

COMPANIES AND ENTREPRENEURS IN SINCELEJO: ALMACEN CASA JAIRO, A TRADITION THAT REMAINS

Autores:
Aylin Patricia Pertuz Martínez ¹
Killian Alberto Lara Flórez ²

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito describir la historia empresarial de Almacén Casa Jairo, el cual cuenta con una trayectoria de unos 50 años en el mercado. Se abordan temas como su actividad económica y la vida de su fundador, Jairo Vanegas Mejía, un empresario empírico de origen paisa. La metodología se basó principalmente en fuentes primarias. La unidad de análisis lo constituyó principalmente el empresarios y personas conocedoras de la experiencia empresarial. Para la recolección de la información se realizaron entrevistas en profundidad (no estructuradas). Se resalta el origen de este negocio, detallando sus momentos de éxito y fracaso desde 1969 hasta 2016 y aquellos factores internos y externos que influyeron en su dinámica, siendo algunos de estos: la forma de liderazgo autocrática que ha implementado el propietario/gerente, la estrategia financiera de reinversión y ventas de contado, la inseguridad y el crecimiento demográfico de Sincelejo.

Palabras clave: Almacén Casa Jairo, empresario, Sincelejo

ABSTRACT

The purpose of this article is to describe the business history of Almacén Casa Jairo, which has a history of about 50 years in the market. Topics such as its economic activity and the life of its founder, Jairo Vanegas Mejía, an empirical businessman of Paisa origin, are addressed. The methodology was based mainly on primary sources. The unit of analysis was constituted mainly by businessmen and people familiar with business experience. In-depth interviews (unstructured) were conducted to collect the information. The origin of this business is highlighted, detailing its moments of success and failure from 1969 to 2016 and those internal and external factors that influenced its dynamics, some of these being: the autocratic form of leadership that the owner / manager has implemented, the financial strategy of reinvestment and cash sales, the insecurity and demographic growth of Sincelejo.

Keywords: Casa Jairo Store, entrepreneur, Sincelejo

¹ Administradora de Empresas, Doctora en Ciencias Sociales mención Gerencia, magister en Administración de Empresas, especialista en Gestión Pública. Docente Universidad de Sucre. Email: Aylin.pertuz@unisucree.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2414-336X>

² Administrador de Empresas.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es el de describir la historia empresarial de la empresa Almacén Casa Jairo de la ciudad de Sincelejo, desde el año 1969 hasta 2016. Como objetivos específicos están: identificar a los propietarios de la empresa; describir la gestión administrativa de la empresa; establecer los momentos de éxito y de fracaso; indicar los factores externos e internos que han influido en la empresa; identificar las estrategias utilizadas por la empresa.

Este trabajo es de gran interés para el empresario, las entidades gremiales, así como para las instituciones del Estado encargadas de formular políticas públicas y estrategias dirigidas al sector empresarial. En Colombia, la historia empresarial se ha ido convirtiendo en una herramienta para las instituciones de educación superior, públicas y privadas, en especial para los programas de las facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, puesto que provee un cuerpo de conocimientos que se coloca a disposición de los procesos de aprendizaje en el aula. Según Berdugo (2003), de su conocimiento se pueden obtener importantes lecciones para la solución de problemas recurrentes organizacionales. Así mismo, el empresariado incurre en equivocaciones por el desconocimiento de su propia historia como grupo social de gran influencia en el acontecer nacional.

Sincelejo, capital del departamento de Sucre desde 1966, ha sido una ciudad cuya economía se ha basado en los sectores de la ganadería, la agricultura, el comercio y diversos servicios. Según Pertuz (2015) hacia 1964 existían en la región sábanas 29.790 cabezas de ganado. Las sociedades con mayor capital en la región correspondían principalmente a negocios ganaderos.

Caldas, Reyes y Heras (2009) definen la empresa como una unidad económica que, partiendo de la combinación organizada de distintos factores materiales y humanos, produce un bien o un servicio mediante el cual obtendrá un beneficio económico. Baigorri (2004) expresa que es un tipo de organización o asociación humana que no surge por alguna especie de libre acuerdo de sus miembros, sino que es creada por aquellos que poseen los elementos necesarios para su funcionamiento (el capital), los cuales invitan a otros individuos (los trabajadores) a participar en dicha asociación en unas condiciones que no son siempre libremente pactadas, y con el objetivo de

obtener el máximo beneficio posible como consecuencia de la acción. Münch (2010) define a la empresa como la unidad económico social en la que, mediante el capital, el trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades de las personas que constituyen la sociedad.

Las empresas tienen diferentes tamaños. Entre ellas, están las MiPymes. Según Nieto, Timoté, Sánchez y Villareal (2015) en América Latina las variables empleadas para la clasificación pueden ser: el número de trabajadores, el volumen de ventas y el monto de activos de la empresa. De acuerdo con portafolio.com (2019) en Colombia, para el año 2020 las empresas se clasificarán de acuerdo con sus ingresos por actividades ordinarias anuales y el sector al que pertenece. En el caso del comercio las microempresas son de \$1.534 millones o menos.

Según Daft y Steers (1992) las empresas son sistemas abiertos que no pueden apartarse del dinamismo y las tendencias del entorno, y, por lo tanto, deben responder en forma adecuada a sus presiones, especialmente, cuando muchas fuerzas productoras de cambios provienen del entorno externo. Para Bernal y Sierra (2008) el entorno empresarial se vuelve cada vez más dinámico, incierto, competitivo y complejo; razón por la cual, si se quiere una mayor supervivencia y por ende ser más competitivas, es importante que cada empresa conozca plenamente su entorno. Para ello se reconocen dos dimensiones del ambiente externo que son el microentorno o ambiente específico, conformado por clientes, proveedores, competencia y el mercado; y el macroentorno o ambiente general, integrado por diferentes sistemas que componen la sociedad: el sistema social, económico, político, legal, tecnológico, geográfico, entre otros.

Unido al concepto de empresa se encuentra el del empresario. Schumpeter (2012) expone que el empresario es la persona que tiene la capacidad e iniciativa para desarrollar “nuevas combinaciones de medios de producción”. Una nueva combinación respecto a la que se hacía anteriormente mediante pequeños pasos, facilita el cambio y el crecimiento, pero no es algo nuevo o “desenvolvimiento”. Para llevar a cabo este desenvolvimiento se requiere de “nuevas combinaciones” (p.74). Bajo esta perspectiva, Ordoñez (1999), resalta que el concepto de innovación comprende la introducción de un nuevo bien, un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de materias primas, la creación de una nueva organización, como un monopolio, por ejemplo.

Bruni (2012) establece que “el empresario innovador es el protagonista del desarrollo económico, porque crea verdadero valor agregado y dinamiza el sistema social” (p.2). Sin embargo, al innovador le sigue una cantidad de imitadores, atraídos por el valor agregado creado, los cuales entran en los sectores en los que se han producido innovaciones, generando que el precio de mercado de esos productos disminuya rápidamente hasta llegar al punto de absorber íntegramente la ganancia generada por la innovación.

Para Kirzner (2007) el “empresario puro” es el decisor cuyo rol surge una vez encuentra las oportunidades que estuvieron ocultas; lo importante para el empresario es saber ubicar las oportunidades que no se han explotado. Según Leibenstein (1968) citado en Brunet y Alarcón (2004), señala que, entre las características del empresario es la capacidad para describir oportunidades y de carácter económico y evaluarlas. Los empresarios son los que suplen las deficiencias de los mercados. Knight (1964) indica que la actividad económica está relacionada con la acción empresarial. El ser humano todo lo que planea y ejecuta está en una situación de incertidumbre. La función del empresario es la de reducir la incertidumbre, y la función de los propietarios del capital es asumir el riesgo que no es asegurable, puesto que asumir dicho riesgo justifica el beneficio.

METODOLOGÍA

La investigación fue de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo e histórica, y su diseño, de campo. Según Monje (2011) la investigación cualitativa es holística, es descriptiva, es comprensiva, porque no busca la verdad sino las perspectivas del actor social, es natural porque en ella se puede interactuar con los actores de modo natural y se toma desde la perspectiva del actor. Para Hurtado (2012) la investigación descriptiva es aquella que tiene como objetivo obtener “la precisión y caracterización del evento de estudio dentro de un contexto particular” (p. 413), y la investigación de diseño de campo, es aquella en donde “el investigador obtiene sus datos de fuentes directas en su contexto natural” (p. 702).

Las fuentes fueron primarias fueron el propietario y empleados. Hicieron parte de las fuentes primarias ciertos documentos relacionados con los aspectos jurídicos de la empresa. Para la recolección de la información se hizo uso de la entrevista no estructurada. Se sistematizó y se interpretó la información.

DESARROLLO

Inicios de almacén Casa Jairo.

Almacén Casa Jairo es un establecimiento comercial, ubicado en la ciudad de Sincelejo, exactamente en la calle 21 # 23-03 (centro de la ciudad), dedicado al comercio al por menor de electrodomésticos, gasodomésticos, muebles y equipos de iluminación. Se encuentra inscrito en la Cámara de Comercio de Sincelejo como persona natural a nombre de Jairo de Jesús Vanegas Mejía, con NIT 8220001 – 0. Cuenta con más de 50 años de existencia en el mercado de la capital sucreña, tiempo considerable que le ha permitido a este empresario empírico sortear los aciertos y desaciertos generados por el contexto externo e interno.

En la época de la creación de la empresa, la economía colombiana tenía un Producto Interno Bruto el cual había aumentado a un ritmo anual promedio de 4,6% entre 1950 a 1969. A fines de la década de 1960 el PIB Per cápita se hallaba a un nivel promedio que el de Latinoamérica, es decir, US\$350 (Carlos, 1972). En cuanto a la inflación, Colombia experimentó un aumento del 25% en 1961, debido a múltiples causas, entre estas se puede citar el alza en la cotización del precio internacional del café que aumentó el flujo de divisas hacia el país, incrementando el nivel de precios de la canasta básica. En el periodo comprendido entre 1963 a 1970, Colombia tuvo una disminución de la inflación del 15% llegando a un 8% a comienzos de 1971. Esto se debió a la estabilidad de los precios internacionales de los productos agrícolas, la disminución del precio internacional del café, las políticas de estabilización de precios el crecimiento económico que se dio en el llamado Frente Nacional (De la Puente, 2012).

En materia legal, nació el decreto 2369 de 1960, el cual permitió la creación de las Corporaciones Financieras. Esta reglamentación las definió, como establecimientos de crédito, cuya finalidad principal es la de promover la creación, reorganización y transformación de empresas, participar en el capital de ellas y gestionar la participación de terceros y otorgarles créditos. Además, las oficinas principales de los primeros bancos privados aumentaron de 13 en 1951 a 17 en 1963, mientras que las sucursales pasaron de 171 a 522 durante el mismo periodo (Dávila, 1999, citado en Cruz, 2011).

En Sincelejo, en la década de 1960, se crearon aproximadamente 77 firmas registradas en notaría y la mayoría de los empresarios de la época conformaron diferentes tipos de negocios con el fin de satisfacer las necesidades de la población. En este sentido, surgieron empresas dedicadas a la industria alimenticia, construcción de puertas y ventanas de aluminio, bloques prefabricados, reparación de máquinas con sistema diésel, ingeniería y construcciones, administración de aeropuertos, bolsas de empleo, vigilancia, etc. Los empresarios eran sincelejanos, pero también, había de origen extranjero o descendientes de estos (Pertuz, 2015).

Según lo expresado por el empresario William Quessep (Gutiérrez, 2013) para este tiempo, el comercio estaba conformado por pequeños negocios que en su mayoría eran de familiares, dirigidos a sectores populares, sus propietarios eran sincelejanos y emigrantes, junto a descendientes de estos nacidos en la región. El centro de la ciudad de Sincelejo contaba con tres calles importantes: la Calle de “Los Turcos” (calle 22), la Calle del Comercio (calle 23) y calle Real (calle 19).

A finales de esta década surgió en Sincelejo Almacén Casa Jairo, exactamente el 13 de febrero de 1969, cuando su propietario, Jairo Vanegas, decidió llegar a Sincelejo con diferentes mercancías y de inmediato inició con la comercialización puerta a puerta en la modalidad de crédito de productos para el hogar. En estos momentos, no existían tantas casas comerciales, la ciudad era tranquila y sobre todo muy segura para convivir y hacer negocios.

Iniciativa comercial que surgió como una forma de sobrevivir para el propietario, dado que en el momento no contaba con un trabajo. Inició con una inversión en mercancía de veinte mil pesos, producto de la liquidación que obtuvo Jairo Vanegas luego de haber trabajado por más de tres años en la fábrica antioqueña PEPALFA.

Este negocio empezó a operar puerta a puerta y el nombre estipulado por el dueño era “Casa Diego”, en honor a su hijo. Pero esta idea cambió por influencia de un amigo, quien le comentó que ese nombre existía comercialmente en Sincelejo, por lo tanto, se decidió por el nombre de “Casa Jairo”.

En ese tiempo Jairo Vanegas empacó su mercancía y la llevó por los diferentes barrios, a través de dos “carretas” que adquirió una vez llegó a la ciudad; le tocó implementar esta estrategia porque en ese momento no poseía suficientes recursos para alquilar un local, pero logró tener más cercanía con los clientes.

También implementó la venta a crédito para cobrar dos o tres veces por semana, ya que para la época existía un sistema llamado “los turcos” que consistía en cobrar semanalmente las mercancías, permitiendo así que el comerciante obtuviera buenas utilidades, basados en que los precios de venta tenían un valor adicional o interés. Los barrios más visitados por el empresario fueron la Ford, 20 de Julio, Fátima, San Francisco, San Nicolás, Pablo VI, La Bucaramanga, Mochila, Nariño, Majagual. Una de sus primeras estrategias de marketing estuvo relacionada con el servicio al cliente: trato amable y orientación acerca de los beneficios y/o particularidades de cada producto, con el fin de motivarlos a comprar y darles seguridad del bien que pretendían adquirir (Comunicación personal, Jairo Vanegas, 10 de marzo de 2016).

Un paso a la formalidad empresarial

En la década de 1970-1980, la economía colombiana se caracterizó por el crecimiento de las manufacturas y sus exportaciones, mayor atención en la economía rural, una inflación con altibajos muy marcados, reducción de la deuda pública, algunas reformas tributarias y modificaciones en la estructura del sector financiero.

En cuanto al sector financiero, de acuerdo con Echeverry (1990, citado en Cruz, 2011) en los años setenta ocurrieron dos cambios institucionales que modificaron la estructura del sector financiero. El primero, se dio en 1972, con la adopción de un sistema de corrección por inflación para el ahorro canalizado por medio de las Corporaciones de Ahorro y Vivienda (el sistema UPAC), concebido como uno de los ejes del plan de desarrollo de la administración de Misael Pastrana y el segundo, fue la legalización de los intermediarios financieros en 1973, que poco después se denominarían Compañías de Financiamiento Comercial.

En materia legal, Gonzáles y Calderón (2002) afirman que, en 1974 surgió una nueva reforma tributaria que estableció la renta presuntiva sobre el patrimonio y los ingresos. Según Perry y Cárdenas (1986, citado en Gonzáles y Calderón, 2002) esto trajo consigo algunas particularidades como la modificación en las tasas del impuesto de remesas, con una tasa de 20% para las utilidades percibidas por sucursales y 12% en los demás casos, Extendió el impuesto de renta a todas las empresas estatales, excluidas las de servicios públicos, con el objeto de instituir un principio de control central de éstas y la posibilidad de trasladar parte de sus utilidades antes de

impuestos, a actividades prioritarias del consumo y la inversión pública y además permitió descontar todos los impuestos pagados en cualquier compra de las empresas, excepto los bienes de capital.

Esta reforma también presentó impactos en el sistema bancario puesto que se elevaron las tasas de interés, redujo su dispersión, liberó aquellas que podían cobrar los bancos comerciales en sus operacionales ordinarias, redujo los encajes sobre depósitos, eliminó gran parte de las inversiones forzosas y limitó drásticamente el acceso de los bancos a los recursos del emisor (Cruz, 2011).

En el mandato de Alfonso López (periodo 1974-1978), se estableció que las empresas reconocieran intereses sobre las cesantías de los empleados, así como la igualación del salario mínimo rural con el urbano; aumentó la productividad agrícola y llevó un mayor porcentaje de la economía rural al mercado abierto a través del Programa de Desarrollo Rural Integrado (DRI) (Revista Semana, 2007).

Esta década, con estas características económicas y legales en el país, es un período en el que Casa Jairo presentó grandes avances, ya que, gracias al gran número de clientes, las exigencias por más productos no se hacían esperar, lo cual generó la existencia de un mayor volumen de mercancía que con el tiempo no cabía en las carretas ni en la casa de Jairo Vanegas. Esto lo obligó en el año 1972 a arrendar un local frente a las oficinas de la empresa Brasilia en la calle Francisco H. Porras, de propiedad de la señora Hortensia Viuda De Rozo, a quien le pagó doscientos cincuenta pesos mensuales. Esta ubicación se seleccionó por lo bajo del precio y su amplitud; además de ser una vía bastante transitada. Este local lo utilizó no sólo para almacén sino también para bodega. Estando en este local, se comercializaron electrodomésticos, productos para el hogar como decoraciones, elementos de cocina, accesorios, telas, zapatos, etc., estando entre sus proveedores Coltejer, Imusa y Lander.

En ese momento, entre sus máximos competidores, se encontraba Cacharrería Gloria, Almacén El Fénix y Almacén de Atilano Pérez, con cada uno de ellos manejaba muy buenas relaciones, nunca existió diferencia entre ellos, se caracterizaban por manejar el mismo rango de precios.

A finales del año 1972, por solicitud de proveedores y por cumplimiento a los reglamentos legales y empresariales, tomó la decisión de registrarse en la Cámara de Comercio como persona natural y desde el año 1973 contó con la

colaboración de un contador público que se encargaría de todo el manejo de su información contable.

Ubicado frente a Brasilia, Casa Jairo funcionó como almacén durante 4 años, es decir hasta 1976, posteriormente, el local se usó como bodega hasta 1992. En febrero de 1977, se ubicó en un nuevo local, exactamente en la calle 21 N°23-03, el cual respondía a las preferencias del empresario: un lugar amplio, bien acondicionado, en una esquina muy transitada y sobre todo bastante seguro. Una de sus estrategias fue enfocarse en una misma línea de productos, de esta manera retiró la línea de telas, zapatos y accesorios, puesto que en la época ya se estaban gestando varios negocios dedicados a este sector de prendas de vestir; por lo tanto, terminó de vender el inventario que tenía en esa línea y trató de enfocarse mucho más en la línea blanca: electrodomésticos y productos para el hogar. Además, requirió de un mayor número de empleados, puesto que el local era de dos entradas, una lateral y una frontal y el nivel de ventas aumentó, en este sentido, pasó de tener dos empleados a contar con cinco personas (comunicación personal, Jairo Vanegas, 15 de abril, 2016).

En el periodo comprendido entre 1975-1976, el empresario decidió implementar la estrategia de publicidad, para lo cual usó vallas frente a su negocio y en sectores bastante frecuentados o transitados, volantes por las calles y cinco o seis cuñas radiales. Esta estrategia tuvo un impacto positivo en el nivel de ventas y en el reconocimiento de la ciudadanía. Como distintivo mercadológico, adoptó los colores amarillo y rojo para la decoración externa de su local.

Ampliación del portafolio de servicios y mayor reconocimiento en el mercado.

En 1980, al ver la necesidad de muchos clientes en el mantenimiento y compra de repuestos para electrodomésticos y teniendo en cuenta la rentabilidad apreciable de esta operación, abrió en su almacén el taller de repuestos, el cual ha logrado mantenerse ayudando al reconocimiento del negocio en la ciudad de Sincelejo. El mantenimiento y reparación de electrodomésticos se constituyó en una ventaja competitiva de su negocio. Cuando un producto llevado por un cliente, no tenía posibilidades de reparación, dicha cliente, dada la asesoría del empresario, optaba por comprarlo nuevo en el almacén. Hasta la fecha de hoy, el negocio mantiene una buena reputación en este sentido.

Colombia en los años ochenta enfrentó avances en su economía y problemas sociales como la inseguridad. La administración del presidente Betancur (1982-1986), se caracterizó por el logro de la estabilidad económica gracias a las medidas adoptadas y a condiciones favorables en la economía internacional como por ejemplo, a finales de 1985 una mini bonanza cafetera reforzó la recuperación en la balanza de pagos, se pretendió mantener la tasa de cambio real al nivel alcanzado a finales de 1985, lo cual permitió en un tiempo corregir la fuerte revaluación ocurrida desde mediados de la década de los setenta; se introdujeron reformas al Plan Vallejo y se eliminó una gran cantidad de exenciones al pago de impuestos de importación, con lo cual creció la participación de los impuestos sobre el comercio exterior dentro del total de recaudos, aumentando de 20.4% en 1985 a 25.1% en 1988 (Fatat, et al, 1998).

Sin embargo, en 1985, uno de los hechos que tuvo repercusiones negativas para la empresa fue la práctica del contrabando en la ciudad de Sincelejo donde era común la presencia de artículos introducidos de manera ilegal; en este sentido, de acuerdo con empleados del almacén (Comunicación personal, Rafael Ruiz, 16 de abril de 2016), existían en la ciudad pequeños negocios con mercancías de contrabando a precios muy económicos, ofreciendo una competencia desleal para almacén Casa Jairo. En palabras del señor Jairo esta circunstancia no ha sido de alto impacto para el negocio (Comunicación personal Jairo, Vanegas, 16 de abril de 2016).

Una época de inseguridad nacional y de reinversión empresarial

Los años noventa en Colombia, estuvieron marcados por importantes cambios políticos, económicos y sociales, plasmados básicamente en la apertura económica, flexibilización del mercado laboral, varias reformas tributarias, pero, sobre todo, es en este período donde al país le tocó enfrentar una de las crisis económicas más agudas de su historia. Fue en el período 1990-1994 que correspondió al mandatario presidencial de Cesar Gaviria, donde se evidenció una época de expansión de la guerrilla acorde con sus mayores ingresos financieros, provenientes del sector ilegal, y la violencia aumentó no solo por el enfrentamiento entre el Estado y los grupos guerrilleros, sino por la guerra contra las drogas. En efecto, el narcotráfico ayudó estimular comportamientos nocivos en la sociedad como el enriquecimiento fácil y los consumos suntuarios, (Bello, s.f.).

Todo esto generó consecuencias negativas para la empresa, dado que, para este tiempo, la guerrilla colombiana realizaba acciones denominadas “pesca milagrosa”, operaciones que realizaba con frecuencia en las carreteras del país en donde la vigilancia del Ejército y la policía era escasa.

En esta actividad los guerrilleros escogían, entre quienes caían en sus operaciones en los puestos de control en carreteras, a personas con dinero a las que exigían el pago de rescate o a personas que podían servir para sus propósitos políticos (EFE, 1999). Esto obligó al empresario a tomar medidas de seguridad al momento de realizar sus negocios en otras ciudades. El empresario cambió de medio de transporte: del terrestre al aéreo, lo cual incrementó sus costos.

En este período, la idea de negociar con repuestos empezó a ser atractiva y fue considerada rentable por parte del empresario, tanto así que luego de estar cerca de 20 años en el mercado, decidió arriesgarse y diversificar su actividad comercial; con algunos ahorros, entró definitivamente al sector de los repuestos, especialmente al de vehículos automotores, poniendo en marcha otro negocio: Frenos y Repuestos, registrado en cámara de comercio con matrícula número 00007961 del 6 de febrero de 1990.

Nuevo Milenio: posicionamiento y estabilidad

De acuerdo con Aguilera (2005) con la llegada del siglo XXI, Sincelejo se convirtió en el mayor receptor de personas desplazadas en el departamento. Según registros de la Red de Solidaridad, desde 1996 hasta abril de 2005, el departamento de Sucre recibió 106.451 personas desplazadas por la violencia de otros departamentos, de las cuales 67.884 personas llegaron a Sincelejo. Estas en su mayoría, eran de bajos recursos, pero al llegar a la ciudad formaban parte de la dinámica económica de la ciudad. Es de anotar, que el Almacén Casa Jairo, ha poseído una importante clientela proveniente de estratos bajos. Según el censo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (citado en gov.co, 2020), en el año 2005, la población del Sincelejo fue de 236.780 habitantes.

Entre los años 2000 y 2009 el Producto Interno Bruto (PIB) colombiano mantuvo tasas de crecimiento positivas, sin olvidar tres momentos importantes en este periodo: en primer lugar, la fase de recuperación posterior a la crisis de finales de los noventa, cuando la economía colombiana registró ritmos moderados de crecimiento

hasta el año 2002. Luego, entre 2003 y 2007, el PIB evolucionó a un ritmo bastante fuerte que le permitió alcanzar niveles máximos de crecimiento en 2006 y 2007 con cifras de 6.9% y 7.5% respectivamente. Finalmente, el país experimentó una fase de desaceleración reflejada en un bajo crecimiento de 2.5% en 2008 y una tasa casi nula en 2009 (Ministerio de la Protección Social, s.f.).

En el caso de Casa Jairo, las repercusiones en el negocio no han sido críticas, puesto que el empresario se ha adaptado a los cambios del entorno. Además, financieramente, la empresa ha logrado mantenerse con recursos propios, pocas veces ha recurrido a préstamos bancarios (seis ocasiones en su trayectoria), y dichos recursos ha sido destinados a la compra de mercancías. (Comunicación personal, Jairo Vanegas, 25 de abril de 2016).

En el año 2008 la emisora RCN Radio realizó un homenaje a Jairo Vanegas por sus cuarenta años en el mundo empresarial. Programa radial que tuvo como eje central, las estrategias desarrolladas por el empresario para la supervivencia de su empresa.

En el año 2009 adquirió un vehículo para realizar perifoneo en los barrios de la ciudad, forma publicitaria de uso frecuente en Sincelejo. Esta estrategia publicitaria se realizó en épocas de mayores ventas como el “día de la madre” o la época navideña. También se utilizó para el transporte de la mercancía, puesto que esta llegaba en tracto mulas o camiones hasta las afueras del mercado público, en la troncal de occidente.

“En el año 2013 la economía colombiana creció en 4,3% con relación al año 2012” (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2014), destacándose como uno de los mayores crecimientos frente a Chile (4,1%), México (1,1%) y Brasil (2,3) y menor que el de Perú (5%) (Portafolio, 2014). El crecimiento de la economía colombiana durante 2014 fue de 4,6% gracias al dinamismo de la construcción que creció en ese año en 9,9%, lo que la convirtió en la rama con mayor aumento, seguida por servicios (5,5%); actividades financieras e inmobiliarias y comercio (4,9%) y comercio (4,6%) (Mouthon, 2015). Finalmente, “durante el año 2015 (enero – diciembre) el PIB creció 3,1% respecto al año 2014” (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

El primero de enero de 2013 comenzó a regir la nueva reforma tributaria, la Ley 1607 de diciembre de 2012; en la cual en materia del impuesto sobre la renta y complementarios se estableció una clasificación de

personas naturales en empleados y trabajadores por cuenta propia. Además, creó dos sistemas presuntivos de determinación de la base gravable de renta conocidos como Impuesto Mínimo Alternativo - IMAN e Impuesto Mínimo Alternativo Simple - IMAS.

En cuanto al impuesto de renta para las sociedades la tarifa bajó de un 33% a un 25 %, sin embargo, se creó el impuesto para la equidad –CREE que tendría como hecho generador la obtención de ingresos que fuesen susceptibles de incrementar el patrimonio de los sujetos pasivos con tarifa del 8 % destinados a la financiación del SENA, ICBF y el Sistema de Seguridad Social en Salud. En lo concerniente a las tarifas de IVA pasaron de siete (0 %, 1.6 %, 10 %, 16 %, 20 %, 25 % y 35 %) a solo tres tarifas de: 0 %, 5 % y 16 %. Y adicionalmente se creó el impuesto nacional al consumo el cual presentaba las siguientes tarifas: 4 %, 8 % y 16 % (Legis. Comunidad Contable, 2012).

En 2013, el empresario abrió una nueva sede de Casa Jairo en la Avenida Ocala, con el fin de tener mayor presencia en el mercado, siendo también su bodega, lo que facilitaba la disponibilidad inmediata de sus productos; esta es una zona bastante concurrida y además es de su propiedad. Allí operaban los dos negocios del empresario y a futuro se proyectaba que en dicho lugar funcionaría un solo almacén Casa Jairo.

Este negocio ha gozado de reconocimiento por el servicio, la calidad de los productos en exhibición, la disponibilidad de la mercancía, y la atención al público todos los días de la semana.

En los últimos años se instaló en la ciudad de Sincelejo, el Almacén Éxito, lo cual según el empresario no es una “competencia directa” puesto que su servicio es personalizado, él se encuentra disponible en todo el horario de trabajo y su segmento de mercado es principalmente los estratos inferiores. Como dice el empresario, su negocio es “es una cárcel con las puertas abiertas” (Comunicación personal, Jairo Vanegas, 2 de mayo de 2016).

CONCLUSIONES

Casa Jairo es una empresa dedicada a la comercialización de electrodomésticos y gasodomésticos, muebles y equipos de iluminación, fundada por el empresario Jairo Vanegas, oriundo del municipio de Caldas- Antioquia, quien llegó a la ciudad de Sincelejo con el fin de buscar nuevas oportunidades, iniciando así en el comercio puerta a puerta por los principales barrios de la ciudad; actividad comercial que con el tiempo creció hasta llegar a su formalización.

La gestión administrativa del almacén Casa Jairo ha sido tradicional, de carácter empírico, basada en su capacidad para entender el mercado y de acuerdo a sus desaciertos y éxitos. Solo ha utilizado personal profesional en el área contable por requerimientos de carácter legal, más que como un medio para la toma de decisiones administrativas y financieras.

Casa Jairo ha tenido una estabilidad económica en todo el transcurso de su historia. El reconocimiento en el mercado le permitió poseer dos locales con ventas importantes. No ha tenido momentos caóticos, aunque factores económicos de carácter nacional le han obligado a bajar precios para mantener la clientela, y factores sociales como el conflicto armado y el contrabando le ocasionaron mayores costos.

Factores externos que han influido en la empresa ha sido el crecimiento de la población sincelejana, relacionada además con la llegada de personas provenientes de otras regiones y la presencia de personas desplazadas por la violencia, aunque es de anotar, que muchos clientes de la empresa han correspondido a estratos inferiores; la inseguridad en el país que ha limitado al propietario en la toma de decisiones; así como el contrabando, que nunca ha dejado de existir en el país. La competencia no ha sido considerada de alto impacto para la empresa.

Los diversos mecanismos de publicidad, el servicio al cliente, en especial, el servicio de reparación de electrodomésticos y la diversificación han sido estrategias para mantenerse en el mercado y aprovechar las oportunidades que ha ofrecido el entorno. La puesta en marcha de una estrategia financiera de reinversión y ventas de contado, evitando así los problemas de cobro de cartera han sido positivas en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, M. (2005). La economía del departamento de Sucre: ganadería y sector público. Documento de trabajo sobre economía regional del Banco de la República, 63. Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-63-VE.pdf>

Bernal, C. y Sierra, H. (2008). Proceso administrativo para organizaciones del siglo XXI.

Naucalpan De Juárez, México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Baigorri, A. (2004). Introducción a la sociología de la empresa. Badajoz, Madrid, España: Sharebooks.

Bello, C. (s.f.). La violencia en Colombia: Análisis histórico del homicidio en la segunda mitad del Siglo XX. Recuperado de http://www.policia.gov.co/imagenes_ponal/dijin/revista_criminalidad/vol150_1/50103violencia.html

Berdugo, E. (2003). Apuntes sobre historia empresarial: relatos de algunas experiencias.

Nómadas, (23), pp.271-277.

Brunet, I. y Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. Papers (73), 81-103. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjms0TayfbsAhWC1FkKHV1MDxoQFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fwww.raco.cat%2Findex.php%2FPapers%2Farticle%2Fdownload%2F25785%2F25619%2F0&usq=AOvVaw3nbnWnxaBXX9SX79wopDNJ>

Bruni, L. (2012). Sobre los empresarios y la competencia, una guía de lectura para tiempos de crisis. Nuova Umanità. 34 (199), 1-12. Recuperado de <http://www.edconline.org/es/publicaciones/documentos-pdf-es/luigino-bruni/articulos-de-luigino-brunien-espanol/otros-articulos-y-ponencias/2438-nuova-umanita-2012-1-empresarios-ycompetencia-bruni-es/file.html>

Caldas, M., Reyes, H. y Heras, A. (2009). Empresa e iniciativa emprendedora. <https://docplayer.es/9535026-Empresa-e-iniciativa-emprendedora-maria-eugenia-caldas-blanco-reyes-carrion-herraez-antonio-j-heras-fernandez.html>

Carlos, A. (1972). La economía colombiana y el comercio exterior en el período de 1950 – 1970. Fedesarrollo.

Cruz, J. (2011). El frente nacional en Colombia y su relación con el Desarrollo empresarial. (Tesis de pregrado), Universidad del Rosario. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2595/1011716038-2011.pdf?sequence=3>

Daft, K. y Steers, R. (1992): Organizaciones: El comportamiento del individuo y de los grupos humanos. México: Limusa.

De la Puente, M. (2012, Junio). Inversión pública y restricción presupuestaria en la infraestructura de transporte en Colombia: 1960-2011. Revista de economía del Caribe, (10), 160-202. Recuperado de <http://www.uninorte.edu.co/documents/2074974/0/Inversi%C3%B3n+p%C3%ABlica+y+restricci%C3%B3n+presupuestaria+en+la+infraestructura+de+transporte+en+Colombia>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2014). Cuentas Trimestrales – Colombia Producto Interno Bruto (PIB) Cuarto Trimestre de 2013 y Total Anual. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim13.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). Cuentas Trimestrales – Colombia, Producto Interno Bruto (PIB) Cuarto Trimestre de 2015. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim15_oferta_de_manda.pdf

EFE. (1999, 22 de febrero). La "pesca milagrosa" de los rebeldes. El País. Recuperado de http://elpais.com/diario/1999/02/23/internacional/919724403_850215.html

Fatát, A., Garay, L., Gómez, S., Quintero, L., Restrepo, E., Tovar, J., Villamil, J. y Yemail, B. (1998). Colombia: estructura industrial e internacionalización. 1967-1996. Bogotá, Colombia: Departamento Nacional de Planeación. Recuperado de

<http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/libro.pdf>

González, F. y Calderón, V. (2002). Las reformas tributarias en Colombia durante el siglo XX. Departamento Nacional de Planeación. Recuperado de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/Las%20reformas%20tributarias%20en%20Colombia%20durante%20el%20siglo%20XX%20\(I\).pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/Las%20reformas%20tributarias%20en%20Colombia%20durante%20el%20siglo%20XX%20(I).pdf)

Gov.co (2020). Crecimiento intercensal de la población sucreña. Recuperado de <https://www.datos.gov.co/Ordenamiento-Territorial/Crecimiento-intercensal-de-la-poblacion-Sucre-a/52rs-xhap>

Gutiérrez, R. (2013). Cincuenta años de historia: el caso de almacén leo en la ciudad de Sincelejo. (Trabajo de grado), Universidad de sucre. Sincelejo.

Hurtado, J. (2012). Metodología de la investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia. Bogotá: Quirón Ediciones.

Kirzner, I. (2007). El empresario. Revista Economía y Derecho, 4(14), 113-137. <http://dev.pue.itesm.mx/DoctoradoNebrija/MaterialGral/El%20empresario.pdf>

Knight, F. (1964). Risk, uncertainty and profit. New York: Sentry Press.

Legis. Comunidad Contable, (2012, 26 de diciembre). Los cinco puntos más relevantes de la reforma tributaria. Recuperado de http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti-121226-02%28los_cinco_puntos_mas_relevantes_de_la_reforma_tributaria%29/noti-121226-02%28los_cinco_puntos_mas_relevantes_de_la_reforma_tributaria%29.asp

Ministerio de la protección social. (s.f). Producto interno bruto e inflación en Colombia. Recuperado de http://www.achc.org.co/documentos/investigacion/estadisticas_sector/externas/ESTADISTICAS%20MINPROTECCION/28.EVOLUCION_DEL_PIB_E_0INFLACION_EN_COLOMBIA,_2000-2009.pdf

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-nvestigacion.pdf>

Mouthon, L. (2015, 18 de marzo). PIB creció 4,6% en 2014, impulsado por la construcción. El Heraldo. Recuperado de <http://www.elheraldo.co/economia/pib-crecio-46-en-2014-impulsado-por-la-construccion-187917>

Münch, L. (2010). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación de México.

Nieto, V., Timoté, J., Sánchez, A. y Villareal, S. (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: historia y limitaciones para una propuesta. Archivos de Economía, (434). <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/434.pdf>

Ordoñez, L. (1999). Los empresarios innovadores: originales o imitadores creativos. Revista

Escuela de Administración de Negocios, (38),110-115. <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/138/123>

Pertuz, A. (2015). Historia empresarial de Sincelejo, años 1951 – 1970. Pensamiento Gerencial, 3. Recuperado de <http://revistas.unisucre.edu.co/index.php/rpg/article/view/151/177>

Portafolio, (2014, 20 de marzo). La economía colombiana creció 4,3% en el 2013. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-colombiana-crecio-2013-66130>

Portafolio.com (2019). Desde 2020, las empresas se clasificarán por sus ingresos. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/desde-2020-las-empresas-se-clasificaran-por-sus-ingresos-530424>

Semana.com (2007,14 de Julio). Alfonso López Michelsen: Una Semblanza. Semana. Recuperado de <http://www.semana.com/portada/articulo/alfonso-lopez-michelsen-una-semblanza/87083-3>

Schumpeter, J. (2012). The theory of economic development. An inquiry into profits, capital, credit,

interest, and the business cycle. London: Transaction Publishers