que dichos objetos se mantengan en un lugar visible para los dependientes y que las medidas de seguridad de ese sitio sean mayores.

Mediante las investigaciones que realizan los agentes judiciales, han podido determinar que

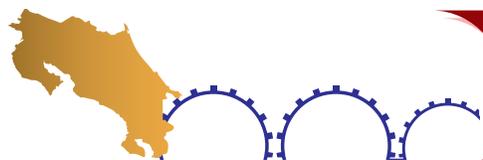
uno de los modos de operar más utilizados por los delincuentes, es ingresar dos o más personas al comercio, quienes ya tienen una labor asignada. Donde uno de ellos se encarga de distraer a las y los dependientes, con conversación o realizándole consultas sobre los productos que venden, para que sus cómplices puedan tener tiempo de sustraer los artículos seleccionados.



Se recomienda a los propietarios de locales comerciales en general que en la medida de lo posible contraten una persona que se dedique a la seguridad del lugar, ya que los delincuentes suelen dar sus golpes en los lugares que se observan inseguros y más vulnerables. En este punto es muy importante que las y los comerciantes

al momento de contratar seguridad, corroboren que la empresa que se las pretende brindar, este adscrita al Ministerio de Seguridad Pública, lo que les asegura que cuenten con los requisitos que la ley exige.

Otro aspecto importante, es que los comerciantes cuenten con un protocolo a seguir en caso de que detecten a una persona o personas hurtando, ya que así pueden actuar de forma correcta y sin poner en peligro su vida.



ACTUALIDAD

COVID 19: UNA AMENAZA LLENA DE OPORTUNIDADES

- * Información para tomar decisiones
- * Encuesta nacional sobre Covid y situación económica
- * Datos para manejar mejor el negocio

RIESGO DE LA ENFERMEDAD Y APOYO A MEDIDAS SANITARIAS

- Una oportunidad para conocer que vender y como tratar a los clientes y así, no quedarse en la Pandemia.

Para la mayoría de la población encuestada, el Covid -19 representa un alto riesgo para el país y por tanto apoyan en gran escala las medidas de distanciamiento e higiene que se han venido dictando por parte de las autoridades e implementando por parte de los ciudadanos y empresarios.

En el siguiente cuadro, extraído de la página 8 del estudio, se puede ver cuáles son las principales medidas adoptadas por los habitantes de nuestro país:

Cuadro 3 Porcentaje de recurrencia de medidas de protección adoptadas por la población contra el COVID-19. Costa Rica, octubre 2020 (n= 800)-

Medidas de protección	SI	NO	NS/NR
Uso de mascarilla	98.7	1.3	--
Uso de careta	40.9	59.1	
Procurar el distanciamiento entre personas de 1.8m en lugares públicos	97.0	2.6	0.4
Uso de alcohol o alcohol en gel para desinfectar las manos	97.5	2.5	
Lavado constante de manos con agua y jabón	98.9	1.0	0.1
Evitar tocarse la cara	88.8	11.0	0.2
Evitar dar la mano o beso como saludo	93.6	6.0	0.4
Evitar reuniones personales con amigos o familiares ajenos a su burbuja	89.7	10.2	0.1
Evitar tocar objetos / superficies en espacios públicos	88.7	10.7	0.6
Salir de la casa sólo para lo estrictamente necesario (trabajo, compra de víveres, etc)	93.5	6.3	0.2
Hacer teletrabajo	19.3	80.2	0.5

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta: *Percepción sobre aspectos de la coyuntura y culturas políticas en Costa Rica 2020*

PRINCIPALES RAZONES POR LAS QUE LAS PERSONAS HAN SALIDO DE SUS HOGARES

- **A sacar provecho y porqué no fortalecer sus ventas “on line” y servicio a domicilio**

Esta información es de suma importancia, ya que deja en evidencia que la mayoría de la población ha salido de sus hogares principalmente con el fin de suplir sus necesidades básicas.

De esta manera, las personas salen de sus hogares:

- **Para la realización de compras en el supermercado o farmacia (80,9%).**
- **Para ir al cajero automático y realizar gestiones bancarias (52,5%).**
- **Por razones laborales (43,6%).**
- **Para asistir a una cita médica en el sistema público o privado (35%).**
- **Para hacer ejercicios (32,5%).**

CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DURANTE LA PANDEMIA

- **Consumidores con menor poder de compra.**
- **Buscar lo básico para comercializar.**
- **Mejor manejo de inventarios**

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el país hay cerca de 551.0000 personas desempleadas,

lo que representa un 24% de la población económicamente activa (PEA), y tenemos un subempleo que ronda el 20,5%, lo que tiene consecuencias directas en la desaceleración de la economía.

Estos datos se han engrosado producto de despidos, disminución de jornadas laborales, cierres temporales o cierre total de empresas, que se han intensificado con la aparición de la pandemia, y esto lo refleja la encuesta, ya que, un 67,1% de la población indicó que durante la pandemia su principal fuente de ingreso o la de su familia ha estado en riesgo, principalmente debido a la disminución de las jornadas laborales (28,3%), al despido (23%) y a la reducción de sus clientes o ventas (19.9%).

CAMBIO EN HÁBITOS DE CONSUMO

- **Reorientación del manejo de inventarios.**

La difícil situación económica y sanitaria, ha provocado un cambio en los hábitos de consumo de la población, quienes han tenido que modificar sus hábitos alimenticios, de recreación y transporte, principalmente., tal y como lo refleja el siguiente cuadro, tomado de la página 20 del estudio:

Cuadro 8 Distribución porcentual de la población encuestada que realizó cambios o restricciones a nivel económico para ajustar el costo de vida suyo o de su familia desde el primer contagio de COVID-19 en el país, según tipo de cambio o restricción. Costa Rica, octubre 2020 (n=627)

Tipo de Cambio	No	Sí	NA	NS/NR	Total
Alimentación	19,8	80,0	--	0,2	100
Recreación	21,6	77,1	0,7	0,6	100
Vestuario	29,1	69,4	1,4	0,2	100
Transporte	39,9	58,3	1,7	0,2	100
Salud	56,2	43,0	--	0,8	100
Vivienda	58,3	39,0	2,3	0,4	100
Posponer pagos de créditos	59,5	38,0	2,2	0,2	100
Educación	57,2	37,7	4,1	1,0	100

Fuente: Percepción sobre aspectos de la coyuntura y las culturas políticas en Costa Rica: Emergencia Nacional COVID-19

Juntos Contra el COVID-19



Representación y Defensa del
Comercio Detallista Costarricense

SI TIENE ALGUNOS DE ESTOS SÍNTOMAS

- Fiebre
- Tos seca
- Dificultad para respirar
- Pérdida del olfato



- **Pérdida del gusto**
- **Dolor de garganta**
- **Cansancio**
- **Dolor de cabeza**
- **Congestión nasal**



Acuda de inmediato a un servicio de atención médica y siga las indicaciones dadas por el centro médico.

#ENTRETODOSNOSCUIDAMOS

Aunque si bien es cierto, la realidad vivida por la población en general y los empresarios detallistas en particular, durante el año 2020 ha sido muy difícil y la percepción para el 2021 es pesimista, conocer esta información permite que usted como empresario le dé un vuelco a su negocio:

- Adaptándose a la nueva realidad del mercado y de sus clientes.
- Replanteando su actividad, a través de la entrega a domicilio o de la venta de nuevos productos.
- Aprovechando las oportunidades que la tecnología y el uso de redes sociales le brindan.



**Hoy más que nunca, hay que tener claro que el cambio es una constante y que está en nuestras manos el analizar y aprovechar las oportunidades que una crisis nos brinda.

En el mes de octubre pasado, el Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO-UNA), realizó una encuesta de la **Percepción sobre aspectos de la coyuntura y las culturas políticas en Costa Rica: Emergencia Nacional COVID-19**".

Los resultados de dicha encuesta fueron publicados en diciembre y de él se desprende toda esta valiosa información que usted como empresario detallista debe conocer y aprovechar para el giro de su negocio.



NOSOTROS LOS DETALLISTAS

El Mercado del Pollo

ESFUERZO Y SACRIFICIO POR MÁS DE 10 AÑOS

Una vez más los asociados a la Cámara nos dan la oportunidad de conocer sus historias personales y su trayectoria como empresarios detallistas, en esta oportunidad conoceremos a una mujer empresaria que se caracteriza por ser proactiva y participativa en todos los temas que tengan que ver con el manejo de su negocio, siempre la veremos

formando parte de las actividades de la Cámara y buscando apoyo y soluciones para su negocio, estamos hablando de Gabriela Madrigal Morera, propietaria de un mini súper en el distrito de Pavas en San José.



“El hecho de ser mujer nos limita porque estamos en un mundo machista y siempre se va a encontrar uno con barreras, pero hay que enfrentarlas y salir adelante”

le gusta motivar a otras personas para salir adelante y desde luego es muy trabajadora.

Doña Gabriela actualmente tiene 41 años de edad, es casada y madre de dos hijos; ella se describe a sí misma como una persona sencilla y luchadora,

Su negocio, que tiene por nombre El Mercado del Pollo, además de la venta de abarrotes ofrece verdulería, carnicería y pollo frito. Está ubicado en Lomas del Río, Pavas en la provincia de San José y se inició como un proyecto familiar hace aproximadamente diez años.

Doña Gabriela y su esposo, con quien también trabaja en el negocio, tienen planes de crecimiento muy ambiciosos, uno de ellos es consolidar el mini súper como la mejor opción en cuanto a calidad y precio en la zona de Pavas, además, tienen en mente colocar paneles solares con el fin de contrarrestar en gran parte el alto costo de la electricidad que demanda el negocio mes a mes.

Sin embargo, según Doña Gabriela, los planes que tiene en mente, referentes a su negocio, es difícil poder materializarlos, ya que ella considera que en Costa Rica hay muy poco apoyo por parte del Gobierno y entidades bancarias para el sector detallista, lo dice ella, quien a lo largo de todo este tiempo ha luchado por obtener un préstamo bancario en condiciones favorables para poder comprar el local donde está su negocio, ya que es alquilado, y además, ha vivido en carne propia el “calvario” en algunas instituciones del

gobierno y también la municipalidad, para poder obtener los permisos de operación de su negocio, eso sin contar la larga lista de requisitos y trabas que cada día se suman en la operación de un negocio detallista y que hacen encarecer costos y en el peor de los casos llevar al cierre.



El camino no ha sido fácil para esta detallista, ya que el hecho de dedicar largas horas del día a atender un negocio implica sacrificar el tiempo con su familia, la atención de sus hijos y el matrimonio, además, como ella misma nos cuenta, "muchas veces a pesar del cansancio hay que levantarse y seguir adelante (uno de los aspectos más duros de manejar un negocio propio), ya que si no se trabaja no se come, así que no hay opción de rendirse fácilmente". Sin embargo, la motiva el hecho de ver a otras familias que con la ayuda de Dios han podido salir adelante y dar el estudio a sus hijos, algo fundamental para esta detallista, quien diariamente permanece motivando a sus hijos para que se esfuercen y alcancen sus metas.

El Mercado del Pollo, no ha sido la excepción y ha sufrido el impacto de la pandemia por Covid-19, las ventas se han disminuido producto del desempleo, la reducción de jornadas y el hecho de que muchas personas por temor a

infectarse permanecen más en sus hogares y no salen tan frecuentemente como antes. Además, en semanas en que los clientes reciben el diario escolar, productos como las verduras se encarecen, lo que implica comprar caro y vender caro, aspecto que tampoco ha colaborado para mantener un buen nivel de ventas. El cambio se ha sentido y es difícil lidiar con temas como el aforo, invertir en materiales de limpieza y estar al pendiente de cumplir estrictamente los protocolos para no verse expuesto a sanciones.

Doña Gabriela a través de su historia desea recalcar tres puntos que para ella son y han sido fundamentales: El primero es su mensaje para las personas que en este momento se están abriendo camino como empresarios detallistas, el secreto está en trabajar con esmero, solo así se puede salir adelante. Segundo, recalcar el poco apoyo para los detallistas por parte del gobierno y entidades bancarias. Tercero y último, gracias a su afiliación a la Cámara de Detallistas, ha podido recibir capacitaciones y asesorías las cuales siempre son necesarias para mantener y mejorar su negocio.



CÁMARA DE DETALLISTAS PONE A SU DISPOSICIÓN MI NEGOCIO VIRTUAL, EL SITIO VIRTUAL DE LOS DETALLISTAS



Con el propósito de fomentar la posibilidad de digitalización de los negocios afiliados a nuestra organización, **CANACODEA** está haciendo el lanzamiento del sitio **Mi Negocio Virtual**.

Mi Negocio Virtual es un proyecto muy ambicioso que pretende brindar a los afiliados a CANACODEA un espacio virtual a través del cual puedan dar a conocer su negocio, los productos que comercializa y las ofertas o promociones que tenga para sus clientes, con el fin último de realizar el ciclo de comercio electrónico con ellos.

El acceso a este módulo se hará a través de la página web www.canacodea.org, y los afiliados que estén interesados, lo podrán tener a su alcance de manera gratuita siempre y cuando se apeguen a los lineamientos establecidos por la Cámara.

Este proyecto se desarrolla gracias al apoyo de las siguientes empresas amigas del sector detallista:



Si usted es afiliado a CANACODEA y está interesado en participar de este proyecto llámenos al teléfono 2253-2625 o al 8818-1723

ROLLOS DE PAPEL PARA IMPRESORA DE PUNTO DE VENTA

Si usted cuenta con sistema de punto de venta en su negocio y requiere de rollos para su impresora, le recordamos que en la Cámara se encuentran disponibles rollos de papel térmico y rollos de papel bond.



Las medidas son:

Rollos en papel térmico: 3" y 1/8 de ancho x 75 metros de largo

Rollos en papel bond: 3" de ancho x 40 metros de largo

Ambos rollos tienen impreso en el frente el logo de la Cámara y al reverso los logos de las empresas patrocinadoras que colaboraron en este proyecto para así poder ofrecer un precio final diferenciado a los asociados a la Cámara.

Consulte por los precios y realice sus pedidos llamando a nuestras oficinas al teléfono: 2253 26 25 o bien a través de WhatsApp al número: 8818 17 23.

Este servicio es exclusivo para los afiliados a CANACODEA.



**Realice el pago de su
membrecía y demás servicios,
de una forma sencilla, fácil y
segura, a través de**

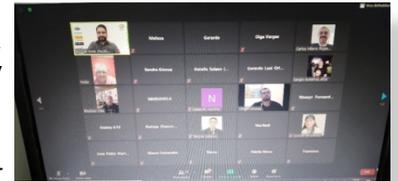


Teléfono 8818-1723

INFÓRMESE Y PARTICIPE

en las actividades que estamos preparando para este 2021

El año 2020 nos ratificó que el cambio es una constante en nuestras vidas, y ante él debemos estar preparados para enfrentarlo, reiventarnos y hacer las adaptaciones que sean necesarias para seguir adelante.



En la Cámara de Detallistas, al igual que todos, tuvimos que replantear nuestra forma de hacer las cosas y aprovechar muchas de las oportunidades que la tecnología nos ofrece.

Debido al éxito de las diferentes actividades realizadas durante el año pasado y a que las condiciones sanitarias todavía no permiten la reunión presencial de muchas personas, es que para el año 2021 continuaremos con la realización de actividades virtuales para nuestros afiliados.



Dentro de las actividades que se están programando, tendremos:

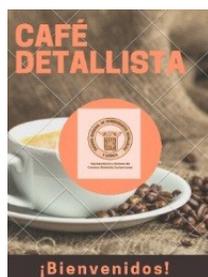
- Capacitaciones en temas de actualidad y de gran importancia para el desarrollo y permanencia de su negocio, a través de la plataforma Zoom.
- Celebración del Día del Detallista en el mes de mayo.
- Bingo navideño, el cual pretendemos ir posicionando como una de las principales actividades para nuestros afiliados.



Adicionalmente, continuaremos contribuyendo con el desarrollo comercial de los negocios de nuestros afiliados, por medio de:



Mi Negocio Virtual, módulo de comercio electrónico al cual pueden acceder a través de la página web www.canacodea.org y coadyuvando en la disminución de sus costos operativos por medio de la venta a un costo diferenciado de los rollos para impresoras de sistema de punto de venta.



De igual manera, continuará al aire el Programa Café Detallista, los martes a las 3:00 pm por la plataforma Zoom abordando temas de actualidad e interés para el empresario detallista.

El año 2021 está lleno de actividades por lo que desde ya les invitamos a mantenerse informados por nuestros diferentes medios de comunicación sobre la programación y desarrollo de las actividades que estamos preparando para usted.



PROTECCIÓN, SEGURIDAD Y CONFIANZA



Representación y Defensa del Comercio Detallista Costarricense

AFILIACIÓN Y COSTO DE MEMBRECÍA

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 MEMBRECÍA 2021

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 mts ² o menos	₡13.500,00	₡13.500,00
PEQUEÑA EMPRESA	De 2 a 5 colaboradores. Área física entre 46 y 100 mts ²	₡15.800,00	₡15.800,00
MEDIANA EMPRESA	Más de 6 colaboradores. Área física de más de 100 mts ²	₡17.950,00	₡17.950,00

BIENVENIDOS NUEVOS ASOCIADOS

NOMBRE DEL DETALLISTA	NOMBRE DEL NEGOCIO	UBICACIÓN
VARGAS ELIZONDO GREVIN	TAMARA BOUTIQUE	SANTO DOMINGO, HEREDIA
JASPE MYA LTDA	PANADERIA Y REPOSTERIA JASPE	SANTO DOMINGO, HEREDIA

ANUNCIOS CLASIFICADOS

Clases de inglés 100% virtuales
 Personas de 15 años o más
 Contacto: Fabián Arce Mora
 Teléfono: 8923-0195
 E mail: venglishcr@gmail.com
 Web: www.venglishcr.com

MANAGER SOFTWARE
 FACTURA ELECTRÓNICA Y SERVICIOS INFORMÁTICOS
 Tels.: 8681-6000 / 8857-2664
 10% descuento para afiliados

LOCAL DISPONIBLE PARA ALQUILER o para formar una Alianza Comercial con alguno de los afiliados a CANACODEA

Dirección: 15 metros de la esquina sur-oeste del parque de Tibás contiguo a Don Algodón. El local es de 85 metros cuadrados.

Teléfono: 8549-9664

Correo electrónico: sebasramirez97@gmail.com

SERVICIOS

ASESORIA COMERCIAL Y MERCADOLÓGICA:

Contacto: Olga Vargas, MBA.
Teléfono 2253-2625, ext 0, ovargas@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



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 Mañá Teléfono 2223-2967
Olman Herrera Teléfono 2223-5779



SERVICIO ODONTOLÓGICO

Para asociados y sus familiares

ROHRMOSER - SAN JOSÉ

Clínica Studio Dental
Dra. Rosa Palaciosz
Tel: 2232-5824 / 2220-4572

Clínica Odontológica
Dra. Gloriana Sánchez
Tel: 2494-0373

CARTAGO

Clínica Odonto Integral
Dra. Monserrat Piedra
Tel: 2591-3754 / 8831-1755

LIBERIA - GUANACASTE

Clínica Dental Sonrisas Liberia
Tel: 2665-1443 / 2665-2481



GRECIA

Clínica Odontológica
Dra. Melissa Bolaños
Teléfono: 2495-0367

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 Azofofeifa. Teléfono 2253 2625, ext 0,
mmendez@canacodea.org
Cecilia Murillo Vargas. Teléfono 2253 2625, ext 20,
cmurillo@canacodea.org



SERVICIO MÉDICO

Atención gratuita para el asociado y un beneficiario.*

ALAJUELA

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

GRECIA:

Doctor Marco Sánchez Montero. Teléfono 2444-0568
Whatsapp: 8484-3981

LIBERIA

Doctora Ericka Miranda. Teléfono 2665-0182

SAN JOSÉ

Doctora Claudia Cortez Godoy, en San José.
Teléfono 2253-2625, ext. 0

* Importante haber entregado la boleta con los
datos del beneficiario



BENEFICIOS

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
Coerturas (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



consentilos con amor



NUEVO



¡celebremos
el amor
en todas sus
formas!