

Francisco Vélez Gómez

New Stetic. Un caso de un empresario schumpeteriano en Colombia¹

Me dediqué entonces, exclusivamente a la producción. Fue indudablemente una decisión desfavorable a mis intereses económicos, pues el comercio es más rentable y fácil [...] no hay imprevistos en el comercio, como si los hay en la industria. Con todo y esto, la industria resultó productiva [...] El honor de servir a mi tierra y a mi país nunca me lo habría dado el comercio dental, por más que hubiese crecido.
Francisco Vélez Gómez*

Luz Alexandra Montoya e Iván Alonso Montoya

Consideraciones sobre el empresario

Para Joseph A. Schumpeter el estudio de la economía puede considerarse desde diferentes perspectivas, incluyendo la historia y la psicolo-

gia², con el fin de comprender la evolución de las estructuras de una sociedad afectadas por factores de cambio; dentro de estos factores se encuentra la innovación³.

1. Documento presentado por los estudiantes Luz Alexandra Montoya e Iván Alonso Montoya en la maestría de administración, Universidad Nacional de Colombia.

* Francisco Vélez Gómez, *Bajo Cero*, Servigráficas Ltda.; Medellín, 1994. p. 156.

2. Usher: "Implicaciones históricas" En: Harris, Seymour, *Schumpeter, científico social. (El sistema schumpeteriano)*, Colección de libros de economía Oikos, Barcelona, 1965, p. 250.

3. Alfredo Ocampo Morano. *Hacia un nuevo compromiso del empresario con Colombia*, Fundación para la Educación Superior FES, Cali, 1978, p. 302.

Estas innovaciones y su absorción en el sistema económico⁴ explican buena parte de "las continuas revoluciones económicas que son la característica principal de la historia económica"⁵.

Para Schumpeter la innovación se concibe como un proceso social masivo intimamente relacionado con el proceso mediante el cual un individuo aprende las técnicas ya establecidas significativamente por las tradiciones del grupo [...] La teoría de la innovación es, por lo tanto, [psicológicamente] inconsciente, con una diferenciación cualitativa entre la acción de rutina y original. Incluso cuando la acción ha sido estilizada y estabilizada por los hábitos y las políticas, todavía surgen muchas innovaciones⁶.

El empresario, entonces, viene a convertirse en el "portador" del mecanismo de cambio en un sistema económico con tendencia hacia posiciones de equilibrio (que conforma el tema de la "corriente circular")⁷, pues en sus manos ocurre el desenvolvimiento económico⁸ gracias a la conformación de nuevas empresas y combinaciones que hacen tangible el proceso de innovación.

Schumpeter aclara sobre el desenvolvimiento económico:

Entendemos por "desenvolvimiento" solamente los cambios de la vida económica que no hayan sido impuestos a ella desde el exterior, sino que tengan un origen interno; es un fenómeno característico, totalmente extraño a

lo que puede ser observado en la corriente circular, o en la tendencia al equilibrio. Es un cambio espontáneo y discontinuo en los cauces de la corriente⁹.

Este desenvolvimiento puede señalarse relativo a la producción de nuevos bienes o a la realización de nuevas combinaciones de medios productivos; también está definido por la puesta en práctica de los cinco casos siguientes:

1. La **introducción de un nuevo bien**, esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores- o de una nueva calidad del bien.
2. La **introducción de un nuevo método de producción**, esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y puede consistir simplemente en una nueva forma de manejar comercialmente una mercancía.
3. La **apertura de un nuevo mercado**, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado.
4. La **conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento** de materias primas o de bienes semimanufacturados, haya o no existido anteriormente, como en los demás casos.
5. La **creación de una nueva organización de cualquier industria**, como la de una posición de monopolio existente con anterioridad¹⁰.

Estas nuevas combinaciones originan el concepto de empresa mientras que el empresario es el encargado de coordinar su posible realización, caracterizado por su iniciativa, autoridad y previsión. Solamente se es empresario cuando se "llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones y se pierde el carácter en cuanto se ha puesto en marcha el negocio; cuando se empieza a explotar igual que los demás explotan el suyo"¹¹.

Los empresarios como tales no son una clase, social aunque indudablemente esta función llevará al empresario y a su familia a una situación de clase favorecida. Sin embargo, la función misma de empresario no se hereda¹².

4. Richard Langlois, *Schumpeter y la obsolescencia del empresario*, abril, 1987. Presentado en el Congreso de Historia de la Sociedad de Economía Política, Reunión anual, Universidad de Connecticut, noviembre de 1991. Langlois señala cómo para Schumpeter es fundamental la innovación, en la medida que se hace necesaria para lograr la concurrencia del mercado. En el mismo sentido se observa cómo el verdadero poder del sistema de mercado capitalista radica en su capacidad de crear nuevas tecnologías e innovar. Traducción libre de los autores.
5. Joseph Schumpeter. *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, Fondo de Cultura Económica, México, tercera edición en español, 1963, p. 10. Véase también la p. 230 sobre la prosperidad del sistema económico favorecido por la aparición de un grupo de empresarios.
6. Usher, *Implicaciones históricas*, op cit., p. 270.
7. Joseph Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento*, op cit., pp. 72-73.

8. Langlois, op. cit., En realidad el rol del empresario es precisamente introducir conocimiento nuevo, ya que el crecimiento económico ocurre en sus manos. Este empresario, a su vez, debe cumplir con el desarrollo de combinaciones nuevas.

9. Joseph Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento*, op. cit., p. 75.
10. *Ibid.*, p. 77. Las negritas en el texto fueron colocadas intencionalmente por los autores.
11. *Ibid.*, p. 87
12. *Ibid.*, p. 88.



Lo que distingue al empresario¹³ es que se dirige hacia algo diferente y actúa de manera distinta, es un líder con cualidades de intelecto y voluntad superiores a las normales, con capacidad de intuición, repugnancia por lo habitual¹⁴ y propensión al liderazgo¹⁵. Además, "Un empresario típico está más centrado en sí mismo que otros [...] porque su tarea característica [...] consiste precisamente en la ruptura con la tradición y en crear una nueva[...]".¹⁶ Esto último podría verificarse en la elevada autoestima que tendrían tales empresarios.

Otras nociones sobre el empresario schumpeteriano pueden distinguirse de la siguiente manera:

- Su actitud es seguida, en primer lugar, por personas aisladas y posteriormente por toda una multitud¹⁷.
- El surgimiento de la actividad de un empresario facilita el de otros porque su proceso reduce los obstáculos¹⁸, no sólo en la producción, en la cual aparecen por primera vez, sino también en otras ramas debido a la naturaleza de los propios obstáculos.

Schumpeter advierte también sobre la manera de difundir la actitud empresarial gracias al crédito, como una transferencia temporal en beneficio de su poder adquisitivo, que le permite llevar a cabo sus nuevas combinaciones¹⁹.

Este empresariado que dispone de nuevas combinaciones propicia la expansión del sistema económico, el cual responde a los incrementos de la producción y a las ganancias que proceden de las innovaciones.

13 Para Schumpeter el empresario es atípico e innovador en la sociedad. Se requiere la fuerza de muchos empresarios que contribuyan al crecimiento de la industria nacional. Véase al respecto Llinas Angulo, Guillermo, *Empresarios colombianos. Un nuevo contexto de desarrollo*. Ficitec, Bogotá, 1976, p. 58

14 Schumpeter, Joseph. *Teoría del desenvolvimiento*, op. cit., pp. 98-99

15 Lagos G. et al. Los empresarios y la integración de América Latina. Instituto para la integración de América Latina (INTAL), Banco Interamericano de Desarrollo, Argentina, 1967, p. 120.

* Liderazgo no significa solamente crear una cosa nueva sino impresionar el cuerpo social para que se desarrolle la innovación de manera continua. Véase Schumpeter, J. *Teoría del desenvolvimiento*, op. cit., p. 100-105.

16 *Ibid.*, p. 101.

17 *Ibid.*, p. 103.

18 *Ibid.*, p. 200.

19 *Ibid.*, pp. 139-141.

Francisco Vélez Gómez

Francisco Vélez Gómez nació el 21 de octubre de 1927 en Jericó, Antioquia; "era el octavo hijo de una familia de trece"²⁰ y el segundo varón de la familia, a los nueve años ingresó a la escuela y a los once "dejo la tradición rural antioqueña para trasladarse al ambiente monacal del Seminario de los Padres Claretianos de Bosa"²¹; cuando tenía 13 años murió su padre, único sostén económico de la familia: "Antes de culminar los estudios [en el seminario] mi padre murió y mi familia quedó prácticamente en la inopia. Mi hermano mayor se había casado, tenía su propia obligación; mis hermanas y mi madre aguantaban hambre. Era el momento de regresar a casa"²². Su primer empleo fue ser secretario de la tesorería del municipio de Betania, a donde se trasladó con su familia, pero sólo trabajó allí un año porque decidió empezar a viajar para mejorar su situación; viajó al Huila, su hermano mayor le había regalado un fórceps para sacar dientes, pero no tenía anestesia ni jeringa, ni sabía como usarlos. Empezó a ser dentista, extrayendo dientes dañados en los pueblos vecinos. Luego aprendió algo de mecánica dental con un dentista en Medellín que le enseñó a colocar el anestésico y le vendió una jeringa y unos cámpules²³. Ya en Yolombó tuvo éxito con su trabajo dental y reunió 12.000 pesos en 1949; en ese año decide viajar a Bogotá para buscar mejores condiciones, luego perfeccionó sus conocimientos con el mecánico dental Manuel Salazar²⁴, convirtiéndose además en el representante de ventas de un laboratorio que le ofreció la distribución en Cúcuta y sus alrededores, lo cual aceptó.

Años más tarde "vivía en un cuarto pequeño detrás del consultorio dental de Carlos, un amigo dentista quien me lo había cedido para que durmiera y tuviera allí mi almacén y laboratorio [...] Alguna noche, una de tantas, sentí un ruido fuerte como de explosión [...] Había humo por todas partes; un incendio estaba destruyendo la casa [...] se me quemó absolutamente

20. Francisco Vélez Gómez. *Bajo cero. Empezar de nada*. Servi-gráficas Ltda; Medellín, 1994, p. 21.

21. Ficitec, *Empresarios colombianos*, Bogotá, 1976, p. 90.

22. Francisco Vélez, *Bajo cero*, op. cit., p. 33.

23. *Ibid.*, p. 56.

24. *Ibid.*, p. 91.



todo lo que tenía; la ropa, mis documentos, la mercancía, mi laboratorio dental"²⁵.

Después tuvo una fábrica de helados, "alcanzó a tener en su mejor época unos 40 empleados, todos vendedores de carrito del producto"²⁶, fue administrador de un club con grandes "innovaciones" como "haber uniformado los meseros, hacer lavar las piscinas y haber organizado el servicio de comidas"²⁷ y dueño de una agencia de turismo en Cúcuta en donde tuvo la fortuna de que se le concediera como única agencia de la zona un convenio para atender un torneo suramericano de basquetbol.

Los orígenes de *New stetic*

New Stetic fue fundada en marzo de 1954 por Roberto Mejía Escobar, Alfonso Gómez y Aurelio Restrepo con \$20.000 de capital, para fabricar dientes acrílicos y venderlos en un mercado que tenía preferencias por los importados que gozaban de beneficios como la libre importación. En 1957 bajo difíciles condiciones la empresa tenía menos de 20 empleados y la expresa prohibición de comerciar con Francisco Vélez, quien distribuía productos de la Siemens para Antioquia; según cuenta este empresario, la negociación se hizo así: "a las tres de la mañana, en una servilleta, hicimos un contrato por medio del cual yo (Francisco Vélez) compraba el 66 % de la empresa [...] les entregué un cheque sin fondos y exigí que me entregaran las llaves de la empresa [...] el lunes me fui a la oficina [...] y les contesté [a quienes presionaban a *New Stetic* para que no vendiera productos a Francisco Vélez que *New Stetic* había decidido seguirle vendiendo a Francisco Vélez porque había cumplido muy bien, porque sus compras iban en aumento y le veían un gran futuro en el ramo dental. La carta estaba firmada: Francisco Vélez G., Gerente"²⁸.

No obstante el cambio de dueños, la empresa presentaba problemas de calidad, se corrigieron las fallas gracias a los ensayos e investigaciones, poco a poco se fueron logrando incrementos en calidad y productividad, lo que permitió empezar a realizar exportaciones a los países más cercanos, ante la saturación del mercado interno, es un producto que re-

quiere alta variedad y flexibilidad. Se convirtió después en una de las empresas dentales más grandes de América Latina, lo que le permite hoy seguir creciendo, fabricar más de 600.000 juegos dentales por semana y tener casi 400 empleados.

Revisión de los conceptos schumpeterianos en el caso de Francisco Vélez Gómez

El desenvolvimiento nos propone la verificación de nuevas combinaciones, en particular, en la fabricación de dientes acrílicos. Estas corresponden a los siguientes temas:

Introducción de un nuevo bien

La fabricación de dientes acrílicos correspondía a un producto desconocido, que satisfacía una necesidad que no estaba cubierta, creando una nueva demanda que permitía a las personas tener acceso a las prótesis dentales y cuyos dientes eran de difícil consecución en el mercado nacional. Las innovaciones de Francisco Vélez al frente de *New Stetic* lo llevaron a desarrollar productos con pigmentación resistente al tiempo y con fluorescencia,²⁹ tal como sucede con los dientes naturales³⁰.

Actualmente *New Stetic* cuenta con la aprobación de la *Norwegian Accreditation*, cuyo certificado garantiza que la empresa utiliza materiales aprobados por el mercado europeo y que su producción y fabricación están acordes con las normas de la Unión. "Como la conformación de la Unión Europea ha traído nuevas exigencias para aquellas compañías que pretendan ingresar a ese gran mercado, ya se está trabajando para conseguir la norma ISO 9002 que los acredita con la certificación CE"³¹. Además cuenta con la apro-



25. *Ibid.*, pp.107-108.

26. *Ficitec, op. cit.*, p.92.

27. *Ibid.*, p. 92.

28. Francisco Vélez, *op. cit.*, pp. 134-135.

29. Los acrílicos que carecen de la fluorescencia desaparecen a la vista cuando se exponen a luces ultravioletas o de espectro similar, con lo cual, bajo este influjo, los usuarios de las prótesis quedaban "muecos".

30. "Era muy triste saber que en cualquier momento, a la luz de una discoteca, mis dienteitos desaparecerían", Vélez, *Bajo cero. op. cit.*, p.179.

31. "Abriendo puertas". En: revista *Poder y dinero*, septiembre de 1997, edición 50, Santafé de Bogotá, p. 101.

bación y certificación de las asociaciones dentales norteamericana ADA y canadiense.

Además este empresario logró ingresar en nuevas industrias generando otros tipos de innovaciones:

- Industria de helados: Se desarrolló una mejora substancial en la formulación de los helados, pues su calidad no era muy buena, cambiando la fórmula permanentemente hasta lograr sabores apetecidos que favorecieron sus ganancias.
- Industria del plástico: Por tres años Francisco Vélez descuidó su negocio dental para incursionar en la producción de figuras de Walt Disney en plástico con moldes usados que alquilaba a compañías de Portugal, Londres, Copenhague, Ecuador, México, Brasil y Uruguay. "[...] los plásticos fueron una época interesante y productiva, se trataba de algo creativo que merecía mucho estudio, que indudablemente me dejó conocimientos que luego pude aplicar en *New Stetic*. [...] Hoy en día tenemos una integración total de los elementos plásticos"³².
- Industria truchera: Luego de un primer fracaso con alevinos traídos de Boyacá, Francisco Vélez solicitó colaboración al Inderena para desarrollar truchicultura en las instalaciones de *New Stetic*. Finalmente, en un viaje que realizó a Inglaterra, contactó la asesoría necesaria y trajo de contrabando alevinos de otros países en canecas de leche (por la expresa prohibición de traerlos en forma legal). Fue un negocio iniciado por él en Antioquia que ha tenido gran impacto, pues ya son más de 30 cultivos de truchicultura en Antioquia que se han beneficiado de su experiencia³³.

Introducción de nuevos métodos de producción

Para introducir la fluorescencia y la mejor pigmentación de los dientes contó con la colaboración del doctor Floy Peyton, quien contribuyó a desarrollar el nuevo sistema de pigmentación. En cuanto a la fluorescencia, recibió ayuda de la *Wright Dental* en Dundee (Escocia), gracias a su amistad con su dueño, Mr. Mc Pherson. Actualmente *New Stetic* cuenta con varias líneas que incluyen diferentes colores, materiales y tamaños.

32. Francisco Vélez, *op. cit.*, p. 167.

33. *Ibid*, p. 204.

New Stetic se caracteriza por tener un importante departamento de investigación y desarrollo y control de calidad, que le ha permitido mejorar sus productos continuamente.

Además ha diversificado en productos dentales como el tapón absorbente de algodón para procedimientos dentales, que fue diseñado para ser uno de los mejores del mundo, gracias a la adaptación de una cardadora proveniente de una textilera en quiebra y de los subproductos de la fabricación de textiles que conforman una materia prima excelente para la fabricación de este producto.

New Stetic fue galardonada entre 1993 y 1994 por dos motivos. Analdex le otorgó el Premio Nacional de Exportadores y la Cámara de Comercio-Colombo Americana de Bogotá con DHL *Worldwide Express* y la revista *América Economía* el Premio Expoinnovadores, que la recompensó por sus estrategias de ventas, la innovación en tecnología y servicios, la presentación de sus productos y su cumplimiento^{34, 35}.

Introducción en nuevos mercados

New Stetic abrió su primera puerta internacional en Estados Unidos en 1958. Desde entonces ese es el principal mercado de productos, que le representaron en 1996 ventas por US\$1.3 millones. Sus productos han llegado a todos los continentes, y su cobertura alcanza a más de 60 países³⁶.

Ventas internacionales en 1996 *New Stetic*³⁷

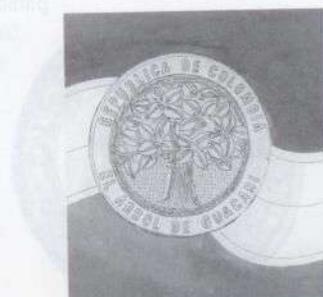
País	Dólares
Estados Unidos	1.300.000
Perú	400.000
Malasia	300.000
Venezuela	300.000
México	300.000
Argentina	300.000
Otros 40 países	2.000.000

34. *Poder y dinero*, *op. cit.*, p. 102.

35. Francisco Vélez, *op. cit.*, p. 216.

36. Anexo No. 1.

37. Fuente: *Poder y dinero*, *op. cit.*, y *New Stetic*.



Nuevas fuentes de aprovisionamiento de materias primas o bienes semimanufacturados

New Stetic deriva su materia prima fundamental de la multinacional Holanda - Colombia, pero además utiliza productos nacionales en los procesos de plásticos y de vidrio –empaques– y realiza continuas investigaciones para incluir retales de otras compañías.

Nueva organización o la creación de monopolio

Aunque no puede decirse que *New Stetic* sea un monopolio plenamente establecido, se ha convertido en líder del sector, tanto a nivel de ventas y producción como gestor de la integración gremial y plataforma de apoyo de los productos y el comercio de empresas dentales nacionales.

New Stetic ya ha superado esta etapa gracias a la dinámica estructura de su sistema administrativo, y todos sus miembros se encuentran empeñados en la construcción de una novedosa firma que rompe los cánones de organización tradicionales³⁸.

Crecimiento de *New stetic*

En menos de 10 años *New Stetic* ha logrado duplicar sus volúmenes de producción de juegos de dientes en las líneas acrílicas por mes, su capacidad productiva alcanzará más de 95% de eficiencia este año y la productividad mejorará a lo largo de 1997 en más de 20%, sin demeritar la calidad de sus productos³⁹.

Para Francisco Vélez el crecimiento de la empresa en los últimos 10 años "ha sido vegetativo"⁴⁰. Según la información disponible en la Superintendencia de Sociedades, *New Stetic* aumentó sus ingresos operacionales a precios constantes en 138.4% desde

38. Ficitec, *op. cit.*, p. 101, En la visita de campo se verificó una administración de puertas abiertas y un ambiente participativo dentro de la planta. Esto también se observó en la cálida atención que nos brindaron.

39. Fuente: Visita a *New Stetic*, septiembre 25 de 1997.

40. Entrevista a Francisco Vélez, septiembre 25 de 1997, Guarne, Antioquia.

1992 hasta 1996 y sus utilidades en 61.05% en el mismo periodo⁴¹. Hacia 1995 la empresa tuvo utilidades por \$512.780.000 de pesos (a precios corrientes) debido a un leve aumento en los ingresos no operacionales y a una favorable oportunidad comercial que se tradujo en un importante incremento en las ventas.

La empresa ha crecido en su empleo de capacidad en planta, como en sus ingresos operacionales en los últimos años y las expectativas de crecimiento se hacen cada vez más favorables gracias a la posible certificación ISO.

Otras características schumpeterianas

Las actuaciones de Francisco Vélez han facilitado el surgimiento de comerciantes y productores tanto en el ramo dental como en el caso de las productoras trucheras de Antioquia.

En su proceso este empresario ha visto notables mejoras en sus ingresos, lo cual ha mejorado la clase social de su familia y le ha permitido también buscar mejores condiciones para la sociedad: "Después de hablar con mi familia, decidí crear la fundación Francisco Vélez con el objetivo de fomentar la salud, la educación y el deporte, además de apoyar a los trabajadores en momentos de calamidad doméstica⁴². Otro proyecto de este empresario consiste en la creación de hogares "para campeones" que proyecta educar niños campesinos en el amor a Dios, la disciplina y las actividades técnicas del campo, solventado con sus ingresos⁴³.

Otras actitudes de Francisco Vélez coinciden en buena parte con las señaladas por Schumpeter:

- Es un hombre que ha sabido sobreponerse a distintas adversidades, dando pruebas de una gran voluntad e intelecto con el fin de alcanzar sus ambiciones.
- Además de favorecer su intuición, ha aprovechado las enseñanzas de sus fracasos.
- Ha demostrado su propensión al liderazgo con sus trabajadores, que lo consideran una persona cerca-

41. Anexo No. 2.

42. Francisco Vélez, *op. cit.*, p. 225.

43. Fundación Hogar de Campeones, Huella gráfica, Drupa Editores, Medellín, sin año.



na a ellos; con sus clientes, que confían en él, y con sus competidores, que le siguen y respetan.

- Su personalidad es fuerte y posee una enorme confianza en sí mismo.

Finalmente, podemos concluir que en el caso de Francisco Vélez hay una aproximación cercana a los procesos de innovación señalados por Schumpeter. El señor Vélez realmente se ha caracterizado por desarrollar innovaciones y nuevas combinaciones en diferentes actividades de una manera continua y duradera. Sus actividades empezaron en el campo del comercio bajo una lógica mercantil que lo llevaría a iniciarse en procesos productivos donde ha podido desarrollar mejor sus cualidades y sentirse más cómodo. Este empresario sigue ampliando su mercado, fue invitado a la gira del presidente Ernesto Samper por África, que aprovechó usando lo que él denomina el "método de la suite", es decir, emplear su habitación de hotel como vitrina de sus productos, lo que le permitió realizar importantes ventas en este continente⁴⁴.

La existencia de empresarios innovadores favorece el desenvolvimiento económico gracias a sus actuaciones, pues en sus manos está la aplicación de nuevas combinaciones y empresas que actúan como un factor interno que favorece el crédito, la corriente circular y por ende la evolución de un sistema económico.

Bibliografía

Abriendo Puertas. En: *Poder y dinero*, septiembre de 1997, edición 50, Santafé de Bogotá.

Ficitec, *Empresarios colombianos*, Bogotá, 1976.

Fundación Hogar de Campeones, *Huella gráfica*, Drupa Editores, Medellín, sin año.

Lagos, G., et al., *Los empresarios y la integración de América Latina*, Instituto para la integración de América Latina (INTAL), Banco Interamericano de Desarrollo, Argentina, 1967.

Langlois, Richard. "Schumpeter y la obsolescencia del empresario", abril, 1987. Presentado en el Congreso de Historia de la Sociedad de Economía política, reunión anual, Universidad de Connecticut, noviembre de 1991. Traducción libre de los autores.

Llinás Angulo, Guillermo. *Empresarios colombianos. Un nuevo contexto de desarrollo*, Ficitec, Bogotá, 1976.

Ocampo Morano, Alfredo. *Hacia un nuevo compromiso del empresario con Colombia*, Fundación para la Educación Superior FES, Cali, 1978.

Schumpeter, Joseph. *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, Fondo de Cultura Económica, México, tercera edición en español, 1963.

Usher. "Implicaciones históricas". En: Harris, Seymour, *Schumpeter, científico social (El sistema schumpeteriano)*, Colección de libros de economía Oikos, Barcelona, 1965.

Vélez Gómez, Francisco. *Bajo cero. Empezar de nada*, Serigrafías Ltda. Medellín, 1994.

Anexo No. 1
Índice de precios al productor
Banco de la República

Deflatores

Años	Variaciones %	IPP% Dic. 90=100	IPP% Dic. 92=100
1990		100	
1991	23.1	123.1	
1992	17.9	141	100
1993	113.2	154.2	109.36
1994	20.7	174.9	1124.01
1995	15.4	190.3	134.96
1996	14.5	204.8	145.25

Fuente: *Revista Banco de la República*, diciembre de 1996. Vol. LXIX, No. 830, Bogotá, *Revista Banco de la República*, diciembre de 1991, vol. LXIV, No. 770, Bogotá.

44. *Poder y dinero. op. cit.*, p. 100, entrevista a Francisco Vélez.



Anexo No. 2
Países a los cuales exporta *New Stetic*

Alemania	Corea	Filipinas	Jordania	Perú	Tahiti
Arabia Saudita	Costa de Marfil	Grecia	Libano	Polonia	Taiwán
Argentina	Costa Rica	Guatemala	Lituania	Portugal	Tailandia
Aruba	Cuba	Guyana	Malasia	Puerto Rico	Trinidad y Tobago
Australia	Curazao	Holanda	Malaya	República Checa	Turquía
Austria	Ecuador	Honduras	Marruecos	República Dominicana	Uruguay
Bélgica	Egipto	Hong Kong	México	Singapur	Venezuela
Bolivia	El Salvador	Inglaterra	Nicaragua	Siria	
Brasil	España	Irán	Nigeria	Suecia	
Canadá	Estados Unidos	Israel	Nueva Zelanda	Suiza	
Chile	Francia	Italia	Paraguay	Surinam	

Anexo No. 3
Producción juegos / mes
Línea de dientes acrílicos

AÑO	PRODUCCIÓN
1988	300000
1989	325000
1990	325000
1991	300000
1992	362000
1993	421000
1994	500000
1995	460000
1996	460000
1997	600000



* Nota: La producción en 1994 corresponde a la oportunidad comercial que tuvo *New Stetic*, la cual se refleja en los estados financieros de 1995. La información de 1997 es estimada.

Anexo No. 4
Índice de precios al productor
Banco de la República

Deflatores

Años	Variaciones Porcentuales	IPP% Dic. 90= 100	IPP% Dic. 92= 100
1990		100	
1991	23,1	123,1	
1992	17,9	141	100
1993	13,2	154,2	109,36
1994	20,7	174,9	124,04
1995	15,4	190,3	134,96
1996	14,5	204,8	145,25

Fuente : Revista Banco de la República , diciembre de 1996, vol. LXIX, No. 830, Bogotá, Revista Banco de la República , diciembre de 1991, vol. LXIV, No. 770, Bogotá.

Anexo No. 5
Utilidades New Stetic 1992-1996

Año	Utilidades a Precios Ctes.	IPP dic. 92 = 100	Utilidades a Precios Ctes.	Var% a 1992 Precios Ctes.
1992	134240	100	134240,00	0,00%
1993	145790	109,36	133311,99	-0,69%
1994	206893	124,04	166795,39	24,25%
1995	512780	134,96	379949,61	183,04%
1996	314027	145,25	216197,59	61,05%

Fuente: Superintendencia de Sociedades, *New Stetic*, Nit. 890.304.403
 Las cifras se encuentran expresadas en miles de pesos y en porcentajes.





New Stetic Alrededor del mundo

Países a los cuales exporta New Stetic en la actualidad