

74



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

"ADMINISTRACION FINANCIERA"

LA IMPLANTACION DE UN MODELO  
FINANCIERO-PRESUPUESTAL EN LAS EMPRESAS  
DISTRIBUIDORAS DE BEBIDAS GASEOSAS.

**TRABAJO DE SEMINARIO**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
**LICENCIADO EN CONTADURIA**  
P R E S E N T A :  
**ROBERTO GARCIA VELAZQUEZ**

ASESOR: C.P. JOSE JACINTO RODRIGUEZ GASPAR



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

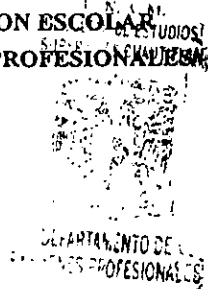
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES



DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN  
PRESENTE.

AT'N: Q. MA. DEL CARMEN GARCIA MIJARES  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

"Administración Financiera"

La implantación de un Modelo Financiero-Presupuestal en las  
empresas distribuidoras de bebidas gaseosas

que presenta el pasante: Roberto García Velázquez,  
con número de cuenta: 9202607-6 para obtener el Título de:  
Licenciado en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcallí, Edo. de México, a 13 de Diciembre de 2000

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>2</u>	C.P. José Jacinto Rodríguez Gaspar	
<u>1</u>	Lic. Alejandro Amador Zavala	
<u>3</u>	C.P. Cesar Galo Ramírez Herrera	

## AGRADECIMIENTOS.

Doy gracias a Dios por haber estado junto a mí en los momentos más difíciles, en perdonarme por los errores que he cometido, encontrar en él los ánimos, la fuerza de voluntad para seguir adelante, permitiendo estar dentro de sus elegidos y darme el don de la vida. Lo más importante haberme dado a mis padres, por la vida, por la educación, ya que sin ellos no hubiera sido posible llegar a donde estoy por su apoyo moral, económico y por todo el cariño y el amor demostrado por eso se cumplió la meta tan esperada de mi profesión.

Por los momentos de duda y soledad, por sus infinitas bendiciones.

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Por haberme brindado la oportunidad a una educación profesional.

Agradezco a la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, por

Proporcinarme las herramientas necesarias para desempeñar una profesión.

Agradezco a mis profesores quienes con su esfuerzo me transmitieron, sus conocimientos, experiencias y motivación, me formaron profesionalmente.

Agradezco al profesor José Jacinto Rodríguez Gaspar.

Con admiración y respeto por su orientación tan importante.

En mi trabajo de titulación.

Agradezco al profesor Alejandro Amador Zavala.

Por su apoyo demostrado.

Agradezco al Lic. Alejandro leal por las facilidades y oportunidades brindadas.

## **DEDICATORIAS.**

A mi padres:

Por que en ellos encontré la motivación y aliento para seguir adelante, por que su mejor herencia fue el sacrificio que realizaron día con día, para que yo lograré la meta que siempre había deseado: a ellos les debo lo que soy y mi mayor orgullo es ser su hijo.

Con admiración y respeto.

A mis Hermanos:

En especial a mi hermano Victor que me ha apoyado en todo momento, Martha, Oliva, Araceli, por el apoyo y la confianza que siempre me han tenido, por sus consejos y estímulos mismos que posibilitaron la realización de está meta, por cada espacio de tiempo de su vida que dedicaron a cuidar de mí durante mi infancia.

Con todo cariño.

A todas aquellas personas que estuvieron presentes, que me brindaron su confianza, y que me apoyaron en todo momento, con un testimonio de cariño y eterno agradecimiento por el apoyo moral, y estímulos brindados por infundir en mí para la realización de este trabajo.

Gracias a todos.

## I N D I C E

<b>Objetivo.</b>	<b>i</b>
<b>Introducción.</b>	<b>ii</b>

### **CAPITULO 1**

#### **LAS EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE BEBIDAS GASEOSAS.**

<b>1.1 Generalidades.</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Clasificación.</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Surgimiento y desarrollo en México.</b>	<b>10</b>

### **CAPITULO 2**

#### **LOS MODELOS PRESUPUESTALES.**

<b>2.1 Concepto de modelo.</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Diferentes tipos.</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Concepto de presupuesto.</b>	<b>16</b>
<b>2.4 Su clasificación.</b>	<b>18</b>
<b>2.5 Los objetivos.</b>	<b>24</b>
<b>2.6 El proceso de su elaboración.</b>	<b>26</b>

## **CAPITULO 3**

### **LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS.**

<b>3.1 Concepto de distribución.</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Su importancia.</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Los objetivos.</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Las funciones.</b>	<b>37</b>
<b>3.5 Diversos tipos.</b>	<b>39</b>
<b>3.6 Principales canales.</b>	<b>42</b>
<b>CASO PRACTICO.</b>	<b>46</b>
<b>Conclusiones.</b>	<b>100</b>
<b>Bibliografía.</b>	<b>101</b>

## **OBJETIVO.**

Realizar un sistema Financiero - Presupuestal de forma planificada y sistematizada para que exista una adecuada y funcional estructura de la entidad, en concordancia con los objetivos que se deben cumplir y que se utilizarán como mecanismo de evaluación y de control para la correcta toma de decisiones.



## INTRODUCCION.

El presente trabajo, tiene como finalidad plantear una propuesta de un sistema financiero – presupuestal, para el manejo de los recursos financieros de la empresa que distribuye bebidas gaseosas.

Hoy en día, la mayoría de las organizaciones grandes y medianas hacen uso de la modelación financiera o comienzan a considerar sus ventajas y desventajas, así pues, comenzaremos repasando algunos aspectos de los orígenes de las empresas; en el primer capítulo de éste trabajo, abordando aspectos generales de las empresas, clasificación y el surgimiento y desarrollo de las embotelladoras en México.

Posteriormente, en el segundo capítulo, hablaremos acerca del concepto de modelo, tipos de modelos, que es un presupuesto, tipos de presupuesto, objetivos y elaboración.

Más adelante, en el tercer capítulo, hablaremos acerca de la importancia de la distribución, objetivos, funciones, tipos de distribución y canales de distribución.

Por lo anterior, en este trabajo se presentará una forma de cómo estructurar e implantar un modelo financiero – presupuestal, con la finalidad de tener una herramienta disponible que ayude a la empresa a un control y aplicación de los recursos (financieros, materiales y humanos ) y una pronta toma de decisiones en la empresa.

## **CAPITULO 1**

# **LAS EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE BEBIDAS GASEOSAS .**

## CAPITULO 1

### LAS EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE BEBIDAS GASEOSAS.

#### 1.1 GENERALIDADES.

La empresa, "es toda aquella organización formada por personas, cuyas acciones están armoniosamente coordinadas y aplicadas a materiales, herramientas, maquinaria, dinero o cualquier otro factor con el propósito de lograr un objetivo previamente definido, o bien es la entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad".

Ahora bien, con los antecedentes más remotos de los cuales se tiene conocimiento y que datan desde el período prehistórico ( paleolítico, mesolítico y neolítico), en donde el aumento de la población y la aparición de actividades especializadas estimularon los cambios sociales y las necesidades dentro de estas comunidades de fomentar el intercambio de productos o artículos que ellos producían, con otras poblaciones que si contaban con dichos productos, es aquí donde se inicia la economía del trueque por medio del cuál, se cambian mercancías o alimentos no necesarios por otros que si lo son.

Con el tiempo, los pueblos se dan cuenta de que necesitan establecer un sistema más dinámico dando por resultado el uso de la moneda en su forma de barra, de anillos de bolas de metal; con las piezas de metal se empiezan a hacer monedas, regularmente en forma de disco sin ningún sello y sirven de medida común para el precio de las cosas y para facilitar los cambios, posteriormente, estas monedas se acuñan con el sello del gobierno o con el busto de un soberano y con alguna denominación.

La creación de monedas, da un auge tremendo al comercio ya que son valores más generalizados; la historia antigua comprende los pueblos orientales, egipcios, asirios y caldeos, fenicios, hebreos, medos y persas. En Egipto, el comercio estaba en manos de los extranjeros, en Fenicia se practicaba el comercio marítimo haciendo de éste una actividad nacional.

En Grecia, el comercio llegó a un alto grado de perfección que la colonización siguió el aspecto comercial y las relaciones marítimas ocuparon el primer lugar en el comercio helénico, con la conquista Macedonia se abrió a los comerciantes un inmenso campo en Africa y Asia; en Roma, la economía se basaba principalmente en el comercio del trigo, la vid y el olivo.

Más adelante en la edad Media, se dio lugar al orden mercantil y económico, contribuyendo al desarrollo de las relaciones comerciales de los pueblos de Europa, al origen de algunas industrias, al perfeccionamiento de otras y al desarrollo de numerosos productos agrícolas e industriales. Durante esta época se desarrollaron los gremios, teniendo a su vez inspectores que regulaban el número de artefactos y el precio al que se deberían vender en el mercado, hubo adelantos en la contabilidad, letras de cambio, sociedades y bancos, el régimen capitalista y el proletario de la industria crecieron, al final del S. XV y el XVI en lo político, social y económico, fue una época de transformaciones que dan como resultado los tiempos modernos.

Siendo, el acontecimiento más trascendental es la llamada “revolución maquinista”, ésta creó la gran industria y el gran comercio, que a su vez provocaron un gigantesco aumento de la riqueza. Las actividades mercantiles contemporáneas están organizadas por una serie de instituciones, entre las que destacan las bolsas y cámara de comercio, creando nuevos métodos de venta, estableciendo las ventas a plazos, creando los agentes viajeros, organizando la publicidad para atraer a los consumidores y obteniendo el apoyo de los gobiernos para promover el comercio en el exterior.

La revolución inglesa beneficiaron a las clases acomodadas, que a través del control del gobierno consolidaron en su provecho la supremacía marítima y comercial de Gran Bretaña, constituyendo un gran imperio colonial que harían posible la Revolución Industrial; la cual, inició un gran período de preponderancia económica y social ya que los pequeños talleres desaparecen y se instalan grandes fábricas en las cuáles trabajan centenares de obreros; y en estos términos los fabricantes escogen para instalar sus industrias los lugares cercanos a las minas de hierro y de carbón; las fábricas utilizan máquinas “movidas” por vapor, permitiendo crear mayor número de artefactos o productos en menor número de horas y con menor gasto de energía humana; el invento de la máquina de vapor por James Watt en 1767, se empieza a aplicar en todas las industrias sustituyendo la fuerza humana y aún influyendo en el transporte, lo cuál facilita enormemente la industria y el comercio en todo el mundo.

Las máquinas producían enormes cantidades de objetos o artículos con el menor número de obreros empleados, con las ganancias los dueños ampliaban sus fábricas o abrían nuevas o simplemente incrementaban su riqueza, esto trae como consecuencia una riqueza acumulada en unas cuantas personas, lo cual no aportaba ningún beneficio para los trabajadores ya que aún los artesanos que antes tenían sus talleres, se vieron obligados a cerrarlos, pues los costos para ellos se elevaban así como las horas de trabajo teniendo la necesidad de emplearse en las fábricas.

Sin embargo, su empleo no era seguro debido a que los capitalistas los empleaban a su antojo, aumentándoles las horas de labor y otorgándoles el salario que los dueños creían conveniente; surge la figura de Robert Owen, poseedor de fábricas de tejidos de algodón que implantó las mejoras y reformas que él consideraba indispensables en sus propios establecimientos industriales.

Redujo la jornada de trabajo a diez horas y media, mejoró el jornal de los obreros y siguió pagándoles aún cuando no trabajasen por alguna falta; prohibió que trabajaran los niños menores de doce años; pugnó por crear sociedades de obreros y cooperativas, creó logias o gremios integrados por artesanos que se dedicaban al mismo oficio.

Cuando surge la “Revolución Industrial”, el mundo cambio por completo y aparecieron inventos de todos los tipos, hasta llegar a la producción, consumo en masa y a las grandes empresas industriales, comerciales y de servicios que caracterizan al mundo actual.

## 1.2 CLASIFICACION.

Se combinan los factores productivos para conseguir un producto terminado que se obtenga el máximo beneficio: económico y social, según los casos; en las empresas capitalistas, las actividades se dirigen hacia la maximización del beneficio, es decir, de la diferencia entre los ingresos y los costos, llamandose "Capitalista".

Existen dos clases fundamentales de empresas "capitalistas":

- a) **La Privada y Pública.**
- b) **La Mixta o Nacionalizada.**

Las características de la "empresa privada" son:

a) Libertad de acción del empresario en los métodos productivos, aunque sometido a ciertas limitaciones referentes a la naturaleza del producto, las condiciones laborales, el sistema de precios, etc. los bienes y servicios que producen, se destinan a un mercado o comercio, la reacción del cual, es un elemento de riesgo de la gestión de la empresa; las relaciones de la empresa con las demás se rigen en cierta forma por la competencia.

b) La empresa pública, ha surgido como instrumento del poder público para regular la marcha de las empresas privadas, lo que ha creado frente a éstas un sector público o semipúblico en que el Estado, en grados diversos, actúa como empresario, y a veces la sustitución es total, como en la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas URSS (hoy ya desaparecida ó desintegrada), o casi nula como en Estados Unidos de Norteamérica.

En las empresas públicas, el Estado es el único propietario y empresario, en algún caso se han creado con fines de lucro, como los monopolios fiscales, por ejemplo, aunque normalmente el índice de beneficios no es el que señala el Estado si la explotación es buena, por lo general, en los sistemas capitalistas, estas empresas se crean con fin de asegurar a la población ciertos bienes o servicios a precios lo más bajo posible, aunque se produzcan pérdidas; si junto al Estado hay aportación de los particulares, ya sea en la dirección o en la propiedad o ambas, tendremos la empresa mixta y cuando el Estado se hace cargo de una empresa privada da lugar a las llamadas “Empresas Nacionalizadas”.

Las empresas tradicionalmente se clasifican en tres grandes ramas:

1. Industriales.
2. Comerciales.
3. De servicios.

1.- Las Industriales, se clasifican a la vez en dos grandes grupos: a) industriales extractivas, b) industriales de transformación.

a) Las industriales extractivas: Son aquellas que tienen por objeto obtener el producto de la propia naturaleza tal es el caso: industria petrolera, industria minera, en general recursos no renovables, agricultura, ganadería, pesca, explotación de bosques.

b) Las industrias de transformación: Son aquellas que modifican las características físicas y químicas de la materia prima, por medio de adición o cambio de posición de materiales hasta lograr obtener un producto manufacturado; en este tipo de empresas, interviene el trabajo humano con empleo de la maquinaria, que transforma la materia prima en cuanto a dimensiones, forma o sustancias, para que se convierta en un satisfactor de necesidades sociales por ejemplo: Empresas textiles, químicas, farmacéuticas y otras.



El mecanismo contable de este tipo de empresas, se sintetiza en reunir los tres elementos del costo de producción (costo unitario), es decir:

- a) Materiales directos consumidos.
- b) Mano de obra directa empleada.
- c) Costos indirectos aplicados.

Las industrias de transformación, por su forma de producir, se pueden dividir en dos grandes grupos:

a) Las que producen por medio de ensambles o yuxtaposición de varias partes, hasta lograr obtener un artículo que se considere como producto manufacturado.

b) Las que sujetan la materia prima a un proceso constante de elaboración o transformación, agregándole otros materiales; estas industrias tienen la característica de que su producción es continua, y que se refiere a un período uniforme para toda la masa de producción.

2.- Las Empresas Comerciales: Son aquéllas que sirven de intermediarias entre productores y consumidores de satisfactores, por ejemplo: mayoristas, cadena de tiendas, concesionarios, distribuidores, detallistas y otras; son empresas que se dedican a adquirir cierta clase de productos, con el objeto de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando el precio de costo o adquisición, un porcentaje denominado margen de utilidad.

3.- Las Empresas de Servicio: Son aquéllas que venden asesoría, asistencia, transporte, publicidad, relaciones públicas, implantación de sistemas, ya que con el esfuerzo del hombre produce un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea.

Dentro de este grupo de empresas se encuentran principalmente: Concesionadas por el Estado, sin concesión y concesionadas no financieras.

### 1.3 SURGIMIENTO Y DESARROLLO EN MEXICO.

La economía mundial se ha transformado radicalmente, los mercados financieros han creado una compleja red de transacciones de todo tipo, el comercio internacional ha experimentado grandes modificaciones que representan un importante reto para toda empresa.

La empresa, es la unidad económico – social integrada por recursos humanos, materiales y técnicos, coordinados para lograr la producción de bienes o servicios que respondan a los requerimientos del medio en el que la propia empresa actúa. Dentro del grupo de empresas dedicado a la elaboración de bebidas gaseosas, destaca la importancia de la industria embotelladora de refrescos; esta industria tiene sus inicios a fines del siglo pasado y en nuestro País empezó a desarrollar en el año de 1907, siendo los precursores los refrescos de “cola”.

La elaboración de refrescos, significa producción de bienes de consumo final, estos bienes presentan un crecimiento acelerado de su consumo el cual mantendrá en este tipo de empresas tasas de crecimiento elevado en virtud de los márgenes de rentabilidad que obtienen.

México, es el segundo consumidor de refrescos en el mundo y en él no existe una población de regular importancia que no cuente de inmediato con una embotelladora de refrescos; esto se debe a la natural inclinación de sus habitantes al consumo de estos productos lo cual hace de este negocio algo muy atractivo para los inversionistas. También es importante comentar que de ésta industria, viven muchas familias mexicanas de todos los niveles socioeconómicos.

## CAPITULO 2

### LOS MODELOS PRESUPUESTALES.

## CAPITULO 2

### LOS MODELOS PRESUPUESTALES.

#### 2.1 CONCEPTO DE MODELO.

De acuerdo a diversos autores, sobre los modelos, tenemos los más comunes y son estos conceptos que vienen a definir a continuación.

“Modelo, son aquellos instrumentos de trabajo que muestran en forma clara el funcionamiento actual de la empresa y permitan evaluar en cada momento diferentes alternativas para la toma de decisiones”. <sup>(1)</sup>

“ Un modelo puede definirse como una representación o abstracción de la realidad. Un modelo matemático es una representación simbólica de la realidad. Un modelo financiero matemático, por tanto, es una representación simbólica de los aspectos financieros de una organización”. <sup>(2)</sup>

“ Un modelo es un conjunto de relaciones matemáticas que describe la interrelación existente entre las distintas variables que inciden en el comportamiento financiero de la empresa”. <sup>(3)</sup>

---

(1) Saldivar Antonio, - *Planeación financiera de la empresa*, - Editorial, Trillas, 1977.

(2) Moscato R. Donald, - *Modelos financieros para la toma de decisiones: principios y métodos*, - Editorial fondo educativo interamericano, 1993.

(3) Basaña Eduardo J. , - *Temas de administración financiera*, - Ediciones Macchi, 1999.

“ Un modelo es una representación simplificada de un fenómeno del mundo real, una abstracción o generalización de la realidad”. (4)

En atención a lo anterior, considero que no se puede dar un concepto definitivo sobre los modelos, por lo que en mi opinión se debe tomar en cuenta lo siguiente:

“Es un instrumento que pretende visualizar cual va a ser el comportamiento proyectado por varios períodos determinados, cuando se hacen análisis de las variaciones de mayor importancia que nos permitan preparar diversas alternativas para el mejor funcionamiento de la organización...”

---

(4) Bowlin Oswaldo D. -- *Análisis Financiero*-- Editorial, McGraw-Hill, 1998.

## 2.2 DIFERENTES TIPOS.

### A. El Modelo Económico.

Como referencia de la palabra modelo y complementado con lo económico, diremos que es una representación dinámica del estado de resultados y nos proporciona la información de resultados correspondientes a un período determinado, deduciendo de la venta los costos, gastos e impuestos, para obtener la utilidad del período con una determinada estrategia y estructura de la empresa, para lo cual tenemos:

- a) Modelo de estructura. Indica la eficiencia de la estructura, relacionando los gastos fijos con la capacidad de venta de la empresa, de forma que la estructura es más eficiente mientras menor sea el gasto por peso vendido.
- b) Modelo de contribución marginal. Muestra la contribución de cada producto o líneas de producto y cada mercado al margen bruto, lo que permite analizar la estrategia comercial de la empresa.

### B. El Modelo Financiero.

Es una representación gráfica de la situación financiera de la empresa, su empleo nos permite, determinar los recursos necesarios para alcanzar un volumen de ventas dado, estimar la capacidad financiera de ventas para una determinada disponibilidad de recursos y evaluar el impacto de ciertas decisiones que afectan sus requerimientos de capital de trabajo, como son el nivel de inventarios, plazo promedio de pago de los clientes y el plazo de pago a los proveedores, evaluar el impacto de factores externos como los procesos inflacionarios, las devaluaciones y los cambios en la política fiscal, sobre la estructura financiera de la empresa.

### **C. El Modelo Económico – Financiero.**

Presenta conjuntamente el modelo económico y el financiero de la empresa, empleando en ambos casos la misma escala horizontal de ventas, existiendo una fuerte interdependencia como la que existe entre el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados, ya que el modelo financiero limita las posibilidades de venta de la empresa, y a su vez el modelo económico determina la generación de utilidades; por lo que conjuntamente constituyen el modelo económico financiero de la empresa, y permite analizar la rentabilidad de la empresa, que se expresa como utilidad neta anual, entre la inversión, al variar los volúmenes de ventas, costos, precios, inventarios, plazos de crédito a los clientes etc., y evaluar finalmente diversas alternativas de acción desde ambos puntos de vista: el económico y el financiero, para tomar las decisiones más acertadas.



### 2.3 CONCEPTO DE PRESUPUESTO.

La palabra "Presupuesto", se compone de dos raíces latinas:

PRE= que significa antes de, o delante de y

SUPUESTO= hecho formado.

Por lo tanto el presupuesto significa " antes de lo hecho".

Se mencionan a continuación algunos conceptos de presupuestos de personas especializadas en el área de finanzas.

El presupuesto es: "La estimación programada, en forma sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado".<sup>(1)</sup>

"Un plan que detalla cuantos fondos se asignarán para el pago de mano de obra, materiales, bienes de capital, etc., y también, cómo serán obtenidos dichos fondos. Asimismo, se utilizan para ejercer control sobre las operaciones de los departamentos de la empresa, por lo tanto, los presupuestos son una herramienta de la gerencia para planear y controlar".<sup>(2)</sup>

"Una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlas".<sup>(3)</sup>

---

(1) Del Río González Cristóbal,-- *El presupuesto*,-- Editorial, Ecasa, 1988.

(2) Hayme Levy Luis,-- *Planeación financiera en la empresa moderna*,-- Ediciones fiscales isef, 1997.

(3) Moreno Fernández Joaquín,-- *Las finanzas en la empresa*,-- Litografica Ingramex S.A. , 1996.

Como conclusión de lo anterior, complemento con mi opinión que el presupuesto es:

“Un mecanismo de control mediante el cual personas Físicas, Morales y otros, puedan anticiparse a las erogaciones estimadas en las que se verán afectadas y las utilidades que pretende obtener durante un período futuro determinado, con la finalidad de pronosticar si ésta se encuentra en condiciones de proporcionar las utilidades deseadas y que sirva a la administración como instrumento de comparación en el momento oportuno entre lo presupuestado y los resultados habidos o reales, tomando en cuenta las diferencias analizables y estudiables de todas la actividades de la misma para la toma de decisiones...”

## 2.4 SU CLASIFICACION.

Existen varios tipos de presupuestos y clasificaciones, y a continuación, se presenta una de ellas realizada con base a los aspectos generales de éstos:

### 1. Por su duración.

La determinación del período que abarcan los presupuestos, dependerán del tipo de operaciones mercantiles que realice la empresa, ya que a más tiempo corresponderán una menor precisión y análisis; así pues, pueden haber presupuestos:

- a. Cortos, los que abarcan un año o menos.
- b. Largos, los que se formulan para más de un año.

### 2. Por su forma.

- a. Flexibles. Estos presupuestos consideran anticipadamente las variaciones que pudieran ocurrir y permiten cierta elasticidad por posibles cambios o fluctuaciones propias, lógicas o necesarias.
- b. Fijos. Son los presupuestos que permanecen invariables durante la vigencia del período presupuestado. La razonable exactitud con que se han formulado, obliga a las empresas a aplicarlos en forma inflexible a sus operaciones, tratando de apegarse lo mejor posible a su contenido.

3. Por el tipo de empresa.

- a. Públicos. Son aquellos que realizan los Gobiernos, Estados, Empresas Descentralizadas, etc., para controlar las finanzas de sus diferentes dependencias.
- b. Privados. Son los presupuestos que emplean las empresas particulares como herramientas para su administración.

4. Por sus reflejos en los Estados Financieros.

- a. De Posición Financiera. Este tipo de presupuesto muestra la posición estática que tendría la empresa en el futuro, en caso de que se cumplieran las predicciones; y se presenta por medio de lo que se conoce como Posición Financiera (Balance General) Presupuestada.
- b. De Resultados. Que muestren las posibles utilidades a obtener en un período futuro.
- c. De Costo. Se prepara tomando como base los principios establecidos en los pronósticos de ventas, y se reflejan, a un período futuro, las erogaciones que se hayan de efectuar por concepto de costo total o cualquiera de sus partes.

5. Por su contenido.
  - a. Principales. Estos presupuestos son una especie de resumen, en los que se muestran los elementos medulares en todos los presupuestos de la empresa.
  - b. Auxiliares. Son aquéllos que señalan en forma analítica las operaciones estimadas por cada uno de los departamentos que integran a la empresa.
  
6. Por la finalidad que pretende.
  - a. De Promoción. Se presentan en forma de proyectos financieros y de expansión para su elaboración es necesario estimar los ingresos y egresos que hayan de efectuarse en el período presupuestal.
  - b. De Aplicación. Normalmente se elabora para solicitud de créditos, constituyen pronósticos generales sobre la distribución de los recursos con que cuenta, o habrá de contar la empresa.
  - c. De Fusión . Se emplean para determinar anticipadamente las operaciones que hayan de resultar de una unión de entidades.
  - d. Por Areas y Niveles de Responsabilidad. Cuando se desea cuantificar la responsabilidad de los encargados de las áreas y niveles que se divide una compañía.

- e. **Por Programas.** Este tipo de presupuesto es preparado normalmente por dependencias gubernamentales, descentralizadas, patronatos, instituciones, etc; sus cifras expresan el gasto, en relación con los objetivos que se pretenden, determinando el costo de las actividades concretas que cada dependencia debe realizar para llevar a cabo los programas a su cargo.
  
  - f. **Base Cero.** Es aquel que se realiza sin tomar en consideración las experiencias habidas; este presupuesto es útil ante la desmedida y continua en relación de los precios, exigencias de actualización, de cambio, y aumento continuo de los costos en todos los niveles, básicamente; resulta con elevados costos y con información extemporánea.
7. **Por la técnica de valuación.**
- a. **Estimados.** Son los presupuestos que se formulan sobre bases empíricas; sus cifras numéricas, por ser determinadas sobre experiencias anteriores, representan tan sólo la probabilidad más o menos razonable de que efectivamente suceda lo que se ha planeado.
  
  - b. **Estándar.** Son aquellos que por ser planteados sobre bases casi científicas, eliminan en un porcentaje elevado las posibilidades de error, por lo que sus cifras, representan los resultados que se deben obtener.

## 8. De Trabajo.

Es el presupuesto común, utilizado por cualquier empresa; su desarrollo ocurre normalmente en las siguientes etapas:

### A. Planeación.

### B. Formulación de:

- a) Presupuestos Parciales. Se elaboran en forma analítica, mostrando las operaciones estimadas por cada departamento de la empresa; en base en ellos, se desarrollan los:
- b) Presupuestos Previos. Son los que constituyen la fase anterior a la elaboración definitiva, sujetos a estudios.

C. Aprobación. La formulación de los presupuestos previos esta sujeta a estudio, lo cuál generalmente da lugar a ajustes, para poder realizar el;

D. Presupuesto definitivo. Es aquel que finalmente se va a ejercer, coordinar y controlar en el período al cuál se refiera. La experiencia obtenida con este tipo de presupuestos dará lugar a la elaboración de:

E. Presupuestos maestros. Con estos presupuestos se ahorra tiempo, dinero y esfuerzo, ya que sólo se hacen los que tengan variaciones que trasciendan. Cabe mencionar, que la clasificación anterior, pretende separar los rasgos más relevantes de los presupuestos, dicha separación no significa que estos sean independientes unos de otros, sino por el contrario varios de los tipos de presupuestos mencionados anteriormente, podrían verse involucrados al mismo tiempo dentro de un sistema de control presupuestal.



## 2.5 LOS OBJETIVOS.

Los objetivos de los presupuestos son:

### 1. De Previsión.

Consiste en, obtener anticipadamente toda la información y documentación determinada sobre bases reales o balanzas de comprobación, necesaria para la elaboración y ejecución del presupuesto.

### 2. De Planeación.

El presupuesto, sabemos que es un plan esencialmente cuantitativo, que se anticipa a las operaciones en que la empresa se verá afectada o beneficiada durante un período determinado y establecido, para obtener los resultados que más alcancen a lo deseado, dependerá de la información estadística y analítica que se obtenga en el momento de la elaboración del plan, es importante tomar en consideración los datos históricos, para hacer una estimación de los resultados que se planean.

Todo lo anterior, es la visión donde se ve inmerso el objetivo establecido, es decir, elegir las alternativas idóneas para lograr las metas fijadas.

### 3. De Organización.

Como su nombre lo dice, este objetivo tiene la intención de hacer una adecuación de la organización al presupuesto, es decir, que se puedan indicar o precisar las características y funciones de cada departamento y de los responsables de estos, que colaboren en el desarrollo de dicho presupuesto.

#### 4. De Coordinación.

Este objetivo, ayudará a lograr un equilibrio entre todos los departamentos, ya que los presupuestos de cada uno estarán íntimamente ligados; aquí un funcionario (por lo regular el director de presupuestos) deberá mantener estrecha comunicación con los responsables de cada departamento o bien exigirá un informe de cada uno de ellos por determinados períodos, fomentando a la vez el profesionalismo y la sana competencia dentro de la organización.

#### 5. De Dirección.

Dado que desarrollan la capacidad de los directivos para la toma de decisiones y hacen posible la administración por excepción; este objetivo es de gran importancia, dado que el nivel donde se presenta es el mayor; dichos directivos deberán de saber manejar las relaciones humanas con la finalidad de acrecentar la productividad y la sana competencia.

#### 6. De Control.

Ya que al final se podrán comparar las cantidades reales contra las presupuestadas, pudiendo analizar las causas que provocaron las variaciones y en su caso, aplicando las medidas de corrección que se consideren pertinentes.

## 2.6 EL PROCESO DE SU ELABORACION.

Es importante que los presupuestos, se elaboren atendiendo las necesidades de la organización, esto con la finalidad de obtener el éxito que se va alcanzar. Por tal motivo las personas encargadas de la realización de los presupuestos, deberán de considerar algunos de los más importantes factores que intervienen en dicha realización, como son:

a) Conocimiento de la Empresa.

Los presupuestos siempre estarán sujetos al tipo de empresa, tomando en cuenta sus requerimientos, objetivos y estructura organizacional.

El contenido y forma de los mismos varían en el grado de análisis que se solicite, por lo cual es necesario el amplio conocimiento de la empresa; por ejemplo: si se pueden determinar las ventas para un período determinado, de igual forma se podrán calcular los volúmenes de producción, proporcionándole a la vez al departamento de compras la información necesaria para no saturar los inventarios de la empresa, todo eso no sería posible si no se tiene el amplio conocimiento de la misma.

b) Exposición del Plan o Política.

El criterio de los directivos de la empresa. En cuanto al objetivo que se persigue con la implantación del presupuesto, deberá ser difundido por medio de manuales, que ayuden a coordinar el trabajo y las funciones de las personas encargadas de la ejecución del presupuesto. En dicho manuales se incluirá información sobre el período que abarcará el presupuesto, las formas que se utilizarán y toda la información conveniente para cubrir las necesidades requeridas de la empresa.

c) Coordinación para la ejecución del Plan.

Como se ha podido observar, es necesaria la existencia de un director de presupuestos que coordine el desempeño de los departamentos involucrados en la ejecución del plan; la realización de las actividades se representará en un calendario, en el que se especifiquen las fechas en que cada departamento deberá tener disponible la información.

La responsabilidad de la preparación del presupuesto recaerá sobre el director de presupuestos, pero los funcionarios de los diversos departamentos se verán obligados a proporcionar los informes necesarios para su elaboración, por eso será necesario determinar la delegación de autoridad, responsabilidad y jerarquía de cada uno de ellos.

d) Fijación del Período Presupuestal.

La determinación de este período opera en función de la estabilidad de la empresa, o bien de las condiciones favorables de las que se pueda valer para realizar un proyecto durante determinado tiempo; es común observar que las empresas que son estables en sus operaciones mercantiles, tienen mayor facilidad para implantar sus presupuestos por períodos largos; todo lo contrario de las empresas que no son tan inestables y que la mayoría de las ocasiones dependen de un financiamiento externo para salir adelante y poder hacer frente a las necesidades en períodos relativamente cortos.

Se podría recomendar que la fijación del período presupuestal no fuese mayor de un año (pudiendo variar siempre y cuando así lo requiera el giro de la empresa), ya que si dicho período fuera mayor, existe la posibilidad de que los presupuestos muestren cifras inexactas, debido a, no haber considerado las variaciones e inflaciones.

e) Dirección y Vigilancia.

Una vez que se aprobó el plan y los objetivos que se pretenden alcanzar, cada uno de los departamentos de la empresa elaborarán sus presupuestos; así de esta manera, al final se podrá hacer un estudio de las diferencias que surjan de la comparación de los datos reales con los presupuestados y poder hacer un análisis cuidadoso de las circunstancias que provocaron dichas diferencias, sólo así el presupuesto servirá de herramienta a la administración para poder ejercer un control sobre las operaciones de la entidad.

f) Apoyo Directivo.

Es indispensable para la buena realización de los presupuestos, las personas que están a cargo cuenten con el apoyo incondicional de los directivos, lo cual dará a los presupuestos el mejor aprovechamiento posible a los objetivos propuestos.

## **CAPITULO 3**

### **LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS.**

## **CAPITULO 3**

### **LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS.**

#### **3.1 CONCEPTO DE DISTRIBUCION.**

La enorme complejidad que presentan los mercados dentro de los actuales mecanismos de funcionamiento de la economía obligada a elegir cuidadosamente la forma de comercialización de cada producto y los distintos caminos que puede seguir hasta llegar al destinatario o consumidor. Ante la competencia que deben afrontar las empresas, la creación de sistemas o canales de distribución propios, o la utilización de los ya existentes más adecuados al producto que se desea vender, es hoy una decisión clave.

Prácticamente no existen mercados donde los productores y consumidores no se encuentran alejados física y psicológicamente, por lo tanto es inevitable para algunas empresas recurrir a distintos tipos de intermediarios para poder lograr el encuentro entre la oferta y la demanda. En muchas oportunidades una empresa productora posee decisión y eficiencia en su sistema productivo, pero no tiene resuelta su distribución, ya sea porque sus recursos humanos no son idóneos, o bien porque por decisión política asume la elaboración del producto pero no desea evocarse a la distribución y prefiere otorgar el control de esta variable a otros organismos externos a su estructura en pos de lograr una distribución eficiente.

De acuerdo a varios autores, sobre el concepto de distribución mencionaremos a continuación algunos.

La distribución, "son todas aquellas decisiones y actividades que desarrolla necesariamente una empresa para lograr la transferencia de los productos que elabora desde su lugar de origen hasta su lugar de uso definitivo, no siendo significativo el número de intermediarios que intervengan".<sup>(1)</sup>

La distribución, "es la separación geográfica entre compradores y vendedores, la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesario el traslado de bienes y servicios de un lugar de producción hasta el consumidor".<sup>(2)</sup>

Después de analizar los conceptos anteriores conceptualizaremos a la distribución como: un conjunto de actividades que desarrolla una entidad, para trasladar un bien o un servicio que se le solicite o de acuerdo al pedido programado, colocandolos a algunos intermediarios o lo más cercano al consumidor final.

---

1) Orlando Juan José,-- *Distribución Marketing*,-- Ediciones, Macchi, 1997.

2) Díez de Castro Enrique,-- *Distribución Comercial*,-- Editorial, Mc Graw-Hill, 1993.



### 3.2 SU IMPORTANCIA.

La necesidad de colocar el producto al alcance del consumidor final afecta a todos los productores de bienes que participan en diversos mercados desarrollados: pero, los consumidores no se preocupan por esta cuestión, los que se deben de preocuparse por resolver este problema son los productores.

Mencionaremos algunos aspectos importantes del papel de la distribución:

1. La organización comercial, así como el número y la clase de órganos de venta, será distinta según se utilice venta directa o indirecta, y según la distribución sea selectiva o exclusiva.
2. La decisión de precios se verá condicionada por la clase de distribuidor utilizado.
3. La publicidad será distinta y condicionada por el grado de colaboración establecida con los intermediarios.
4. El elevado grado de permanencia de las decisiones fundamentales de la distribución. Es relativamente fácil cambiar la política de precios, publicidad o promoción, condiciones de pago o entrega, pero efectuar un cambio de la distribución es bastante más complejo, ya que cualquier decisión se agrava por:

- a) La evolución constante de las formas de comercio.
- b) La concentración que van produciendo grandes unidades comerciales con mayor capacidad de compra y financiación.
- c) Fabricantes más grandes que asume la función de distribución y su control.
- d) A pesar de los cambios pueden aparecer nuevos productos que no encajan en los actuales canales o a realizar esfuerzos insólitos de introducción de nuevo producto.

La distribución de un producto es un proceso adicional a su fabricación, que agrega un valor fundamental al mismo y donde los errores generan altísimos costos de oportunidad (pérdida de ventas), financieros (inmovilización de stocks en tránsito y depósitos) y de operación (reflujos, obsolescencia de mercadería y movimientos inoportunos).

Sin embargo, el producto no existe si no posee ubicación geográfica ni oportunidad disponible para su consumo.

### 3.3 LOS OBJETIVOS.

Entre los diversos objetivos que pueden perseguirse, son los que fijan las empresas, ya sean a corto o largo plazo pueden ser divididos en dos tipos: cualitativos y cuantitativos.

Los objetivos cualitativos corresponden con criterios difícilmente valorables. Los más frecuentes son:

- a) Imagen y/o empresa.
- b) Segmentación del mercado.
- c) Lealtad a la marca.
- d) Potenciación de la inversión inicial.
- e) Saturación de la competencia.

Los objetivos cualitativos tienen gran importancia y contribuyen, en gran medida, a la consecución de los objetivos cuantitativos.

El análisis de los objetivos cuantitativos destacan los siguientes:

- a) Beneficio.
- b) Margen.
- c) Rentabilidad.
- d) Rotación.

Así mismo, mencionaremos los objetivos cualitativos que son sumamente importantes, a saber:

**a) Imagen de marca y/o empresa.**

La Distribución es, el principal factor de formación y concepto de imagen y prestigio de la marca de un producto y de la empresa que lo produce. El consumidor asignará confianza e importancia creciente al producto si cada vez que lo desea puede acceder a él.

**b) Segmentación del mercado.**

La penetración del mercado se realizará en función de ellos y estos objetivos pueden llegar a condicionar el sistema de distribución puesto que un elevado grado de penetración primaria propone formas de ventas más directas. Por otra parte cada segmento del mercado posee características propias, a veces asociadas y otras no, acerca de su sistema de distribución.

**c) Lealtad a la marca.**

Esto es básico cuando se trata de consumo, la falta de presencia del producto en suficientes puntos de venta atenta negativamente contra el mismo, dado que repercute desfavorablemente en los hábitos de compra de los consumidores, quienes se sienten defraudados y eligen productos sustitutos.

**d) Potenciación de la inversión inicial.**

Diversas inversiones empresarias fracasan o no producen los frutos esperados y posibles porque falta adecuar la distribución, este resorte exclusivo de la empresa requiere capacidad creativa y de realización desde el punto de vista de la organización. Existen muchos casos donde la distribución es un activo de la empresa, incluso en algunas situaciones dicha variable posee mayor importancia que los productos elaborados por la empresa, porque es tal su fuerza de llegada, tal su magnitud de conexión, que asegura el éxito de cobertura imprescindible para un producto, el cual solo deberá ser impulsado para obtener un buen destino comercial.

**e) Saturación de la competencia.**

Un sistema de distribución eficiente y dinámico no debe dejar de considerar la posibilidad de debilitar a los competidores considerando la eficiencia de costos de distribución, la máxima saturación posible de los puntos de venta, un mejor servicio y además un mayor alcance físico.

### 3.4 LAS FUNCIONES.

Respecto a las funciones que debe cumplir la distribución, son las siguientes actividades:

a) Transportes.

Incluye a todas las actividades que se requieran para transportar los bienes desde el lugar de elaboración hasta el lugar de uso o consumo.

b) Fraccionamiento.

Es toda actividad dirigida a colocar los bienes elaborados en condiciones que corresponden a las necesidades de los clientes y consumidores.

c) Adecuación.

Tiene relación con la conformación de grupos de productos que se complementaron de acuerdo a situaciones de utilización o consumo, por parte de los usuarios finales. Un fraccionamiento correcto permite una buena adecuación.

d) Almacenamiento.

Es la función que permite conservar la mercadería para comercializarla en su mejor estado. Funciona como pulmón entre el instante de la producción y el momento de la compra. Posee altísima incidencia en el caso de bienes con estacionalidad muy marcada.

e) **Conexión.**

Está relacionada con el hecho de facilitar la accesibilidad del producto a los consumidores.

f) **Informar.**

Se compone de todas aquellas situaciones que permiten mejorar el conocimiento de las necesidades del mercado y de la competencia.

### 3.5 DIVERSOS TIPOS.

De acuerdo a la naturaleza del producto a distribuir se seleccionarán el tipo de distribución y los canales más convenientes.

Estableceremos las siguientes categorías de productos:

- 1) De compra común.
- 2) De compra analizada.
- 3) Productos especiales.
- 4) Productos específicos.

#### 1) **Productos de compra común.**

De acuerdo a la clasificación, son aquellos que normalmente el consumidor adquiere con una cierta frecuencia, rápidamente y casi sin esfuerzo de comparación y adquisición. Es un comportamiento de compra rutinario. El valor monetario unitario del bien es bajo. La rotación de los productos es alta.

Esta categoría puede subdividirse en tres grupos:

- a) **Productos Básicos:** Los consumidores los adquieren con alta regularidad y poseen una gran lealtad a la marca. En líneas generales, estos productos son denominados de consumo masivo y tienen una importante impulsión publicitaria, situación que facilita el acercamiento del consumidor al producto, casi como un acto de preventa.

Ejemplos: lácteos, gaseosas, polvos para lavar ropa, azúcar, yerbas, café, etc.



**b) Productos de Compra Instantánea:** También denominados impulsivos, porque son aquellos que el consumidor no tiene previsto adquirir pero que al verlos en exhibición “se tiente” y efectúa la compra. En la mayoría de los casos son productos que atienden la satisfacción de necesidades orales. Ejemplos: chicles, golosinas en general, postres, helados individuales, flores, revistas especializadas.

**c) Productos de Compra Urgente:** Tienen una cierta similitud con los productos anteriores en cuanto que también deben estar muy exhibidos para facilitar su disponibilidad, aunque por su naturaleza atienden satisfacciones de necesidades que tendrán que ver con aquello que el consumidor considere urgente, como su propia salud.

Ejemplos: paraguas, medicamentos, servicios médicos, servicios al portador.

Para toda esta categoría de productos, la empresa no tiene elección variada respecto a la distribución, dado que estos productos exigen la máxima cobertura de mercado posible, ya que el consumidor si no encuentra la marca buscada en el lugar y momento que lo desea adquirir, seguramente elegirá otra marca sustituta.

Estos productos deberán estar inevitablemente asociados a una distribución de tipo extensiva.

## **2) Productos de compra analizada.**

Son aquellos que, dado que sus características esenciales hacen que los consumidores adopten otro tipo de conductas tales como comparar las marcas consideradas para verificar aquella que le brinde mejor beneficio. Es una compra con frecuencia más espaciada, el valor monetario unitario del producto podríamos definirlo como medio, la rotación es intermedia, y el producto en general atiende, además de las necesidades inherentes a él, aquellas descritas como de orden imaginario; el consumidor está dispuesto a invertir tiempo para evaluar las diversas opciones que enfrenta, dado lo comparativo de la compra. El consumidor recorre habitualmente varios puntos de venta antes de decidirse, y en este caso el vendedor minorista tiene gran influencia en la decisión final de compra, es una distribución de tipo selectiva la más indicada.

Los productos considerados en este caso son: indumentaria, accesorios para el auto, artículos electrodomésticos, muebles, etc.

## **3) Productos especiales.**

Las características únicas de estos bienes indican que poseen bajo nivel de rotación, alto valor monetario unitario y que los consumidores disponen de todo el tiempo de búsqueda que sea necesario para adquirirlo. En este caso, los consumidores van en busca del producto, en realidad ya está determinada específicamente la marca del bien a adquirir que atenderá para el individuo satisfacciones de orden psicológico, el consumidor no pierde tiempo en comparaciones entre varias marcas; sabe exactamente lo que quiere y se dirige directamente al punto de venta donde presume que lo encontrará disponible, quedando evidenciado que la fidelidad a la marca es característica predominante.

En ese caso están consideradas principalmente las marcas de artículos de lujo tales como joyas, regalos, automóviles, alimentos exóticos, viajes de placer, etc.

La empresa productora de un bien de esta naturaleza puede permitirse una cierta exclusividad en la distribución, considerando importante que los consumidores estén informados de la localización de los puntos de venta donde se comercializa el artículo.

#### **4) Productos específicos.**

Son aquellos que el consumidor no conoce regularmente, o que si bien tiene idea de su existencia no posee interés natural en la compra sólo intentará acceder a él cuando por algún inconveniente específico considere que estos productos pueden satisfacerlo.

Ejemplos claros de ellos son los equipos reguladores de temperatura ambiental, filtros de agua para piletas de natación, seguros, etc.

Estos productos que no son buscados en primera instancia por los consumidores exigen importantes esfuerzos de venta. La cooperación del intermediario es indispensable para empujar al producto, la selectividad se impone, o si no la empresa deberá adoptar un canal directo; la estructura de distribución de la empresa dependerá del conjunto de la política de comercialización que dicha empresa quiera llevar a cabo.

En virtud entonces de la naturaleza de los productos a distribuir y con necesidades y estrategias de cobertura de mercado, podemos clasificar a la distribución de cuatro formas distintas según sus características, a saber:

- a) Distribución extensiva.
- b) Distribución selectiva.
- c) Distribución exclusiva.
- d) Distribución intensiva.

### **3.6 PRINCIPALES CANALES.**

Se llama canal de distribución al camino seguido por un producto o servicio para ir desde la fase de producción a la de adquisición y consumo, incluyendo o no a cualquier número de personas o empresas llamadas intermediarios.

Algunos aspectos relevantes a considerar son:

#### **A. Tamaño de los canales.**

El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de los intermediarios que forman el camino, existen canales de todos los tamaños, desde los que no poseen ningún intermediario (venta directa) a muchos intermediarios.

Se habla de canales largos cuando tienen muchos intermediarios, y canales cortos cuando lo forman pocos intermediarios, consideramos que un canal clásico está compuesto por dos tipos de empresas de distribución: mayoristas y minoristas, por tanto, el canal largo estaría compuesto por más de dos intermediarios, sus precios por lo general son elevados y el corto por menos de dos intermediarios, conducen a precios de venta al consumidor reducidos.

#### **B. Utilidad de los intermediarios.**

Un análisis de la utilidad de los intermediarios debe valorarse, sospechando los aspectos positivos y negativos de su actuación, no cabe duda que las empresas de distribución realizan una serie de actividades o servicios que redundan en beneficio al consumidor.

## **1. Aspectos positivos de los intermediarios.**

Analizaremos las ventajas que representan la existencia de las empresas de distribución.

### **a) para la empresa fabricante.**

Financiamiento y asunción de riesgos, esta función corre a cargo de los intermediarios, también contribuyen a reducir los costos de transporte, fraccionamiento y almacenamiento.

### **b) derivado de su posición en el mercado.**

Los mayoristas y minoristas, se encuentran ubicados más cerca del consumidor que el fabricante, por lo tanto se derivan los servicios ofrecidos al consumidor, el contacto con el cliente le permite seleccionar un surtido acorde con las necesidades de cada área de mercado, se disminuye el número de transacciones.

## **2. Inconvenientes de los intermediarios.**

Los aspectos no positivos de las empresas comerciales se analizan en dos apartados:

### **a) repercusión sobre el precio de venta final del producto.**

Los intermediarios realizan una actividad comercial con fines lucrativos; es habitual que su remuneración se fija estableciendo un margen sobre cada uno de los productos que compran y venden, el margen consiste en un determinado porcentaje del precio del producto y puede calcularse sobre el precio de costo o bien sobre el precio de venta.

**b) el control del canal.**

Los fabricantes desean que sus productos lleguen al destinatario en unas determinadas condiciones, que se encuentren en los establecimientos deseados, en los mejores lugares del punto de venta, que se entreguen en los plazos correctos, que sean recomendados por el minorista, etc. Para lograr estos fines, parece claro que se precisa un cierto control sobre el canal de distribución; un productor desde el momento en que entrega sus productos para su distribución a un mayorista pierde el control sobre sus productos y se tiene que plegar a los usos de los intermediarios establecidos.

## **CASO PRACTICO.**

## ANTECEDENTES DE LA COMPAÑÍA.

En el año de 1899 el Sr. Joaquín Pila del poblado de San Lorenzo Tectipilco, el manantial "San Miguelito" la creación de un remedio curatorio. En el año de 1918 surge en el mercado el Sr. José Garci Crespo de la Vega emprende la fabricación de magnesia (remedio efervescente) y la sal de Tehuacán (acción drenadora). En el año de 1922 obtuvo la medalla de oro por la sal de Tehuacán en un concurso a nivel nacional de comerciantes, se instala una mediana industria en la entonces Av. libertad hoy Av. independencia en Tehuacán Puebla.

En el año de 1928 se inaugura la actual planta y el primer centro hidromineral de América ubicados en Tehuacán Puebla con el nombre de manantiales de Tehuacán, S.A. su casi inmediato crecimiento abrió canales de exportación a: Estados Unidos, Europa, Antillas, Centro y Sudamérica, además del territorio nacional. En el año de 1935 cambia la razón social al nombre de SPA GARCI CRESPO, elaborandose los primeros refrescos ( Quemon, Pinocho, Extra Poma, así como Girger ale para uso como mezclador con licores). Don José Garci Crespo compra los terrenos conocidos como "Buenagua", iniciando su primera excavación y descubriendo de lo que hoy llamamos manantial natural.

En 1947 se instala la primera estructura de lo que hoy es Embotelladora Garci Crespo, creandose la razón social en 1948 de Hermanos Garci Crespo, S. De R. L. , en el año de 1967 cambia su razón social a Embotelladora Garci Crespo, S. A. siendo empresa privada propiedad de Banca Mexicana Somex. En 1976 por la nacionalización de la banca pasa a ser empresa paraestatal de participación mayoritaria. En 1985 el Grupo Garci Crespo y San Lorenzo es adquirido por el Sr. Enrique Molina pasando a ser parte del GRUPO GEMEX. Actualmente cuenta con una planta embotelladora en Tehuacán Puebla y cinco distribuidoras en el área metropolitana de la Cd. De México (Tlalnepantla, Mariano Escobedo, Pantitlán, Ecatepec, Xochimilco), una en la Cd. de Puebla y un canal especializado en autoservicios.



## DESCRIPCION DE SU GIRO.

Se constituye con nombre de Distribuidora Garci Crespo Sociedad Anónima de Capital Variable, con una duración de la sociedad de noventa y nueve años, a partir de la fecha de la firma del contrato; el objeto social es el siguiente:

a) Distribución, representación, comisión, consignación, importación, conservación, refrigeración y en general comprar y vender toda clase de bebidas gaseosas o sin gas, así como esencias, concentrados, y/o jarabes para la elaboración de las mismas, incluyendo la producción y embotellamiento de los mismos así como de jugos y frutas.

b) Adquirir interés o participación en otras sociedades mercantiles o civiles formando parte de su constitución o adquiriendo acciones o participaciones en la ya constituidas, así como enajenar o traspasar tales acciones o participaciones.

c) Proporcionar a la sociedad en las que sea accionistas o socios, o las que se establezca una relación de negocios, servicios de asesoría, consultoría y supervisión en materia industrial, técnica, contable, legal, mercantil, comercial o financiera y/o servicios similares a los anteriores así como recibir dichos servicios.

d) Establecer subsidiarias sucursales, agencias o representación en México o en el extranjero.

e) Celebrar y/o llevar a cabo en la República Mexicana o en el extranjero por cuenta propia o ajena, toda clase de actos( inclusive de dominio) contratos o convenios civiles o mercantiles principales o de garantía, o de índole que, estén permitidos por la ley.

El capital de la sociedad es variable, siendo el mínimo fijo la cantidad de (diez millones de pesos), moneda nacional, el cuál ha quedado íntegramente suscrito y pagado en la forma especificada

De acuerdo a un diagnostico general en la empresa. Se considero que es necesaria la implantación de un modelo financiero- presupuestal.

**Empresa Distribuidora de bebidas gaseosas x.****Premisas.**

1. Se realizó por el período comprendido del 1o de Enero al 31 de Diciembre del año 2000 con datos reales de la balanza de comprobación a miles de pesos.
2. El presupuesto se realiza por el período comprendido del 1o de Enero al 31 de Diciembre del año 2001.
3. El presente trabajo presupuestal está realizado en base al Método económico administrativo.
4. Las variables estimadas que fueron consideradas para los cálculo y ajustes son los siguientes:
  - a) Inflación estimada del 6.5 % .
  - b) Crecimiento estimado para el sector de bebidas 5 % .
  - c) Incremento de sueldos y salarios del 18 % anualizado.
  - d) La base de calculo en ventas, es sobre cajas físicas de 8 onzas.
5. El presupuesto de gastos variables y de gastos fijos de venta y distribución, se realizaron sobre la base de considerar el número de personal necesario por departamento, tomando en cuenta para sueldos y salarios, las percepciones reales del año anterior más los incrementos estimados y todas las prestaciones inherentes y los demás gastos después de analizar los gastos reales del año anterior se estimo su probable incremento y se ajustaron al nivel de inflación estimado.

EMPRESA: DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2000.  
 (MILES DE PESOS)

ACTIVO		VALOR	PASIVO		VALOR
EFFECTIVO DISPONIBLE		130	PRESTAMOS BANCARIOS		0
INVERSIONES EN VALORES		0	OTROS FINANCIAMIENTOS NO BAN		0
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR		36,327	ARRENDAMIENTO FINANCIERO		0
CUENTAS POR COBRAR FRANQUICIADO		0	DOCUMENTOS POR PAGAR OTROS		0
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		749	PORCION CIRCULANTE PASIVO LAR		0
<b>TOTAL DE CUENTAS POR COBRAR</b>		<b>37,077</b>	INTERESES POR PAGAR		0
IMPUESTOS POR ACREDITAR		27	CUENTAS POR PAGAR FRANQUICIA		0
CUENTAS POR COBRAR SUBSIDIARIAS		109,448	PROVEEDORES		1,582
CUENTAS POR COBRAR AFILIADAS		0	OBLIGACIONES FISCALES		2,348
<b>TOT C/TAS POR COB.A CIAS.DEL GRUPO</b>		<b>109,448</b>	IMPUESTOS POR PAGAR		1,664
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA		342	PROVISIONES		4,543
INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO		3,372	GASTOS ACUMULADOS		0
ALMACEN DE REFACCIONES		337	ACREEDORES DIVERSOS		1,633
MERCANCIA EN TRANSITO		127	CUENTAS POR PAGAR A SUBSIDIAR		105,912
REEXPRESION DE INVENTARIOS		0	CUENTAS POR PAGAR A AFILIADAS		0
<b>TOTAL DE INVENTARIOS</b>		<b>4,179</b>	DIVIDENDOS POR PAGAR		0
PAGOS ANT. C.P.		0	<b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>		<b>117,682</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>150,861</b>	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		
INVERSIONES EN ACCIONES		0	PRESTAMOS BANCARIOS		0
TERRENOS		0	OTROS FINANCIAMIENTOS NO BAN		0
REVAL. DE TERRENOS		0	ARRENDAMIENTO FINANCIERO		0
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES		0	OTRAS PROVISIONES A LARGO PLA		1,272
REVAL. DE EDIFICIOS Y CONST.		0	DOCUMENTOS POR PAGAR OTROS		0
MEJORAS A INMUEBLES ARRENDADOS		1,598	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		<b>1,272</b>
REVAL. MEJORAS DE INMUEB. ARREND.		2,889	BOTELLAS Y CAJAS DE TERCEROS		0
MAQUINARIA Y EQUIPO		0	CREDITOS DIFERIDOS		-6,835
REVAL. DE MAQUINARIA Y EQUIPO		0	<b>SUMA EL PASIVO</b>		<b>112,119</b>
EQUIPO DE TRANSPORTE		419	<b>CAPITAL CONTABLE</b>		
REVAL. DE EQUIPO DE TRANSPORTE		213	CAPITAL SOCIAL		24,020
OTROS ACTIVOS		2,383	ACTUALIZACION DE CAPITAL		23,244
REVAL. DE OTROS ACTIVOS		3,255	APORT.FUTUROS AUMENTOS D/CA		0
OBRAS EN PROCESO		0	UTILIDADES ACUMULADAS		-2,135
REVAL. DE OBRAS EN PROCESO		0	RESULTADO POR ACTUALIZACION		3,208
<b>TOTAL ACTIVO FIJO HISTORICO</b>		<b>4,400</b>	RESULTADO DEL EJERCICIO		9,883
<b>TOTAL REVAL. DE ACTIVO FIJO</b>		<b>6,357</b>	<b>SUMA EL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>58,221</b>
DEPREC.ACUM.HISTORICA		-2,451	<b>SUMA EL PASIVO Y CAPITAL</b>		<b>170,341</b>
DEPREC.ACUM.REVALUADA		-3,498			
<b>TOTAL DEPREC. ACUMULADA</b>		<b>-5,949</b>			
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO HISTORICO</b>		<b>1,949</b>			
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO REVALUADO</b>		<b>2,859</b>			
BOTELLAS Y CAJAS		3,875			
ENVASE EN CIRCULACION		0			
DEPOSITOS DE CLIENTES EN GARANTIA		0			
DEPRECIACION DE BOTELLAS Y CAJAS		1,662			
REVAL. DE BOTELLAS Y CAJAS		625			
CARGOS DIFERIDOS		7,458			
AMOTIZACION DE CARGOS DIFERIDOS		0			
INTRODUCCION DE ENVASE		4,375			
REVAL. DE CARGOS DIFERIDOS		0			
<b>SUMA EL ACTIVO</b>		<b>170,341</b>			

1. El Estado De Situación Financiera (Balance General) se elaboró en el Corporativo de la empresa.
2. El Resultado del Ejercicio son las cifras que se obtienen de los demás Centros de Distribución.

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
	IMPOR	%	IMPORT %	IMPORT %	IMPORT %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %
VOL. VENTAS . TOTAL	83		88		103		107		109		93		102		100		103		98		103		216		1,304	
VOL. VENTAS 8 OZ. TERCER	83		88		103		107		109		93		102		100		103		98		103		216		1,304	
VENTAS A TERCEROS	5,383	####	5,359	100.0	6,504	100.0	6,773	100.0	6,963	100.0	6,086	100.0	6,569	100.0	6,505	100.0	6,805	100.0	6,323	100.0	7,258	100.0	9,090	100.0	79,618	100.0
VENTAS INTERCOMPAÑIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
INGRESOS BRUTOS	5,383	####	5,359	100.0	6,504	100.0	6,773	100.0	6,963	100.0	6,086	100.0	6,569	100.0	6,505	100.0	6,805	100.0	6,323	100.0	7,258	100.0	9,090	100.0	79,618	100.0
DESCUENTOS PARTICIPABLES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DESCUENTOS N/PARTICIPABLES	591	11.0	626	11.7	803	12.3	880	13.0	988	14.2	914	15.0	938	14.3	1,028	15.8	958	14.1	961	15.2	1,142	15.7	1,212	13.3	11,041	13.9
TOTAL DE DESCUENTOS	591	11.0	626	11.7	803	12.3	880	13.0	988	14.2	914	15.0	938	14.3	1,028	15.8	958	14.1	961	15.2	1,142	15.7	1,212	13.3	11,041	13.9
INGRESOS NETOS	4,792	89.0	4,733	88.3	5,701	87.7	5,893	87.0	5,975	85.8	5,172	85.0	5,631	85.7	5,477	84.2	5,847	85.9	5,362	84.8	6,116	84.3	7,878	86.7	68,577	86.1
COSTO DE VENTAS	1,833	34.0	1,900	35.5	2,245	34.5	2,529	37.3	2,631	37.8	2,304	37.9	2,365	36.0	2,379	36.6	2,593	38.1	2,379	37.6	2,590	35.7	3,056	33.6	28,804	36.2
COSTO DE VENTAS INTERCOMPAÑIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL COSTO DE VENTAS	1,833	34.0	1,900	35.5	2,245	34.5	2,529	37.3	2,631	37.8	2,304	37.9	2,365	36.0	2,379	36.6	2,593	38.1	2,379	37.6	2,590	35.7	3,056	33.6	28,804	36.2
COMISIONES	401	7.5	470	8.8	499	7.7	609	9.0	522	7.5	618	10.2	559	8.5	505	7.8	524	7.7	496	7.8	609	8.4	659	7.2	6,470	8.1
PRESTACIONES	141	2.6	170	3.2	180	2.8	221	3.3	188	2.7	210	3.4	201	3.1	187	2.9	188	2.8	178	2.8	221	3.0	239	2.6	2,324	2.9
ROTURA	13	0.3	9	0.2	8	0.1	23	0.3	9	0.1	24	0.4	13	0.2	18	0.3	31	0.5	8	0.1	3	0.0	10	0.1	169	0.2
COMBUSTIBLE	151	2.8	173	3.2	236	3.6	171	2.5	226	3.2	157	2.6	237	3.6	217	3.3	255	3.8	182	2.9	234	3.2	258	2.8	2,498	3.1
GASTOS VARIABLES DE VENTAS	707	13.1	822	15.3	923	14.2	1,024	15.1	944	13.6	1,009	16.6	1,009	15.4	927	14.3	999	14.7	865	13.7	1,067	14.7	1,166	12.8	11,461	14.4
CONTRIBUCION MARGINAL	2,253	41.8	2,011	37.5	2,533	38.9	2,339	34.5	2,401	34.5	1,859	30.5	2,257	34.4	2,171	33.4	2,255	33.1	2,119	33.5	2,459	33.9	3,656	40.2	28,313	35.6
OTROS INGRESOS	(3)	(0.0)	1	0.0	(6)	(0.1)	2	0.0	(5)	(0.1)	(5)	(0.1)	(11)	(0.2)	0	0.0	(7)	(0.1)	2	0.0	(4)	(0.1)	(4)	(0.0)	(38)	(0.0)
PRODUCCION	56	1.0	71	1.3	53	0.8	62	0.9	123	1.8	60	1.0	87	1.3	64	1.0	70	1.0	53	0.8	72	1.0	90	1.0	861	1.1
VENTAS Y DISTRIBUCION	1,100	20.4	1,171	21.9	1,284	19.7	914	13.5	1,014	14.6	911	15.0	983	15.0	995	15.3	1,105	16.2	982	15.5	994	13.7	943	10.4	12,396	15.6
ADMINISTRACION	105	2.0	86	1.6	89	1.4	106	1.6	100	1.4	106	1.7	102	1.6	112	1.7	108	1.6	120	1.9	115	1.6	107	1.2	1,257	1.6
TOTAL GASTOS FIJOS TERCEROS	1,258	23.4	1,329	24.8	1,420	21.8	1,084	16.0	1,232	17.7	1,072	17.6	1,162	17.7	1,172	18.0	1,275	18.7	1,157	18.3	1,178	16.2	1,136	12.5	14,514	18.2
U. A. V. INT. Y GA. MEX	995	18.5	682	12.7	1,112	17.1	1,256	18.5	1,169	16.8	787	12.9	1,095	16.7	999	15.4	980	14.4	962	15.2	1,282	17.7	2,520	27.7	13,761	17.3
GASTOS DE MERCADO	158	2.9	174	3.2	180	2.8	1,121	16.5	308	4.4	601	9.9	705	10.7	317	4.9	310	4.6	301	4.8	313	4.3	313	3.4	4,800	6.0
RECUPERACION GTOS MDO	29	0.5	29	0.5	29	0.4	0	0.0	0	0.0	94	1.5	64	1.0	65	1.0	64	0.9	66	1.0	57	0.8	57	0.6	555	0.7
SUBTOTAL NETO GTOS MDO	128	2.4	145	2.7	151	2.3	1,121	16.5	308	4.4	508	8.3	641	9.8	252	3.9	246	3.6	235	3.7	255	3.5	256	2.8	4,245	5.3
PLANES ESPECIALES MERCADO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. PLANES ESPECIALES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL NETO DE PLANES ESPECIALES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. INFRAESTRUCTURA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL NETO GTOS.MDO Y PLANES ESPECIALES	128	2.4	145	2.7	151	2.3	1,121	16.5	308	4.4	508	8.3	641	9.8	252	3.9	246	3.6	235	3.7	255	3.5	256	2.8	4,245	5.3
UTILIDAD A / VIRTUALES Y	866	16.1	538	10.0	961	14.8	135	2.0	860	12.4	279	4.6	454	6.9	747	11.5	734	10.8	727	11.5	1,026	14.1	2,265	24.9	9,516	12.0

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

ESTADO DE RESULTADOS POR MES DEL AÑO 2000

MILES DE PESOS

HOJA 2/2

CUADRO I

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%
AMORT.EXCLUSIVAS Y ENF	100	1.9	99	1.8	108	1.7	103	1.5	110	1.6	45	0.7	76	1.2	76	1.2	71	1.0	75	1.2	75	1.0	75	0.8	1,013	1.3
TOTAL AMORT.BOTELLAS Y	100	1.9	99	1.8	108	1.7	103	1.5	110	1.6	45	0.7	76	1.2	76	1.2	71	1.0	75	1.2	75	1.0	75	0.8	1,013	1.3
DEPRECIACION HISTORICA	24	0.4	28	0.5	26	0.4	26	0.4	27	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.3	313	0.4
DEPRECIACION ACTUALIZA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL DEPREC.HIST/ACTO	24	0.4	28	0.5	26	0.4	26	0.4	27	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.4	26	0.3	313	0.4
VENTAS Y DISTRIB.SUBS.	92	1.7	91	1.7	99	1.5	100	1.5	1,172	16.8	301	4.9	306	4.7	317	4.9	300	4.4	322	5.1	388	5.3	328	3.6	3,814	4.8
ADMINISTRACION SUBSIDIA	131	2.4	131	2.4	46	0.7	153	2.3	86	1.2	113	1.9	262	4.0	177	2.7	166	2.4	68	1.1	258	3.6	250	2.8	1,840	2.3
TOTAL GTOS FIJOS SUBSID	223	4.1	222	4.1	145	2.2	253	3.7	1,257	18.1	414	6.8	568	8.7	493	7.6	465	6.8	390	6.2	646	8.9	578	6.4	5,655	7.1
OTROS INGRESOS SUBS.	5	0.1	1	0.0	8	0.1	1	0.0	4	0.1	5	0.1	4	0.1	0	0.0	5	0.1	5	0.1	4	0.1	4	0.0	46	0.1
UTILIDAD DE OPERACION	525	9.7	190	3.6	690	10.6	(246)	(3.6)	(530)	(7.6)	(202)	(3.3)	(212)	(3.2)	152	2.3	176	2.6	241	3.8	284	3.9	1,590	17.5	2,581	3.2
PROD. FINANCIEROS TERCE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PROD. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL PRODUCTOS FINAN	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GTOS. FINANCIEROS TERCE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GTOS. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PERDIDA EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RESULTADO POSICION MO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COSTO INTEGRAL DE FINA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUE	545	10.1	244	4.6	678	10.4	457	6.7	(445)	(6.4)	(146)	(2.4)	(190)	(2.9)	233	3.6	230	3.4	241	3.8	284	3.9	1,590	17.5	2,581	3.2
I.S.R.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
I.M.P.A.C.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
P.T.U.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RESULTADO DEL EJERCICIO	545	10.1	244	4.6	678	10.4	457	6.7	(445)	(6.4)	(146)	(2.4)	(190)	(2.9)	233	3.6	230	3.4	241	3.8	284	3.9	1,590	17.5	2,581	3.2

1) Los datos reales fueron plasmados de la balanza de comprobación de cada uno de los meses realizados. ( en miles de pesos)

2) Las ventas y el volumen de ventas se tomaron del sistema integral de operación (sio), apoyo auxiliar del sistema para distribución.

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%
VOL. VENTAS TOTAL	94	0	94	0	114	0	117	0	119	0	103	0	112	0	110	0	113	0	108	0	115	0	246	0	1,444	0
VOL. VENTAS 8 OZ. TERCER	94	0	94	0	114	0	117	0	119	0	103	0	112	0	110	0	113	0	108	0	115	0	246	0	1,444	0
VENTAS A TERCEROS	6,868	100.0	7,368	100.0	8,604	100.0	8,092	100.0	7,763	100.0	7,586	100.0	7,369	100.0	8,024	100.0	7,118	100.0	7,223	100.0	9,831	100.0	9,450	100.0	95,301	100.0
VENTAS INTERCOMPAÑIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
INGRESOS BRUTOS	6,868	100.0	7,368	100.0	8,604	100.0	8,092	100.0	7,763	100.0	7,586	100.0	7,369	100.0	8,024	100.0	7,118	100.0	7,223	100.0	9,831	100.0	9,450	100.0	95,301	100.0
DESCUENTOS PARTICIPABI	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DESCUENTOS N/PARTICIPAB	625	9.1	652	8.8	823	9.6	895	11.1	992	12.8	928	12.2	945	12.8	1,035	12.9	969	13.6	972	13.5	1,258	12.8	770	8.1	10,868	11.4
TOTAL DE DESCUENTOS	625	9.1	652	8.8	823	9.6	895	11.1	992	12.8	928	12.2	945	12.8	1,035	12.9	969	13.6	972	13.5	1,258	12.8	770	8.1	10,868	11.4
INGRESOS NETOS	6,243	90.9	6,716	91.2	7,781	90.4	7,197	88.9	6,771	87.2	6,658	87.8	6,424	87.2	6,989	87.1	6,149	86.4	6,251	86.5	8,573	87.2	8,680	91.9	84,433	88.6
COSTO DE VENTAS	2,453	35.7	2,769	37.6	3,286	38.2	3,108	38.4	3,128	40.3	2,874	37.9	2,820	38.3	2,869	35.8	2,602	36.6	2,595	35.9	3,096	31.5	3,502	37.1	35,105	36.8
COSTO DE VENTAS INTERCO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL COSTO DE VENTAS	2,453	35.7	2,769	37.6	3,286	38.2	3,108	38.4	3,128	40.3	2,874	37.9	2,820	38.3	2,869	35.8	2,602	36.6	2,595	35.9	3,096	31.5	3,502	37.1	35,105	36.8
COMISIONES	433	6.3	500	6.8	595	6.9	615	7.6	575	7.4	621	8.2	575	7.8	512	6.4	527	7.4	498	6.9	628	6.4	652	6.9	6,731	7.1
PRESTACIONES	155	2.3	180	2.4	214	2.5	224	2.8	207	2.7	215	2.8	220	3.0	189	2.4	192	2.7	182	2.5	246	2.5	234	2.5	2,458	2.6
ROTURA	14	0.2	11	0.1	10	0.1	26	0.3	11	0.1	4	0.1	4	0.1	19	0.2	4	0.1	5	0.1	11	0.1	6	0.1	135	0.1
COMBUSTIBLE	177	2.6	186	2.5	250	2.9	222	2.7	237	3.1	210	2.8	243	3.3	219	2.7	275	3.9	186	2.6	263	2.7	257	2.7	2,725	2.9
GASTOS VARIABLES DE VEN	779	11.3	877	11.9	1,069	12.4	1,087	13.4	1,030	13.3	1,051	13.9	1,052	14.3	939	11.7	998	14.0	871	12.1	1,148	11.7	1,149	12.2	12,050	12.6
CONTRIBUCION MARGINAL	3,012	43.8	3,071	41.7	3,426	39.8	3,002	37.1	2,613	33.7	2,733	36.0	2,552	34.6	3,181	39.6	2,549	35.8	2,785	38.6	4,329	44.0	4,029	42.6	37,278	39.1
OTROS INGRESOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PRODUCCION	82	1.2	96	1.3	85	1.0	92	1.1	125	1.6	89	1.2	93	1.3	90	1.1	104	1.5	97	1.3	128	1.3	104	1.1	1,184	1.2
VENTAS Y DISTRIBUCION	1,011	14.7	1,180	16.0	1,290	15.0	1,000	12.4	1,015	13.1	1,010	13.3	1,013	13.7	1,009	12.6	1,113	15.6	1,011	14.0	1,011	10.3	1,020	10.8	12,683	13.3
ADMINISTRACION	109	1.6	133	1.3	95	1.1	114	1.4	104	1.3	112	1.5	119	1.6	123	1.5	122	1.7	126	1.7	126	1.3	117	1.2	1,360	1.4
TOTAL GASTOS FIJOS TERC	1,202	17.5	969	13.2	1,470	17.1	1,206	14.9	1,244	16.0	1,125	14.6	1,125	15.6	1,222	15.2	1,338	18.8	1,234	17.1	1,265	12.9	1,241	13.1	15,228	16.0
U. A. V. INT. Y GA. ME	1,810	26.3	1,702	23.1	1,956	22.7	1,797	22.2	1,369	17.6	1,521	20.1	1,327	18.0	1,959	24.4	1,211	17.0	1,551	21.5	3,064	31.2	2,788	29.5	22,051	23.1
GASTOS DE MERCADO	170	2.5	176	2.4	188	2.2	189	2.3	171	2.2	171	2.2	171	2.3	171	2.1	171	2.4	171	2.4	171	1.7	171	1.8	2,087	2.2
RECUPERACION GTOS MDO	17	0.2	32	0.4	33	0.4	33	0.4	16	0.2	16	0.2	16	0.2	16	0.2	16	0.2	16	0.2	16	0.2	16	0.2	246	0.3
SUBTOTAL NETO GTOS MER	153	2.2	144	2.0	155	1.8	156	1.9	154	2.0	154	2.0	154	2.1	154	1.9	154	2.2	154	2.1	154	1.6	154	1.6	1,841	1.9
PLANES ESPECIALES MERCA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. PLANES ESPECIALE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL NETO DE PLANES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. INFRAESTRUCTURA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL NETO GTOS.MDO Y E	153	2.2	144	2.0	155	1.8	156	1.9	154	2.0	154	2.0	154	2.1	154	1.9	154	2.2	154	2.1	154	1.6	154	1.6	1,841	1.9
UTILIDAD A 7 VIRTUALES, Y	1,657	24.1	1,558	21.1	1,801	20.9	1,641	20.3	1,215	15.6	1,367	18.0	1,173	15.9	1,805	22.5	1,057	14.8	1,397	19.3	2,910	29.6	2,634	27.9	20,210	21.2

CUADRO 3

CUADRO 4

CUADRO 5

CUADRO 6

CUADRO 7

CUADRO 8

CUADRO 9

CUADRO 10

CUADRO 11

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
 (MILES DE PÉSO)

HOJA 2/2

CUADRO 2

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		ACOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL		
	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	
AMORT.EXCLUSIVAS Y ENFR	110	1.6	21	0.3	35	0.4	27	0.3	21	0.3	22	0.3	22	0.3	23	0.3	24	0.3	98	1.4	99	1.0	99	1.0		601	0.6
TOTAL AMORT.BOTELLAS	110	1.6	21	0.3	35	0.4	27	0.3	21	0.3	22	0.3	22	0.3	23	0.3	24	0.3	98	1.4	99	1.0	99	1.0		601	0.6
DEPRECIACION HISTORICA	55	0.8	55	0.8	56	0.7	56	0.7	57	0.7	57	0.8	59	0.8	60	0.7	60	0.8	61	0.8	61	0.6	61	0.6		698	0.7
DEPRECIACION ACTUALIZA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
TOTAL DEPREC.HIST/ACTO	55	0.8	55	0.8	56	0.7	56	0.7	57	0.7	57	0.8	59	0.8	60	0.7	60	0.8	61	0.8	61	0.6	61	0.6		698	0.7
VENTAS Y DISTRIB.SUBS.	116	1.7	123	1.7	133	1.5	187	2.3	195	2.5	221	2.9	230	3.1	221	2.8	245	3.4	226	3.1	253	2.6	252	2.7		2,402	2.5
ADMINISTRACION SUBSIDIA	149	2.2	163	2.2	149	1.7	157	1.9	139	1.8	142	1.9	144	2.0	144	1.8	154	2.2	147	2.0	172	1.7	173	1.8		1,833	1.9
TOTAL GTOS FIJOS SUBSIDIA	265	3.9	286	3.9	282	3.3	343	4.2	334	4.3	364	4.8	374	5.1	365	4.5	399	5.6	373	5.2	425	4.3	425	4.5		4,235	4.4
OTROS INGRESOS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
UTILIDAD DE OPERACION	1,227	17.9	1,195	16.2	1,428	16.6	1,215	15.0	803	10.3	925	12.2	718	9.7	1,357	16.9	574	8.1	865	12.0	2,325	23.6	2,049	21.7		14,675	15.4
PROD. FINANCIEROS TERCE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
PROD. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
UTILIDAD EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
TOTAL PRODUCTOS FINAN	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
GTOS. FINANCIEROS TERCE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
GTOS. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
PERDIDA EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
RESULTADO POSICION MON	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
COSTO INTEGRAL DE FINAN	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUE	1,227	17.9	1,195	16.2	1,428	16.6	1,215	15.0	803	10.3	925	12.2	718	9.7	1,357	16.9	574	8.1	865	12.0	2,325	23.6	2,049	21.7		14,675	15.4
I.S.R.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
I.M.P.A.C.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
P.T.U.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		0	0.0
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,227	17.9	1,195	16.2	1,428	16.6	1,215	15.0	803	10.3	925	12.2	718	9.7	1,357	16.9	574	8.1	865	12.0	2,325	23.6	2,049	21.7		14,675	15.4

- En los conceptos de Producción, Administración, Amortización de exclusivas y enfriadores, Depreciación Histórica, Ventas y Distribución Subsidiarias y administración subsidiarias el corporativo realiza - asientos confidenciales que no se tiene acceso.
- Los Gastos de Mercado del año anterior no se consideran en el incremento ya que fué una reestructuración de las rutas de venta.



(MILES DE CAJAS)

													2001
TAMANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
AGUA MIN GASIF 24/4	5,267	6,233	6,044	5,131	4,970	5,813	5,173	5,805	5,442	5,597	6,597	10,260	73,331
AGUA MIN GASIF 24/2	3,866	3,765	4,429	4,146	4,557	5,157	4,643	4,303	4,054	4,183	3,183	8,292	54,578
AGUA MIN GASIF N.R.	26	35	40	31	32	27	10	6	20	18	20	62	378
AGUA GASIF 0.6 LTS PE	2,760	3,068	3,704	4,454	5,089	2,895	3,394	3,076	3,298	3,045	3,045	8,908	46,736
AGUA GASIF 2L PET	1,458	1,541	1,972	2,370	2,026	2,881	2,259	2,321	2,619	1,921	1,821	4,740	27,931
AGUA GAS 0.5LTS NR.	1,402	1,343	1,772	2,392	2,158	1,291	1,740	1,760	1,558	1,558	2,558	4,784	24,524
AGUA GASIF 1.5 L PET	630	692	733	613	791	870	972	725	873	699	799	1,226	9,623
AGUA KINA 24/4	953	914	1,024	1,032	1,150	1,167	1,049	1,107	1,087	1,058	2,058	2,064	14,663
AGUA GASIF 1.0 PET	-	405	688	617	660	617	1,006	610	627	680	780	1,956	9,007
AGUA KINA N.R.	86	96	96	119	133	124	86	102	159	113	223	238	1,575
<b>SUMA AGUAS G.C.</b>	<b>16,448</b>	<b>18,094</b>	<b>20,502</b>	<b>21,265</b>	<b>22,566</b>	<b>20,842</b>	<b>20,332</b>	<b>19,815</b>	<b>19,945</b>	<b>18,872</b>	<b>21,084</b>	<b>42,530</b>	<b>262,295</b>
G ALE SEAGRAMS LATA	166	164	171	124	157	136	155	180	174	179	189	248	2,043
C SODA SEAGRAMS LAT	48	48	90	54	45	28	58	28	6	4	5	108	522
G ALE SEAGRAMS 0.6	892	809	647	638	881	635	489	649	647	578	678	1,276	8,819
G ALE SEAGRAMS 1.0	302	308	290	349	358	169	316	316	312	290	390	698	4,098
<b>SUMA SEAGRAMS</b>	<b>1,408</b>	<b>1,329</b>	<b>1,198</b>	<b>1,165</b>	<b>1,441</b>	<b>968</b>	<b>1,018</b>	<b>1,173</b>	<b>1,139</b>	<b>1,051</b>	<b>1,262</b>	<b>2,330</b>	<b>15,482</b>
SABORES 24/2	2,174	2,065	2,352	2,118	2,889	2,615	2,437	1,984	2,472	2,031	2,041	4,236	29,414
SABORES 1/4	338	571	661	640	491	561	450	731	733	671	771	1,280	7,898
SABORES LATA	428	327	405	342	278	301	309	295	153	184	284	684	3,990
SABORES 0.6 PET	2,473	2,412	2,404	2,300	3,106	2,769	2,694	2,652	2,798	2,800	3,800	4,600	34,808
SABORES 1.0 LTS	-	2,799	1,215	846	528	1,652	1,144	821	749	1,070	1,050	1,692	13,566
SABORES PET 1.5 LTS	327	270	185	126	97	177	228	251	173	103	102	252	2,291
SABORES PET 2 LTRS	1,124	1,046	1,103	1,078	952	927	1,089	1,072	1,187	1,476	1,576	2,156	14,786
SABORES 0.5 LITROS	416	296	280	290	253	81	155	254	152	199	189	580	3,145
<b>SUMA SABORES G.C.</b>	<b>7,280</b>	<b>9,786</b>	<b>8,605</b>	<b>7,740</b>	<b>8,594</b>	<b>9,083</b>	<b>8,506</b>	<b>8,060</b>	<b>8,417</b>	<b>8,534</b>	<b>9,813</b>	<b>13,480</b>	<b>109,898</b>
A. ELECTROPURA 340	305	374	331	365	363	487	360	293	490	336	436	730	4,870
A. ELECTROPURA 0.5	8,190	7,709	11,122	10,039	9,524	7,012	8,945	7,368	7,038	9,487	10,487	25,430	122,351
A. ELECTROPURA 1.5	15,882	15,373	23,352	23,598	20,365	13,736	18,613	18,837	14,233	18,379	19,379	52,944	254,691
<b>SUMA ELECTROPURA</b>	<b>24,377</b>	<b>23,456</b>	<b>34,805</b>	<b>34,002</b>	<b>30,252</b>	<b>21,235</b>	<b>27,918</b>	<b>26,498</b>	<b>21,761</b>	<b>28,202</b>	<b>30,302</b>	<b>79,104</b>	<b>381,912</b>
SQUIRT 1/2	12,794	12,442	13,356	12,056	14,171	12,982	13,655	13,052	11,210	11,795	13,795	24,112	165,420
SQUIRT LATA	550	636	949	852	829	697	874	1,089	832	612	602	1,704	10,226
SQUIRT 0.600	6,066	6,580	7,607	6,274	7,953	6,822	7,850	6,414	7,074	7,022	8,022	18,550	99,234
SQUIRT 1.0	3,061	2,411	2,617	3,151	3,402	3,800	2,846	3,099	3,613	3,038	2,038	6,302	39,378
SQUIRT 1.5	3,355	3,077	6,008	3,754	3,633	7,491	2,714	3,200	8,082	2,374	3,374	7,508	50,570
SQUIRT 2.0 EUROP	18,079	15,413	18,233	23,878	25,412	23,026	25,655	27,657	30,568	25,885	24,886	47,756	306,448
<b>SUMA SQUIRT</b>	<b>43,905</b>	<b>40,559</b>	<b>48,770</b>	<b>52,965</b>	<b>55,400</b>	<b>50,818</b>	<b>53,594</b>	<b>54,511</b>	<b>61,379</b>	<b>50,726</b>	<b>52,717</b>	<b>105,932</b>	<b>671,275</b>
PEPSI 1/2	77	134	119	88	133	100	136	112	73	95	95	176	1,336
PEPSI 600	167	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	175
PEPSI 2.0	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
PEPSI LATA	188	81	36	127	57	28	43	42	12	43	45	254	956
POWER PUNCH LATA	51	29	31	40	75	25	37	35	14	-	-	80	411
POWER PUNCH 0.600	108	90	109	87	44	52	42	32	23	35	36	174	832
POWER PUNCH 600 12 B	80	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83
MANZANITA SOL LATA	-	-	-	-	-	-	-	7	3	-	-	-	10
<b>SUMA COMERCIALIZADO</b>	<b>677</b>	<b>345</b>	<b>295</b>	<b>342</b>	<b>307</b>	<b>205</b>	<b>252</b>	<b>228</b>	<b>125</b>	<b>173</b>	<b>176</b>	<b>684</b>	<b>3,809</b>
<b>TOTAL</b>	<b>94,095</b>	<b>93,549</b>	<b>114,175</b>	<b>117,479</b>	<b>118,560</b>	<b>103,151</b>	<b>111,620</b>	<b>110,286</b>	<b>112,766</b>	<b>107,558</b>	<b>115,354</b>	<b>246,060</b>	<b>1,444,672</b>

(MILES DE PESOS)

TAMANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2001
AGUA MIN GASIF 24/4	538.160	881.840	873.294	531.965	369.948	462.849	233.910	362.487	446.073	353.082	638.160	562.849	6.254.616
AGUA MIN GASIF 24/2	410.109	204.620	440.707	425.326	447.663	480.272	452.337	333.859	320.326	327.337	510.109	380.272	4.732.935
AGUA MIN GASIF N.R	1.413	1.902	2.174	1.685	1.739	1.467	543	326	1.087	978	1.413	2.467	17.196
AGUA GASIF 0.6 LTS PET	501.600	624.097	570.553	525.336	400.847	536.635	477.423	451.430	279.576	348.896	601.600	336.635	5.654.626
AGUA GASIF 2L PET	92.900	77.150	98.600	118.500	101.300	114.050	112.950	116.050	130.950	96.050	102.900	444.050	1.635.450
AGUA GAS 0.5LTS NR.	88.997	85.251	212.483	319.236	123.287	73.755	99.407	200.550	100.892	89.009	98.997	83.755	1.595.620
AGUA GASIF 1.5 L PET	82.730	46.936	49.717	41.577	53.650	59.009	65.927	49.174	59.212	47.410	92.730	69.009	717.082
AGUA KINA 24/4	43.092	41.329	46.303	96.664	52.000	52.769	47.433	50.056	49.151	47.840	53.092	82.769	662.497
AGUA GASIF 1.0 PET	-	22.187	37.690	83.577	36.157	33.801	55.111	33.426	34.349	37.252	-	53.801	427.352
AGUA KINA N.R.	4.674	5.217	5.217	6.467	7.228	6.739	4.674	5.543	8.641	6.141	6.674	76.739	143.957
SUMA AGUAS G.C.	1.763.675	1.990.529	2.336.738	2.170.334	1.593.820	1.851.345	1.549.715	1.602.900	1.430.258	1.353.996	2.105.675	2.092.345	21.841.330
G ALE SEAGRAMS LATA	10.537	10.410	10.855	7.871	9.966	8.633	9.839	11.426	11.045	11.363	11.537	9.633	123.117
C SODA SEAGRAMS LATA	3.047	3.047	5.713	3.428	2.857	1.777	3.682	1.777	381	254	4.047	2.777	32.787
G ALE SEAGRAMS 0.6	65.155	69.092	47.259	86.602	67.963	51.904	39.970	53.049	52.885	47.245	68.155	61.904	711.183
G ALE SEAGRAMS 1.0	17.857	18.212	17.148	20.637	21.169	9.993	18.685	18.685	18.449	17.148	37.857	10.993	226.833
SUMA SEAGRAMS	96.597	100.762	80.975	118.537	101.954	72.308	72.177	84.937	82.760	76.010	121.597	85.308	1.093.920
SABORES 24/2	118.152	212.228	127.826	115.109	157.011	142.120	132.446	507.826	134.348	210.380	108.152	442.120	2.407.717
SABORES 1/4	15.283	25.819	29.889	28.939	22.202	25.267	20.348	33.054	33.144	30.343	35.283	55.367	355.037
SABORES LATA	27.169	20.757	25.709	21.710	17.647	19.107	18.726	19.615	9.712	11.680	47.169	19.107	258.107
SABORES 0.6 PET	180.637	176.181	175.597	168.000	244.117	526.336	420.205	216.799	228.706	328.870	190.637	426.336	3.282.419
SABORES 1.0 LTS	-	253.337	66.561	46.346	28.925	90.501	62.671	44.977	41.032	58.617	-	100.501	793.468
SABORES PET 1.5 LTS	20.191	14.791	10.135	6.903	5.314	9.697	12.490	13.750	9.477	5.643	30.191	9.697	148.278
SABORES PET 2 LTRS	56.200	52.300	55.150	53.900	47.600	46.350	54.450	53.600	59.350	73.800	66.200	86.350	705.250
SABORES 0.5 LITROS	26.407	18.790	17.774	18.409	16.060	5.142	9.839	16.123	9.649	12.632	16.407	5.142	172.373
SUMA SABORES G.C.	444.038	774.203	508.640	459.315	538.875	864.618	732.064	904.856	525.419	731.963	494.038	1.144.618	8.122.648
A. ELECTROPURA 340	14.322	17.562	15.543	17.139	17.045	21.467	15.339	12.484	20.878	14.317	54.322	21.467	241.884
A. ELECTROPURA 0.5	173.653	361.988	422.250	571.397	447.214	321.098	620.026	345.991	330.480	545.477	473.653	421.098	5.234.324
A. ELECTROPURA 1.5	731.220	721.863	1.806.529	1.808.080	956.270	929.804	874.002	884.520	668.332	963.014	831.220	929.804	12.194.657
SUMA ELECTROPURA	1.119.194	1.101.412	2.334.322	2.396.616	1.420.529	1.272.369	1.509.367	1.242.996	1.019.690	1.522.807	1.359.194	1.372.369	17.670.865
SQUIRT 1/2	995.326	976.196	725.870	655.217	770.163	705.543	742.120	709.348	609.239	641.033	985.326	905.543	9.420.924
SQUIRT LATA	14.913	40.372	60.241	54.083	52.623	44.244	55.480	89.128	52.814	38.849	44.913	64.244	631.905
SQUIRT 0.600	443.082	480.626	755.642	677.405	817.488	557.624	641.652	524.275	578.223	573.972	543.082	757.624	7.350.695
SQUIRT 1.0	180.998	142.534	154.744	186.120	201.162	424.696	168.285	483.245	213.638	179.638	780.998	524.696	3.640.955
SQUIRT 1.5	227.557	208.701	407.499	254.619	546.412	236.781	184.080	517.043	548.170	161.019	327.557	536.781	4.156.219
SQUIRT 2.0 EUROP	1.510.507	1.532.001	1.220.818	1.098.788	1.701.465	1.543.691	1.698.787	1.851.817	2.046.727	1.933.170	2.910.507	1.943.691	20.991.969
SUMA SQUIRT	3.392.383	3.380.430	3.324.814	2.926.433	4.089.314	3.512.580	3.490.404	4.174.856	4.048.811	3.527.680	5.592.383	4.732.580	46.192.667
PEPSI 1/2	4.185	7.283	6.467	4.783	7.120	5.435	6.087	7.391	5.163	8.185	8.185	8.435	77.900
PEPSI 600	22.198	584	-	-	-	-	-	-	-	32.198	-	-	54.981
PEPSI 2.0	402	-	-	-	-	-	-	-	-	502	-	-	903
PEPSI LATA	11.934	5.142	2.285	8.062	3.618	1.777	2.730	2.666	762	2.730	61.934	2.777	106.417
POWER PUNCH LATA	3.237	1.841	1.968	2.539	4.761	1.587	1.968	2.222	889	-	3.237	3.587	27.836
POWER PUNCH 0.600	7.889	6.574	7.962	6.355	3.370	4.250	3.433	2.610	1.880	2.861	9.889	8.250	65.329
POWER PUNCH 600 12 E	2.922	110	-	-	-	-	-	-	-	-	42.922	-	45.953
MANZANITA SOL LATA	-	-	-	-	-	-	-	444	190	-	-	-	635
SUMA COMERCIALIZADO	52.767	21.533	18.682	21.738	18.869	13.050	15.522	14.035	11.088	10.753	158.867	23.050	379.953
TOTAL	6.868.653	7.368.869	8.604.170	8.092.973	7.763.361	7.586.270	7.369.248	8.024.580	7.118.026	7.223.209	9.831.753	9.450.270	95.301.383

(MILES DE PESOS)

	2001												TOTAL
TAMANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Maya	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
AGUA MIN GASIF 24/4	9.139	4.890	10.257	16.770	12.611	20.391	28.015	13.247	32.127	49.723	23.247	5.890	226.307
AGUA MIN GASIF 24/2	21.790	90.509	26.081	11.403	26.134	19.573	17.836	18.706	27.498	40.648	28.706	100.509	429.394
AGUA MIN GASIF N.R.	125	614	572	288	858	735	276	155	519	514	155	714	5.534
AGUA GASIF 0.6 LTS PET	22.067	21.062	27.160	91.169	948	29.724	46.406	23.496	17.075	20.060	13.496	31.062	343.723
AGUA GASIF 2L PET	6.287	60.560	12.364	7.232	17.277	8.282	31.813	19.493	23.925	10.586	29.493	70.560	297.872
AGUA GAS 0.5LTS NR.	10.171	80.277	28.722	26.151	22.501	17.760	23.982	21.509	10.906	19.195	11.509	70.277	342.959
AGUA GASIF 1.5 L PET	21.215	2.507	2.952	57.859	6.649	12.577	18.996	13.091	16.072	15.531	23.091	4.507	195.048
AGUA KINA 24/4	2.460	888	3.909	3.325	11.611	11.398	9.532	10.407	13.210	11.842	19.532	788	98.808
AGUA GASIF 1.0 PET	-	2.555	2.489	7.515	9.563	9.501	16.319	8.825	10.138	13.050	13.825	5.555	99.336
AGUA KINA N.R.	1.081	1.240	1.028	2.252	2.529	4.231	3.029	3.346	5.243	3.937	3.346	2.240	33.503
<b>SUMA AGUAS G.C.</b>	<b>94.334</b>	<b>265.102</b>	<b>115.535</b>	<b>223.864</b>	<b>110.679</b>	<b>134.173</b>	<b>198.315</b>	<b>131.401</b>	<b>153.908</b>	<b>186.459</b>	<b>166.401</b>	<b>292.102</b>	<b>2.072.473</b>
G ALE SEAGRAMS LATA	1.093	3.941	2.235	3.809	4.846	4.235	4.905	5.099	5.525	5.678	6.099	4.941	52.425
C SODA SEAGRAMS LAT	534	233	1.360	1.422	1.188	763	1.612	167	776	111	776	333	9.277
G ALE SEAGRAMS 0.6	8.424	5.568	3.639	8.440	16.901	19.427	15.113	20.211	10.219	18.046	30.211	6.568	163.067
G ALE SEAGRAMS 1.0	2.234	298	251	8.767	2.267	4.358	8.098	7.853	7.788	7.230	8.853	398	58.394
<b>SUMA SEAGRAMS</b>	<b>12.285</b>	<b>10.040</b>	<b>7.485</b>	<b>22.438</b>	<b>25.202</b>	<b>29.103</b>	<b>29.728</b>	<b>33.939</b>	<b>23.698</b>	<b>31.065</b>	<b>45.939</b>	<b>12.240</b>	<b>283.163</b>
SABORES 24/2	6.226	2.061	15.704	31.875	17.856	12.747	12.573	23.499	19.639	10.068	33.499	2.061	187.809
SABORES 1/4	1.884	1.701	2.251	7.768	5.036	5.655	4.725	6.583	7.953	5.226	701	53.709	53.709
SABORES LATA	6.354	6.433	1.678	10.044	8.183	8.830	9.015	8.585	4.469	5.369	9.585	7.433	85.980
SABORES 0.6 PET	2.027	7.418	15.848	13.045	20.829	12.975	29.191	7.988	23.019	29.697	8.988	8.418	179.445
SABORES 1.0 LTS	-	9.880	6.006	5.435	12.480	38.714	17.109	18.102	17.083	17.798	28.102	10.880	181.589
SABORES PET 1.5 LTS	9.780	865	1.389	4.702	2.803	4.984	7.259	7.622	5.299	3.477	6.622	965	55.769
SABORES PET 2 LTRS	3.170	2.622	8.834	45.020	20.159	19.550	13.878	22.010	14.849	25.945	32.010	5.622	213.671
SABORES 0.5 LITROS	1.323	9.823	2.679	11.081	9.251	2.959	6.003	9.391	5.641	7.606	7.391	8.823	81.973
<b>SUMA SABORES G.C.</b>	<b>30.764</b>	<b>40.805</b>	<b>54.389</b>	<b>128.970</b>	<b>96.598</b>	<b>106.415</b>	<b>99.754</b>	<b>101.424</b>	<b>96.583</b>	<b>107.914</b>	<b>131.424</b>	<b>44.905</b>	<b>1.039.943</b>
A. ELECTROPURA 340	1.009	2.565	6.272	5.987	6.859	8.863	6.519	4.689	7.767	4.324	4.689	3.565	63.108
A. ELECTROPURA 0.5	23.332	11.257	49.835	32.631	33.930	54.895	80.305	81.881	6.172	32.529	91.881	21.257	519.904
A. ELECTROPURA 1.5	57.740	32.991	86.816	113.183	91.080	52.367	45.838	60.210	119.314	26.524	70.210	52.991	809.863
<b>SUMA ELECTROPURA</b>	<b>82.081</b>	<b>46.812</b>	<b>142.923</b>	<b>151.801</b>	<b>132.470</b>	<b>116.125</b>	<b>132.662</b>	<b>146.780</b>	<b>133.252</b>	<b>63.377</b>	<b>166.780</b>	<b>77.812</b>	<b>1.392.875</b>
SQUIRT 1/2	8.476	93.047	57.699	77.825	84.796	85.227	74.863	69.950	96.455	78.666	106.455	103.047	936.307
SQUIRT LATA	9.886	8.712	29.908	27.588	27.850	23.559	24.826	34.936	26.760	18.635	44.936	9.712	287.309
SQUIRT 0.600	50.155	25.219	137.137	57.509	63.863	29.778	25.028	48.723	32.173	30.256	58.723	35.219	593.783
SQUIRT 1.0	14.791	21.126	67.083	83.218	92.943	113.738	73.991	85.013	97.843	79.658	74.013	31.126	834.544
SQUIRT 1.5	112.271	26.736	81.319	29.700	234.948	121.701	96.149	95.085	89.017	84.825	105.085	36.736	1,113.571
SQUIRT 2.0 EUROP	201.510	99.729	122.109	85.235	115.874	163.573	184.241	250.659	243.346	288.051	350.659	111.729	2,216.714
<b>SUMA SQUIRT</b>	<b>397.088</b>	<b>274.569</b>	<b>495.255</b>	<b>361.074</b>	<b>620.275</b>	<b>537.577</b>	<b>479.097</b>	<b>610.871</b>	<b>559.089</b>	<b>579.891</b>	<b>739.871</b>	<b>327.569</b>	<b>5.982.227</b>
PEPSI 1/2	2.124	5.051	1.856	1.382	2.132	1.618	2.178	1.785	1.172	1.522	785	5.151	26.257
PEPSI 600	1.208	164	-	-	-	-	-	5.077	-	-	4.077	264	10.789
PEPSI 2.0	176	-	-	-	-	-	-	173	-	-	172	-	521
PEPSI LATA	2.855	3.289	1.173	1.854	1.890	926	1.452	1.415	406	1.453	1.412	3.389	21.514
POWER PUNCH LATA	462	840	912	1,190	2,221	746	947	1,567	428	-	567	890	10,769
POWER PUNCH 0.600	1,914	5,514	3,533	2,432	1,236	1,490	1,196	918	663	1,012	818	5,814	26,539
POWER PUNCH 600 12 B	111	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	247
MANZANITA SOL LATA	-	-	-	-	-	-	-	239	103	-	139	-	480
<b>SUMA COMERCIALIZADO</b>	<b>8.849</b>	<b>14.920</b>	<b>7.474</b>	<b>6.858</b>	<b>7.480</b>	<b>4.779</b>	<b>5.774</b>	<b>2.771</b>	<b>3.986</b>	<b>7.970</b>	<b>15.380</b>	<b>-</b>	<b>97.616</b>
<b>TOTAL</b>	<b>625.401</b>	<b>652.249</b>	<b>823.061</b>	<b>895.005</b>	<b>992.703</b>	<b>928.172</b>	<b>945.530</b>	<b>1.035.589</b>	<b>969.302</b>	<b>972.692</b>	<b>1.258.384</b>	<b>770.309</b>	<b>10.868.296</b>

(MILES DE PESOS)

TAMANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2001 TOTAL
AGUA MIN GASIF 24/4	29,139	64,890	44,257	56,770	52,611	48,391	48,015	33,247	32,127	39,723	51,213	52,998	573,380
AGUA MIN GASIF 24/2	24,790	60,509	46,081	51,403	46,134	49,573	57,836	28,706	27,498	50,648	53,234	51,889	548,301
AGUA MIN GASIF N.R.	925	1,014	155	988	958	835	578	519	519	614	707	707	10,385
AGUA GASIF 0.6 LTS PET	41,967	101,062	87,160	111,169	110,948	69,734	76,406	73,496	67,075	80,060	105,277	88,025	1,011,468
AGUA GASIF 2L PET	18,287	40,360	32,364	47,232	37,277	48,282	41,813	39,493	33,925	30,586	50,184	51,388	511,389
AGUA GAS 0.5LTS NR.	50,171	60,277	68,722	86,151	74,501	57,760	63,982	71,509	50,906	49,195	57,317	59,919	750,408
AGUA GASIF 1.5 L PET	21,215	33,507	52,952	17,859	26,649	56,577	28,996	23,091	16,072	15,531	38,329	31,929	360,707
AGUA KINA 24/4	9,760	10,888	10,909	13,225	22,611	26,398	21,842	11,532	10,407	12,328	22,138	22,892	195,617
AGUA GASIF 1.0 PET	-	7,555	11,489	27,515	11,563	10,501	216,319	9,825	10,138	13,050	24,880	33,374	376,210
AGUA KINA N.R.	3,681	4,240	3,028	4,252	5,529	3,231	43,029	4,346	5,243	3,937	4,737	9,911	93,164
<b>SUMA AGUAS G.C.</b>	<b>199,034</b>	<b>384,302</b>	<b>357,935</b>	<b>416,364</b>	<b>388,779</b>	<b>371,273</b>	<b>598,615</b>	<b>295,401</b>	<b>253,908</b>	<b>316,559</b>	<b>406,015</b>	<b>442,445</b>	<b>4,431,029</b>
G ALE SEAGRAMS LATA	8,093	4,941	5,235	8,809	5,846	6,255	5,905	6,099	5,525	5,678	7,554	7,632	77,572
C SODA SEAGRAMS LAT	1,234	1,233	2,360	1,422	2,188	1,063	5,612	876	111	0	0	0	18,267
G ALE SEAGRAMS 0.6	26,424	44,568	29,639	19,440	36,901	59,727	25,113	29,211	20,219	18,046	20,116	18,821	346,225
G ALE SEAGRAMS 1.0	8,234	8,598	8,251	8,767	10,267	6,358	9,098	8,853	7,788	7,230	8,622	11,658	103,723
<b>SUMA SEAGRAMS</b>	<b>45,985</b>	<b>59,340</b>	<b>45,485</b>	<b>38,438</b>	<b>55,202</b>	<b>73,403</b>	<b>45,728</b>	<b>45,030</b>	<b>33,698</b>	<b>31,065</b>	<b>36,292</b>	<b>36,111</b>	<b>545,787</b>
SABORES 24/2	35,226	37,061	45,704	41,875	37,856	43,747	42,573	43,499	29,639	30,068	30,451	48,134	485,833
SABORES 1/4	2,884	6,701	6,251	8,768	6,036	6,255	5,725	6,583	7,953	8,970	8,970	8,970	84,575
SABORES LATA	13,354	9,433	31,678	20,044	10,183	8,830	10,015	9,585	4,469	5,369	8,506	5,350	136,907
SABORES 0.6 PET	91,027	90,418	75,848	83,045	110,829	92,975	89,191	99,189	83,019	89,697	126,947	90,093	1,122,278
SABORES 1.0 LTS	-	96,880	86,006	31,435	32,480	58,714	37,109	58,102	17,083	27,798	35,783	33,367	514,756
SABORES PET 1.5 LTS	10,780	9,365	5,389	5,702	3,803	6,984	8,259	8,622	5,299	3,477	7,068	4,080	78,829
SABORES PET 2 LTRS	43,170	21,622	40,834	35,020	40,159	29,550	33,878	32,010	24,849	35,945	61,406	103,269	501,713
SABORES 0.5 LITROS	25,323	10,823	19,679	11,081	19,251	3,959	7,003	12,391	5,641	7,606	6,347	5,047	134,153
<b>SUMA SABORES G.C.</b>	<b>221,764</b>	<b>382,305</b>	<b>311,389</b>	<b>236,970</b>	<b>282,598</b>	<b>251,415</b>	<b>233,754</b>	<b>269,624</b>	<b>176,583</b>	<b>207,914</b>	<b>285,569</b>	<b>299,162</b>	<b>3,059,045</b>
A ELECTROPURA 340	8,009	8,565	6,272	8,987	8,859	9,863	6,519	5,689	7,767	4,324	7,833	8,659	91,346
A ELECTROPURA 0.5	108,332	91,257	449,235	232,631	233,930	94,895	105,305	111,881	106,172	152,529	280,665	104,319	2,071,150
A ELECTROPURA 1.5	357,740	252,991	586,816	413,183	411,080	302,367	245,838	350,210	219,314	291,524	481,840	258,373	4,171,875
<b>SUMA ELECTROPURA</b>	<b>474,081</b>	<b>352,812</b>	<b>1,042,323</b>	<b>654,801</b>	<b>654,470</b>	<b>407,125</b>	<b>357,662</b>	<b>467,780</b>	<b>333,252</b>	<b>448,377</b>	<b>770,336</b>	<b>371,351</b>	<b>6,334,371</b>
SQUIRT 1/2	276,476	273,047	187,699	377,825	224,796	305,227	204,863	296,455	169,930	197,455	197,455	273,041	2,965,300
SQUIRT LATA	16,886	19,712	99,908	27,183	67,850	34,559	27,826	34,936	26,760	15,635	61,744	95,735	548,735
SQUIRT 0.600	281,155	101,219	237,137	397,009	363,863	229,778	352,028	302,323	330,173	230,556	334,706	408,771	3,771,118
SQUIRT 1.0	84,291	61,126	67,083	83,218	94,943	103,738	73,991	81,713	102,843	79,658	105,495	110,308	1,048,407
SQUIRT 1.5	212,271	306,136	208,319	179,700	134,948	229,701	96,149	114,085	229,017	184,825	107,360	182,110	2,184,620
SQUIRT 2.0 EUROP	601,510	719,729	722,109	687,235	852,874	863,573	824,241	950,659	943,246	898,051	785,887	1,275,958	10,125,171
<b>SUMA SQUIRT</b>	<b>1,494,588</b>	<b>1,680,969</b>	<b>1,522,255</b>	<b>1,752,169</b>	<b>1,739,275</b>	<b>1,766,577</b>	<b>1,579,097</b>	<b>1,780,571</b>	<b>1,802,089</b>	<b>1,587,191</b>	<b>1,592,646</b>	<b>2,343,923</b>	<b>20,643,252</b>
PEPSI 1/2	1,124	2,051	1,856	1,382	2,132	1,618	2,178	1,785	1,172	1,522	1,258	2,126	20,205
PEPSI 600	5,208	264	-	-	-	-	-	5,077	-	-	0	0	10,548
PEPSI 2.0	178	-	-	-	-	-	-	173	-	-	0	0	351
PEPSI LATA	5,855	2,489	1,173	4,154	1,890	1,126	1,452	1,415	406	1,453	1,820	1,404	24,637
POWER PUNCH LATA	1,462	840	912	1,182	2,821	746	947	1,067	428	-	0	775	11,180
POWER PUNCH 0.600	2,914	3,514	3,033	2,431	1,236	1,490	1,196	918	663	1,012	1,793	2,231	22,430
POWER PUNCH 600 12 B	1,111	43	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1,154
MANZANITA SOL LATA	-	-	-	-	-	-	-	230	103	-	0	0	341
<b>SUMA COMERCIALIZAD</b>	<b>17,851</b>	<b>9,200</b>	<b>6,974</b>	<b>9,149</b>	<b>8,080</b>	<b>4,979</b>	<b>5,774</b>	<b>10,675</b>	<b>2,771</b>	<b>3,986</b>	<b>5,396</b>	<b>7,198</b>	<b>91,933</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,453,303</b>	<b>2,749,129</b>	<b>3,286,361</b>	<b>3,108,091</b>	<b>3,128,403</b>	<b>2,874,772</b>	<b>2,820,630</b>	<b>2,869,089</b>	<b>2,602,302</b>	<b>2,595,092</b>	<b>3,096,157</b>	<b>3,501,190</b>	<b>35,105,517</b>

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS S.  
 PRESUPUESTO DE COMISIONES Y PRESTACIONES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
 (MILES DE PESOS)

CONCEPTO	ENERO 2001		FEBRERO 2001		MARZO 2001		ABRIL 2001		MAYO 2001		JUNIO 2001		JULIO 2001		AGOSTO 2001		SEPTIEMBRE 2001		OCTUBRE 2001		NOVIEMBRE 2001		DICIEMBRE 2001	
	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%
VOLUMEN REFRESCO (cajas B)	94,095		93,569		114,175		117,479		118,560		103,151		111,620		110,286		112,766		107,558		115,354		246,060	
VOLUMEN GARRAFON																								
PLAZAS	68		68		68		68		68		68		68		68		68		68		68		68	
COMISIONES REFRESCO	402		449		520		519		532		604		558		495		495		481		611		635	
PREMIO DE PUNTUALIDAD	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
COMPENSACION	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
PRIMA DOMINICAL	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
VACACIONES TRABAJADAS	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
DESCANSOS TRABAJADOS	0		20		44		73		18		0		0		0		15		0		0		0	
OTROS (DETALLAR)	31		31		31		23		25		17		17		17		17		17		17		17	
SUBTOTAL	433		500		595		615		575		621		575		512		527		498		628		652	
HORAS EXTRAS	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
INCENTIVOS	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
SUBTOTAL	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
TOTAL COMISIONES	433	100.0	500	100.0	595	100.0	615	100.0	575	100.0	621	100.0	575	100.0	512	100.0	527	100.0	498	100.0	628	100.0	652	100.0
PRIMA VACACIONAL	3	0.7	2	0.4	2	0.3	2	0.2	2	0.3	2	0.2	2	0.3	2	0.3	2	0.4	2	0.4	2	0.3	2	0.3
AGUINALDO	35	8.1	40	8.0	40	6.7	49	7.9	42	7.3	50	8.0	50	8.7	40	7.7	41	7.8	39	7.8	50	8.0	45	6.9
PRIMA DE ANTIGUEDAD (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
FONDO DE AHORRO (%)	0	0.0	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
VALES DE DESPENSA (%)	0	0.0	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
OTROS (DETALLAR)	5	1.2	0	0.0	1	0.2	2	0.2	2	0.3	3	0.5	5	0.8	3	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	41	9.9	44	8.8	45	7.6	53	8.6	47	8.2	56	9.0	58	10.1	45	8.8	45	8.5	43	8.6	54	8.6	49	7.5
UNAS	75	17.3	91	18.2	123	20.7	124	20.2	113	19.7	108	17.4	113	19.7	103	20.1	105	19.9	99	19.9	147	23.4	140	21.5
INONAVII	17	3.9	25	5.0	26	4.4	25	4.1	26	4.5	27	4.4	27	4.7	22	4.3	23	4.4	23	4.6	27	4.3	27	4.1
SAR	9	2.1	9	1.8	9	1.5	11	1.8	10	1.7	11	1.8	11	1.9	9	1.8	9	1.7	9	1.8	9	1.4	9	1.4
EDUCACION (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2% SOBRE NOMINA	8	1.8	8	1.6	8	1.3	8	1.3	8	1.4	9	1.5	8	1.4	7	1.4	7	1.3	7	1.3	7	1.1	7	1.1
IMPORTE SOBRE NOMINA ESTA	3	0.7	3	0.6	3	0.5	3	0.5	3	0.5	3	0.5	3	0.5	3	0.5	3	0.6	2	0.3	2	0.3	2	0.3
OTROS (DETALLAR)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	112	25.9	116	27.2	169	28.4	171	27.8	160	27.8	159	25.6	162	28.2	144	28.0	147	27.9	139	27.9	192	30.6	185	28.4
TOTAL PRESTACIONES	155	35.8	180	36.0	214	36.0	224	36.4	207	36.0	215	34.6	220	38.3	189	36.9	192	36.4	182	36.5	246	39.2	234	35.9
TOTAL COMISIONES Y PRESTA	588		680		809		839		782		836		795		701		719		680		874		886	

CUADRO 7	
TOTAL	%
2001	
1,444,672	
816	
6,301	
0	
0	
0	
0	
170	
260	
6,731	
0	
0	
6,731	100.0
23	0.3
520	7.7
0	0.0
11	0.2
10	0.2
19	0.3
582	8.7
1,341	19.9
295	4.4
115	1.7
0	0.0
92	1.4
32	0.5
0	0.0
1,875	27.9
2,458	36.5
9,188	

En los rubros que se tiene en ceros, esta abierta la posibilidad de horas extras, en la empresa, pero el presupuesto no lo tiene contemplado.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE ROTURA MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001

(MILES DE PESOS)

CUADRO 8

PRESENTACION	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
<b>VALOR DE DEPOSITO</b>													
6.5 OZ	6.0	6.0	6.0	9.0	9.0	9.0	12.0	12.0	12.0	12.0	14.0	14.0	121
12 OZ	14.2	14.2	14.2	16.5	16.5	16.5	16.5	16.5	16.5	16.5	16.5	16.5	191
0.5 LTS	29.0	29.0	29.0	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8	38.4	38.4	408
.600 ML	19.5	19.5	19.5	36.0	36.0	36.0	36.0	36.0	36.0	36.0	48.0	48.0	407
1.0 LTS	25.3	25.3	25.3	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	33.7	33.7	357
1.5 LTS	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8	46.8	46.8	46.8	46.8	46.8	46.8	490
2.0 LTS	29.9	29.9	29.9	29.9	29.9	29.9	42.9	42.9	42.9	42.9	42.9	42.9	437
<b>ROTURA (CAJAS)</b>	<b>158.7</b>	<b>158.7</b>	<b>158.7</b>	<b>191.32</b>	<b>191.32</b>	<b>191.32</b>	<b>219.52</b>	<b>219.52</b>	<b>219.52</b>	<b>219.52</b>	<b>240.32</b>	<b>240.32</b>	
6.5 OZ	25	25	26	69	36	12	14	24	25	26	16	25	323
12 OZ	22	29	25	72	24	25	71	64	31	12	26	32	433
0.5 LTS	33	11	36	68	19	18	88	89	19	14	25	15	435
.600 ML	25	35	18	59	25	16	84	23	14	25	34	24	382
1.0 LTS	99	34	29	95	87	24	16	58	18	64	16	32	572
1.5 LTS	15	49	62	89	54	18	18	49	21	12	65	48	500
2.0 LTS	314	244	165	444	125	19	112	222	21	16	95	12	1,789
<b>TOTAL</b>	<b>533</b>	<b>427</b>	<b>361</b>	<b>896</b>	<b>370</b>	<b>132</b>	<b>403</b>	<b>529</b>	<b>149</b>	<b>169</b>	<b>277</b>	<b>188</b>	
<b>ROTURA (IMPOTES)</b>													
6.5 OZ	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
12 OZ	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	7
0.5 LTS	1	0	1	2	1	1	3	3	1	0	1	1	15
.600 ML	0	1	0	2	1	1	3	1	1	1	2	1	13
1.0 LTS	3	1	1	3	3	1	0	2	1	2	1	1	17
1.5 LTS	1	2	2	3	2	1	1	2	1	1	3	2	20
2.0 LTS	9	7	5	13	4	1	5	10	1	1	4	1	60
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>26</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>135</b>

Consideraciones:

- 1 La Rotura es a precio de costo
2. Se considera que hay un incremento en los costos tres veces al año.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001

(MILES DE PESOS)

CUADRO 9

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
GAS	168	177	241	213	228	201	233	209	265	176	253	247	2,511
COSTO	168	177	241	213	228	201	233	209	265	176	253	247	
GASOLINA	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	114
COSTO	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	
TOTAL	177	186	250	222	237	210	243	219	275	186	263	257	2,725

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

CONCEPTO	MESES												ACUMUL
	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	2001
NUMERO DE PERSONAL													
NO SINDICALIZADO	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192
SINDICALIZADO	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108
TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
NOMINA	275	420	473	283	283	325	316	321	312	328	323	323	3982
TIEMPO EXTRA	27	2	47	39	37	19	19	11	24	9	9	9	252
INCENTIVOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRESTACIONES	230	247	292	193	193	199	191	192	189	191	192	192	2502
TOTAL NOMINA Y PRESTACION	532	670	811	515	513	543	526	524	525	528	524	524	6737
ACTIVIDADES SOC. Y DEP.	3	3	3	4	3	1	4	1	1	2	3	3	33
UNIFORMES Y ART. DE SEG.	22	22	22	22	22	21	22	20	22	22	22	22	260
SEGUROS	32	36	44	58	39	32	38	49	45	48	48	48	519
HONORARIOS	58	61	60	60	56	25	50	43	49	53	63	66	645
FLETES	2	2	1	1	1	13	2	1	3	0	2	2	29
RENTAS TERCEROS	0	4	8	2	3	5	10	2	2	1	1	1	39
REPARACION Y MANTTO:													
FLOTA	209	235	181	199	216	232	231	222	314	208	206	212	2666
EQUIPO DE EMBOTELLADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EQUIPO (REP. MAYORES)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EQUIPO DE SOPLADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INMUEBLES ARRENDADOS	27	20	26	27	27	21	4	7	2	1	27	27	217
ARTICULOS DE LIMPIEZA	2	2	5	1	3	1	0	1	7	2	2	2	29
COMBUSTIBLE	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	34
GASTOS DE VIAJE Y TRANSP.	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	4
PAPELERIA Y ART. DE ESCRIT.	16	12	12	4	18	13	8	12	10	12	12	12	143
ROTURA DE PLASTICOS	0	0	0	0	0	0	4	3	14	1	0	0	23
DIF. DE INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS	102	108	111	104	111	100	111	121	116	128	97	97	1306
TOTAL FIJOS TERCEROS	1,011	1,180	1,290	1,000	1,015	1,010	1,013	1,009	1,113	1,011	1,011	1,020	12683
RENTAS SUBSIDIARIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FIJOS SUBSIDIARIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS FIJOS	1,011	1,180	1,290	1,000	1,015	1,010	1,013	1,009	1,113	1,011	1,011	1,020	12683

C= Cedula analitica



EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS CASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE SUELDOS Y PRESTACIONES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 1

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL 2001	%
	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%	2001	%		
PLAZAS	25		25		25		25		25		25		25		25		25		25		25		25			
SALARIOS	252		388		427		219		239		280		276		283		280		294		289		289		3,516	
COMPENSACION	0		3		7		31		9		5		5		4		3		3		3		3		77	
PRIMA DOMINICAL	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
VACACIONES TRABAJADAS	0		0		0		0		2		6		6		4		3		9		9		9		48	
DESCANSOS TRABAJADOS	0		6		11		7		8		9		7		7		5		1		1		1		63	
PREMIO ASISTENCIA PUNTUAL	15		18		21		19		19		20		17		17		15		16		16		16		208	
OTROS (P.T.U.)	7		7		7		7		6		6		5		5		5		5		5		5		69	
SUBTOTAL	275		420		473		283		283		325		316		321		312		328		323		323		3,982	
HORAS EXTRAS	27		2		47		39		37		19		19		11		24		9		9		9		252	
INCENTIVOS	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
SUBTOTAL	27		2		47		39		37		19		19		11		24		9		9		9		252	
TOTAL SALARIOS	302	100.0	422	100.0	520	100.0	322	100.0	320	100.0	344	100.0	335	100.0	332	100.0	336	100.0	337	100.0	332	100.0	332	100.0	4,234	100.0
PRIMA VACACIONAL	7	2.2	7	1.5	8	1.5	2	0.6	6	1.9	5	1.3	5	1.5	5	1.4	5	1.3	5	1.3	5	1.4	5	1.4	61	1.4
AGUINALDO	35	11.4	37	8.8	45	8.7	37	11.5	31	9.7	30	8.7	29	8.7	28	8.3	28	8.5	28	8.2	28	8.3	28	8.3	382	9.0
PRIMA DE ANTIGUEDAD (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
FONDO DE AHORRO (%)	40	13.1	42	9.9	51	9.8	20	6.1	33	10.2	34	9.9	33	9.7	32	9.8	32	9.6	32	9.5	32	9.6	32	9.6	412	9.7
VALES DE DESPESA (%)	40	13.1	42	10.0	51	9.8	20	6.1	33	10.2	34	9.9	33	9.7	32	9.8	32	9.6	32	9.5	32	9.6	32	9.6	412	9.7
FONDO DE AHORRO (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	120	39.8	128	30.3	155	29.7	78	24.2	102	31.9	103	29.3	99	29.6	97	29.2	98	29.1	96	28.5	96	28.9	96	28.9	1,267	29.9
I.M.S.S.	73	24.2	78	18.6	87	16.6	78	24.2	58	18.1	63	18.4	62	18.5	64	19.3	60	17.9	63	18.7	64	19.1	64	19.1	813	19.2
INFONAVIT	21	7.0	22	5.3	27	5.2	25	7.8	19	5.9	18	5.3	17	4.9	17	5.1	17	5.1	18	5.3	19	5.6	19	5.6	239	5.7
S.A.R.	8	2.7	9	2.2	11	2.2	10	3.1	7	2.2	8	2.2	7	1.9	7	2.1	7	2.1	7	2.1	7	2.1	7	2.1	96	2.3
EDUCACION 1%	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2% SOBRE NOMINA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
IMPORTE SOBRE NOMINA EST	8	2.7	9	2.1	11	2.2	2	0.6	7	2.2	7	2.0	7	2.1	7	2.1	7	2.1	7	2.1	7	2.1	7	2.1	87	2.1
OTROS (DETALLAR)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	110	36.4	119	28.2	136	26.2	115	35.7	91	28.4	96	28.0	92	27.5	95	28.6	91	27.1	93	28.2	96	28.9	96	28.9	1,236	29.2
TOTAL PRESTACIONES	230	76.2	247	58.5	291	55.9	193	59.9	193	60.3	199	57.8	191	57.0	192	57.8	189	56.2	191	56.7	192	57.8	192	57.8	2,502	59.1
TOTAL SALARIOS Y PRESTAC	532		670		811		515		513		543		526		524		525		528		524		524		6,737	

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

ACTIVIDADES SOCIALES Y DEPORTIVAS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 2

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
AYUDA DEFUNCION	1.000	0.000	0.000	1.500	0.000	0.000	1.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.000
COSTO	1.000	0.000	0.000	1.500	0.000	0.000	1.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
BECAS	0.280	0.332	0.000	2.000	0.000	0.332	0.000	0.000	0.000	0.333	0.000	0.000	3.277
COSTO	0.280	0.332	0.000	2.000	0.000	0.332	0.000	0.000	0.000	0.333	0.000	0.000	
FOMENTO AL DEPORTE	0.000	0.800	0.400	0.400	0.400	0.000	0.400	0.400	0.400	0.400	0.000	0.000	3.600
COSTO	0.000	0.800	0.400	0.400	0.400	0.000	0.400	0.400	0.400	0.400	0.000	0.000	
CUOTA SINDICAL	1.840	1.920	2.920	0.920	0.920	0.920	2.074	0.924	0.924	1.848	0.000	0.000	15.210
COSTO	1.840	1.920	2.920	0.920	0.920	0.920	2.074	0.924	0.924	1.848	0.000	0.000	
DIAS FESTIVOS	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
FIESTA FIN DE AÑO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.480	3.480	6.960
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.480	3.480	
ACT. SOC. Y DEP.	0.000	0.000	0.000	0.000	2.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	2.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
TOTAL	3.120	3.052	3.320	4.820	3.320	1.252	3.974	1.324	1.324	2.581	3.480	3.480	33.047

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

UNIFORMES Y ARTICULOS DE SEGURIDAD MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 3

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
PANTALON	6,842	6,842	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	77,106
COSTO	6,842	6,842	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	6,342	
CAMISA	7,478	7,478	7,478	7,478	7,478	7,078	7,478	6,478	7,478	7,478	7,478	7,478	88,337
COSTO	7,478	7,478	7,478	7,478	7,478	7,078	7,478	6,478	7,478	7,478	7,478	7,478	
IMPERMEABLES	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	7,504
COSTO	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	
ZAPATOS	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	61,339
COSTO	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	5,112	
GUANTES	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	22,184
COSTO	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	1,849	
FAJAS	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	3,660
COSTO	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	
TOTAL	22,211	22,211	21,711	21,711	21,711	21,311	21,711	20,711	21,711	21,711	21,711	21,711	260,129

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

SEGUROS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
(MILES DE PESOS)

C - 4

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
VIDA	10.480	9.480	13.110	11.180	11.180	11.180	11.180	11.710	11.710	11.900	11.900	11.900	136.910
COSTO	10.480	9.480	13.110	11.180	11.180	11.180	11.180	11.710	11.710	11.900	11.900	11.900	
FIANZA	1.630	1.510	7.610	1.580	1.480	5.200	4.320	11.180	9.860	11.180	11.180	11.180	77.910
COSTO	1.630	1.510	7.610	1.580	1.480	5.200	4.320	11.180	9.860	11.180	11.180	11.180	
SEG. JURIDICA	1.130	1.130	3.060	13.230	1.130	1.870	1.131	2.410	2.410	2.410	2.410	2.410	34.731
COSTO	1.130	1.130	3.060	13.230	1.130	1.870	1.131	2.410	2.410	2.410	2.410	2.410	
VEHICULOS	0.700	4.680	5.370	15.320	2.741	12.750	0.160	4.670	4.670	4.750	2.680	2.680	61.171
COSTO	0.700	4.680	5.370	15.320	2.741	12.750	0.160	4.670	4.670	4.750	2.680	2.680	
GASTOS MEDICOS	1.580	0.000	0.590	0.590	6.270	1.000	5.170	4.990	0.000	0.000	4.990	2.990	28.170
COSTO	1.580	0.000	0.590	0.590	6.270	1.000	5.170	4.990	0.000	0.000	4.990	2.990	
SEG. EQUIP. DE TRANS	12.708	16.430	14.680	16.150	15.320	0.000	15.320	14.291	14.210	14.210	15.220	15.220	163.759
COSTO	12.708	16.430	14.680	16.150	15.320	0.000	15.320	14.291	14.210	14.210	15.220	15.220	
ROBOS RECLAMACION	0.000	2.880	0.000	0.000	0.910	0.000	1.100	0.000	2.580	3.550	0.000	1.800	12.820
COSTO	0.000	2.880	0.000	0.000	0.910	0.000	1.100	0.000	2.580	3.550	0.000	1.800	
REG. DEP. EN BBV X RRECUP.	3.730	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.730
COSTO	3.730	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
OTROS	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
TOTAL	31.958	36.110	44.420	58.050	39.031	32.000	38.381	49.251	45.440	48.000	48.380	48.180	519.201

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

HONORARIOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 5

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
VIGILANCIA	26.063	26.063	26.063	26.063	22.063	9.063	13.944	19.063	19.063	24.063	29.063	30.563	271.137
COSTO	26.063	26.063	26.063	26.063	22.063	9.063	13.944	19.063	19.063	24.063	29.063	30.563	
RECOLECC. DE VALORES	12.944	14.944	13.944	13.944	13.944	3.944	12.944	3.944	10.944	9.944	13.944	15.444	140.828
COSTO	12.944	14.944	13.944	13.944	13.944	3.944	12.944	3.944	10.944	9.944	13.944	15.444	
ENSOBRETADO NOMINA	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	3.562	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	46.858
COSTO	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	3.562	3.936	3.936	3.936	3.936	3.936	
ENTREGA DE VALORES	3.562	3.562	3.562	3.562	3.562	0.000	3.562	3.562	3.562	3.062	3.562	3.562	38.682
COSTO	3.562	3.562	3.562	3.562	3.562	0.000	3.562	3.562	3.562	3.062	3.562	3.562	
HONORARIOS RECLUTAMIE	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.275	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.275
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.275	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
SERVICIO MEDICO	5.275	5.275	5.275	5.275	5.275	5.275	6.300	5.275	4.275	5.275	5.275	5.275	63.325
COSTO	5.275	5.275	5.275	5.275	5.275	5.275	6.300	5.275	4.275	5.275	5.275	5.275	
UNIFORMES VIGILANCIA	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	1.000	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	70.300
COSTO	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	1.000	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	6.300	
HONORARIOS LEGALES	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	10.000
COSTO	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	
TOTAL	58.080	61.080	60.080	60.080	56.080	24.218	50.887	43.080	49.080	53.580	63.080	66.080	645.405

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

FLETES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001

(MILES DE PESOS)

C - 6

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
ARRASTRES (GRUAS)	1.840	1.656	1.196	1.000	1.000	12.500	2.160	1.200	3.000	0.000	1.680	1.800	29.032
COSTO UNITARIO	920.00	920.00	920.00	1000	1000	1000	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	12.960.0
CANTIDAD	2	2	1	1	1	13	2	1	3	0	1	2	
OTROS	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO UNITARIO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
CANTIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.840	1.656	1.196	1.000	1.000	12.500	2.160	1.200	3.000	0.000	1.680	1.800	29.032

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

RENTAS TERCEROS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001

(MILES DE PESOS)

C - 7

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
RENTAS TERCEROS	0.000	4.353	7.508	2.000	2.945	4.803	9.568	2.353	2.000	1.000	1.000	1.000	38.530
COSTO	0.000	4.353	7.508	2.000	2.945	4.803	9.568	2.353	2.000	1.000	1.000	1.000	
TOTAL	0.000	4.353	7.508	2.000	2.945	4.803	9.568	2.353	2.000	1.000	1.000	1.000	38.530

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

REPARACION Y MANTENIMIENTO DE FLOTA MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001

(MILES DE PESOS)

C - 8

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
CAMIONES	208.740	221.880	145.270	192.260	209.800	222.690	216.310	216.931	260.165	207.850	199.145	191.000	2.492.041
COSTO	208.740	221.880	145.270	192.260	209.800	222.690	216.310	216.931	260.165	207.850	199.145	191.000	
AUTOMOVILES	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	8.251	0.000	0.090	18.910	0.431	5.134	2.530	35.346
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	8.251	0.000	0.090	18.910	0.431	5.134	2.530	
MONTACARGAS	0.400	12.770	35.830	6.740	5.900	1.471	14.510	5.100	35.241	0.000	2.231	18.569	138.762
COSTO	0.400	12.770	35.830	6.740	5.900	1.471	14.510	5.100	35.241	0.000	2.231	18.569	
CAMIONETAS	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
TOTAL	209.140	234.650	181.100	199.000	215.700	232.412	230.820	222.121	314.316	208.281	206.510	212.099	2.666.149

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

REPARACION Y MANTENIMIENTO DE INMUEBLES ARRENDADOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
(MILES DE PESOS)

C - 9

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
MTTO. GENERAL OFICINAS	27.045	20.045	26.045	27.045	27.045	21.045	4.012	7.045	2.045	1.445	27.045	27.045	216.907
COSTO	27.045	20.045	26.045	27.045	27.045	21.045	4.012	7.045	2.045	1.445	27.045	27.045	
CANTIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TOTAL	27.045	20.045	26.045	27.045	27.045	21.045	4.012	7.045	2.045	1.445	27.045	27.045	216.907

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

ARTICULOS DE LIMPIEZA MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
(MILES DE PESOS)

C - 10

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
SERVICIO DE LIMPIEZA	0.500	0.500	1.000	0.500	0.500	0.500	0.000	0.000	2.000	0.000	0.000	0.000	5.500
COSTO	0.500	0.500	1.000	0.500	0.500	0.500	0.000	0.000	2.000	0.000	0.000	0.000	
ARTICULOS DE LIMPIEZA	1.413	1.413	2.826	0.413	1.913	0.000	0.000	1.013	4.239	1.413	1.413	1.413	17.469
COSTO	1.413	1.413	2.826	0.413	1.913	0.000	0.000	1.013	4.239	1.413	1.413	1.413	
RECOLECCION BASURA	0.583	0.583	1.166	0.000	0.583	0.583	0.000	0.083	1.166	0.583	0.583	0.583	6.496
COSTO	0.583	0.583	1.166	0.000	0.583	0.583	0.000	0.083	1.166	0.583	0.583	0.583	
TOTAL	2.496	2.496	4.992	0.913	2.996	1.083	0.000	1.096	7.405	1.996	1.996	1.996	29.465



EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 COMBUSTIBLE MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 11

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
DIESEL	0.500	0.900	0.900	0.000	0.300	0.500	0.731	0.500	0.300	0.500	0.000	0.000	5.131
COSTO	0.500	0.900	0.900	0.000	0.300	0.500	0.731	0.500	0.300	0.500	0.000	0.000	
GAS	0.500	0.900	0.900	0.000	0.500	0.200	0.731	0.500	0.500	0.500	0.000	0.000	5.231
COSTO	0.500	0.900	0.900	0.000	0.500	0.200	0.731	0.500	0.500	0.500	0.000	0.000	
GASOLINA	2.268	2.468	2.568	1.868	2.268	1.568	1.562	1.968	1.268	1.968	1.968	1.968	23.710
COSTO	2.268	2.468	2.568	1.868	2.268	1.568	1.562	1.968	1.268	1.968	1.968	1.968	
TOTAL	3.268	4.268	4.368	1.868	3.068	2.268	3.024	2.968	2.068	2.968	1.968	1.968	34.072

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 GASTOS DE VIAJE MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 12

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
BOLETOS DE AVION	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO UNITARIO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
CANTIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
HOSPEDAJE	0.300	0.300	0.300	0.300	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.300	0.300	1.800
COSTO UNITARIO	300	300	300	300	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	300	300	
CANTIDAD	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
ALIMENTOS	0.100	0.200	0.100	0.200	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.100	0.200	0.900
COSTO UNITARIO	100	200	100	200	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	100	200	
CANTIDAD	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
PASAJES	0.200	0.000	0.200	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.200	0.000	0.600
COSTO UNITARIO	200	0.000	200	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	200	0.000	
CANTIDAD	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
GASOLINA	0.000	0.280	0.000	0.280	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.280	0.840
COSTO UNITARIO	0.000	280	0.000	280	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	280	
CANTIDAD	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
ESTACIONAMIENTO	0.000	0.100	0.000	0.100	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.100	0.300
COSTO UNITARIO	0.000	50	0.000	50	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	50	
CANTIDAD	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	
CASSETAS	0.000	0.106	0.000	0.106	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.106	0.318
COSTO UNITARIO	0.000	106	0.000	106	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	106	
CANTIDAD	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
TOTAL	0.600	0.986	0.600	0.986	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.600	0.986	4.758

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

PAPELERÍA Y ARTICULOS DE ESCRITORIO MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 13

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
FORMAS FACTURACION	7.808	7.808	7.808	1.808	7.808	7.808	1.958	7.808	6.808	7.808	7.808	7.808	80.846
COSTO	7.808	7.808	7.808	1.808	7.808	7.808	1.958	7.808	6.808	7.808	7.808	7.808	
CONSUMIBLES. EQ. COMP.	3.958	1.958	1.958	0.958	3.958	1.958	1.958	1.958	0.958	1.958	1.958	1.958	25.496
COSTO	3.958	1.958	1.958	0.958	3.958	1.958	1.958	1.958	0.958	1.958	1.958	1.958	
FORMAS BODEGAS	0.000	0.500	0.400	0.000	2.295	1.000	2.295	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	6.490
COSTO	0.000	0.500	0.400	0.000	2.295	1.000	2.295	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
PAPELERIA DIVERSA	4.295	2.295	2.295	0.995	4.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	30.240
COSTO	4.295	2.295	2.295	0.995	4.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	2.295	
TOTAL	16.061	12.561	12.461	3.761	18.356	13.061	8.506	12.061	10.061	12.061	12.061	12.061	143.072

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

ROTURA DE PLASTICOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
(MILES DE PESOS)

C - 14

PRESENTACION	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
VALOR DE DEPÓSITO													
24 CAVID. GARCÍ	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
24 CAVID. SQUIRT	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
12 CAVID. SQUIRT	9.0	9.0	9.0	9.0	9.0	9.0	9.0	9.0	10.0	10.0	10.0	10.0	112
24 CAVID. PEPSI	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
6 CAVID. PEPSI	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
8 CAVID. PEPSI	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
12 CAVID. 1.5 PEPSI	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	9.0	9.0	100
ROTURA (CAJAS)	57	57	57	57	57	57	57	57	64	64	64	64	
24 CAVID. GARCÍ	0	0	0	0	0	0	132	13	189	12	0	0	346
24 CAVID. SQUIRT	0	0	0	0	0	0	89	64	112	13	0	0	278
12 CAVID. SQUIRT	0	0	0	0	0	0	18	98	552	14	0	0	682
24 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	89	28	423	29	0	0	569
6 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	16	58	28	64	0	0	166
8 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	18	49	159	12	0	0	238
12 CAVID. 1.5 PEPSI	0	0	0	0	0	0	84	115	29	16	0	0	244
TOTAL	0	0	0	0	0	0	446	425	1,492	160	0	0	
ROTURA (IMPORTES)													
24 CAVID. GARCÍ	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	3
24 CAVID. SQUIRT	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	2
12 CAVID. SQUIRT	0	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	0	7
24 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	1	0	4	0	0	0	5
6 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
8 CAVID. PEPSI	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
12 CAVID. 1.5 PEPSI	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
TOTAL	0	0	0	0	0	0	4	3	14	1	0	0	23

La Rotura de envase es a precio de costo.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS ( OTROS) MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

CONCEPTO	MESES												C- 15	
	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	ACUMUL 2001	
CONSUMO DE PRODUCTO	7	9	10	8	8	7	8	8	7	6	5	5	88	C- 15.1
CURSOS Y SEMINARIOS	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	C- 15.2
TEL.,TELEX,CORREOS Y TELEGR	9	10	5	8	7	9	9	9	9	11	10	10	106	C- 15.3
SERVICIO ELECTRICO	11	13	11	16	11	11	13	12	15	14	12	12	150	C- 15.4
AGUA	6	8	8	8	8	8	8	8	3	8	8	8	84	C- 15.5
FOTOCOPIAS	3	4	1	2	3	7	10	1	1	3	3	3	41	C- 15.6
CUOTAS Y SUSCRIPCIONES	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	C- 15.7
REP. Y MANTTO. EQ. COMPUTO	1	5	5	5	5	6	0	6	31	0	5	4	71	C- 15.8
REP. Y MANTTO. EQ. OFICINA	11	6	5	4	6	5	2	1	6	1	6	6	60	C- 15.9
REP. Y MANTTO. TARIMAS	0	8	8	8	8	8	8	26	17	30	0	0	121	C- 15.10
AMORTIZACION COMPRA TARIM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ATENCIONES Y ALIMENTACION	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	19	C- 15.11
INDEMNIZACIONES	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	C- 15.12
LICENCIAS Y PLACAS	30	30	30	30	30	19	29	30	0	30	30	30	319	C- 15.13
MULTAS Y RECARGOS	0	0	1	0	0	1	5	1	8	4	1	1	24	C- 15.14
NO DEDUCIBLES	1	1	0	1	3	4	2	4	4	1	0	0	21	C- 15.15
DONATIVOS	0	0	0	0	4	0	0	0	0	3	0	0	7	C- 15.16
OTROS IMPUESTOS Y DERECHO	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	5	C- 15.17
GASTOS DE LABORATORIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MATERIAL DE CURACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LAVADO INDUSTRIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
GASTOS VARIOS DETALLAR	10	3	5	2	5	3	3	5	3	3	5	5	52	C- 15.18
RVA. P/CUENTAS INCOBRABLES	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	123	C- 15.19
<b>TOTAL OTROS</b>	<b>102</b>	<b>108</b>	<b>111</b>	<b>104</b>	<b>111</b>	<b>100</b>	<b>111</b>	<b>121</b>	<b>116</b>	<b>128</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>1.306</b>	

C= Cedula analitica

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

CONSUMO DE PRODUCTO MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 15.1

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
PRODUCTO G.C	4.525	6.328	5.927	4.771	4.139	2.362	3.272	2.886	3.202	1.245	0.987	1.001	40.645
COSTO UNITARIO	8	8	9	11	8	7	8	6	7	7	7	7	
CANTIDAD ( CAJAS )	566	791	624	445	487	315	409	444	427	166	141	143	
PRODUCTO SQ	2.664	2.772	3.514	3.402	3.987	3.567	3.393	3.625	2.889	3.199	2.808	2.767	38.587
COSTO UNITARIO	14	14	14	14	14	14	14	14	13	13	13	13	
CANTIDAD ( CAJAS )	196	204	251	243	275	246	234	250	214	237	208	205	
PRODUCTO ELE.	0.096	0.080	0.400	0.208	0.346	1.349	1.296	1.424	1.136	1.056	0.688	0.720	8.799
COSTO UNITARIO	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	
CANTIDAD ( CAJAS )	6	5	25	13	21	87	81	89	71	66	43	45	
PRODUCTO PEPSI	0.090	0.072	0.054	0.018	0.018	0.000	0.000	0.000	0.018	0.018	0.018	0.018	0.324
COSTO UNITARIO	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	
CANTIDAD ( CAJAS )	5	4	3	1	1	0	0	0	1	1	1	1	
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
CANTIDAD ( CAJAS )	773	1.004	903	702	784	648	724	783	713	470	393	394	8.291
TOTAL	7.374	9.252	9.895	8.399	8.491	7.277	7.960	7.934	7.245	5.518	4.501	4.506	88.354

**EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.**  
**PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS**  
**CURSOS Y SEMINARIOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.**  
(MILES DE PESOS)

C - 15.2

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
CURSOS Y SEMINAR	0.000	0.000	3.300	0.000	1.400	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.700
COSTO UNITARIO	0.000	0.000	300	0.00	350	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
CANTIDAD	0	0	11	0	4	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	0.000	0.000	3.300	0.000	1.400	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	4.700

**EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.**  
**PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS**  
**TELEFONOS, TELEGRAFOS ETC. MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.**  
(MILES DE PESOS)

C - 15.3

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
SERV. TELEFONO	7.900	7.900	3.950	6.320	6.320	7.900	7.900	7.900	7.900	7.900	6.320	6.320	84.530
COSTO UNITARIO	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	1.580	
CANTIDAD	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	
FAX	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	15.000
COSTO UNITARIO	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	
CANTIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
LINEAS TELEFONICA	0.000	1.136	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.704	1.704	1.704	6.248
COSTO UNITARIO	0.000	0.568	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.568	0.568	0.568	
CANTIDAD	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	3	3	
TOTAL	9.150	10.286	5.200	7.570	7.570	9.150	9.150	9.150	9.150	10.854	9.274	9.274	105.778

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 SERVICIO ELECTRICO MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.4

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
ENERGIA ELECTRIC	10.966	12.626	11.003	16.199	11.000	11.904	12.785	11.605	15.100	13.920	11.716	11.716	150.539
COSTO UNITARIO	10.966	12.626	11.003	16.199	11.000	11.904	12.785	11.605	15.100	13.920	11.716	11.716	
CANTIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TOTAL	10.966	12.626	11.003	16.199	11.000	11.904	12.785	11.605	15.100	13.920	11.716	11.716	150.539

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 AGUA MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.5

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
AGUA	6.067	7.500	7.698	7.459	7.859	7.560	7.463	7.463	2.994	7.750	7.210	7.568	84.591
COSTO UNITARIO	6.067	7.500	7.698	7.459	7.859	7.560	7.463	7.463	2.994	7.750	7.210	7.568	
CANTIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TOTAL	6.067	7.500	7.698	7.459	7.859	7.560	7.463	7.463	2.994	7.750	7.210	7.568	84.591

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 FOTOCOPIAS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.6

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
FOTOCOPIAS	1.275	1.706	0.000	0.000	0.915	4.574	8.446	0.000	0.000	0.886	0.736	1.498	20.034
COSTO UNITARIO	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	
CANTIDAD	4.251	5.685	0.000	0.000	3.050	15.246	28.152	0.000	0.000	2.952	2.452	4.993	
RENTA FOTOCOPIA	2.000	2.000	1.000	2.000	2.000	2.000	2.000	1.000	1.000	2.000	2.000	2.000	21.000
COSTO UNITARIO	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	
CANTIDAD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TOTAL	3.275	3.706	1.000	2.000	2.915	6.574	10.446	1.000	1.000	2.886	2.736	3.498	41.034

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 CUOTAS Y SUSCRIPCIONES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.7

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
REVISTAS	0.000	0.360	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.360
COSTO UNITARIO	0.000	60	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.0
CANTIDAD	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
PERIODICOS	0.150	0.150	0.150	0.144	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	1.794
COSTO UNITARIO	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
CANTIDAD	25	25	25	24	25	25	25	25	25	25	25	25	
TOTAL	0.150	0.510	0.150	0.144	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	2.154

ESTA TESIS NO SALE  
 DE LA BIBLIOTECA



EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

REPARACION Y MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTO MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 15.8

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
COMPUTADORAS	0.450	4.050	4.050	4.275	4.500	4.950	0.000	5.400	30.000	0.000	3.600	3.150	64.425
COSTO UNITARIO	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	30.000	0.450	0.450	0.450	
CANTIDAD	1	9	9	10	10	11	0	12	0	0	8	7	
IMPRESORAS	0.500	0.750	1.000	0.750	0.500	0.250	0.000	0.250	0.750	0.000	1.250	1.000	7.000
COSTO UNITARIO	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	
CANTIDAD	2	3	4	3	2	1	0	1	3	0	5	4	
TOTAL	0.950	4.800	5.050	5.025	5.000	5.200	0.000	5.650	30.750	0.000	4.850	4.150	71.425

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

REPARACION Y MANTENIMIENTO EQUIPO DE OFICINA MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.

(MILES DE PESOS)

C - 15.9

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
COPIADORAS	0.000	0.000	4.640	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.663	2.360	8.663
COSTO	0.000	0.000	4.640	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.663	2.360	
SUMADORAS	2.300	0.000	0.485	3.660	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	1.730	1.823	10.998
COSTO	2.300	0.000	0.485	3.660	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	1.730	1.823	
MAQ. ESCRIBIR	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	5.250	0.000	0.000	0.000	0.000	1.813	0.825	7.888
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	5.250	0.000	0.000	0.000	0.000	1.813	0.825	
FAX	0.000	0.000	0.000	0.000	5.950	0.000	0.000	0.000	0.000	0.982	0.852	1.350	9.134
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	5.950	0.000	0.000	0.000	0.000	0.982	0.852	1.350	
MUEBLES	8.770	5.990	0.000	0.000	0.000	0.000	2.300	0.000	6.233	0.000	0.000	0.000	23.293
COSTO	8.770	5.990	0.000	0.000	0.000	0.000	2.300	0.000	6.233	0.000	0.000	0.000	
TOTAL	11.070	5.990	5.125	3.660	5.950	5.250	2.300	1.000	6.233	0.982	6.058	6.358	59.976

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 REPARACION Y MANTENIMIENTO DE TARIMAS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.10

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
REP. MANT. DE TAR	0.000	8.015	8.015	8.015	8.015	8.015	8.015	26.064	16.848	30.024	0.000	0.000	121.026
COSTO UNITARIO	0.000	35	35	35	35	35	35	36	36	36	36	36	
CANTIDAD	0	229	229	229	229	229	229	724	468	834	0	0	
TOTAL	0.000	8.015	8.015	8.015	8.015	8.015	8.015	26.064	16.848	30.024	0.000	0.000	121.026

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 ATENCIONES Y ALIMENTACIONES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.11

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
ATENCIONES	1.289	1.511	0.194	0.386	0.339	0.224	0.963	0.412	0.511	0.258	0.337	0.337	6.761
COSTO UNITARIO	1.289	1.511	0.194	0.386	0.339	0.224	0.963	0.412	0.511	0.258	0.337	0.337	
CANTIDAD													
ALIMENTACIONES	0.095	0.496	0.957	1.615	0.715	1.160	2.252	0.622	1.262	1.006	1.071	1.071	12.322
COSTO UNITARIO	0.095	0.496	0.957	1.615	0.715	1.160	2.252	0.622	1.262	1.006	1.071	1.071	
CANTIDAD													
TOTAL	1.384	2.007	1.151	2.001	1.054	1.384	3.215	1.034	1.773	1.264	1.408	1.408	19.083

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 INDEMNIZACIONES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.12

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
INDEMNIZACIONES	0.000	0.000	10.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	10.000
COSTO UNITARIO	0.000	0.000	10.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
CANTIDAD	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	0.000	0.000	10.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	10.000

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

LICENCIAS Y PLACAS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.13

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
LICENCIAS	3.750	3.750	3.500	3.250	3.125	1.250	1.500	4.000	0.000	3.500	5.500	4.000	37.125
COSTO UNITARIO	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	0.250	
CANTIDAD	15	15	14	13	13	5	6	16	0	14	22	16	
PLACAS	3.500	3.150	3.850	4.200	4.725	2.450	4.550	2.800	0.000	4.200	4.200	4.550	42.175
COSTO UNITARIO	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	0.350	
CANTIDAD	10	9	11	12	14	7	13	8	0	12	12	13	
TENENCIAS	9.000	8.550	8.100	9.450	9.000	6.750	8.100	9.900	0.000	10.350	7.650	9.450	96.300
COSTO UNITARIO	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	0.450	
CANTIDAD	20	19	18	21	20	15	18	22	0	23	17	21	
VERIFICACIONES	7.150	7.700	8.250	7.150	7.975	7.150	7.150	8.250	0.000	7.150	7.700	12.650	88.275
COSTO UNITARIO	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	0.550	
CANTIDAD	13	14	15	13	15	13	13	15	0	13	14	23	
REVISTAS	6.900	6.900	6.440	5.520	4.600	1.380	8.280	5.060	0.000	5.060	5.520	0.000	55.660
COSTO UNITARIO	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	0.460	
CANTIDAD	15	15	14	12	10	3	18	11	0	11	12	0	
TOTAL	30.300	30.050	30.140	29.570	29.425	18.980	29.580	30.010	0.000	30.260	30.570	30.650	319.535

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 MULTAS Y RECARGOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.14

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
MULTAS	0.000	0.000	1.400	0.000	0.000	1.200	3.000	1.000	4.000	2.000	1.400	1.400	15.400
COSTO UNITARIO CANTIDAD	0.000 0	0.000 0	200 7	0.000 0	0.000 0	200 6	200 15	200 5	200 20	200 10	200 7	200 7	
RECARGOS	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	2.400	0.000	3.900	2.400	0.000	0.000	8.700
COSTO UNITARIO CANTIDAD	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	300 8	0.000 0	300 13	300 8	0.000 0	0.000 0	
TOTAL	0.000	0.000	1.400	0.000	0.000	1.200	5.400	1.000	7.900	4.400	1.400	1.400	24.100

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 NO DEDUCIBLES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.15

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL NUAL 2001
ROBOS NO DEDUCIBLES	0.000	0.930	0.319	0.674	1.599	0.000	0.000	3.779	3.519	1.102	0.250	0.250	12.422
COSTO	0.000	0.930	0.319	0.674	1.599	0.000	0.000	3.779	3.519	1.102	0.250	0.250	
PASAJES	0.386	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.386
COSTO	0.386	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
REGALOS	0.000	0.000	0.000	0.241	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.241
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.241	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
GRAT. A TRANSITO	0.630	0.000	0.000	0.060	2.190	3.950	1.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	8.330
COSTO	0.630	0.000	0.000	0.060	2.190	3.950	1.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
TOTAL	1.016	0.930	0.319	0.975	3.789	3.950	1.500	3.779	3.519	1.102	0.250	0.250	21.379

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 DONATIVOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.16

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
DONATIVOS (CRUZ ROJA)	0.000	0.000	0.000	0.000	4.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.000	0.000	0.000	7.000
COSTO UNITARIO	0.000	0.000	0.000	0.000	500	0.000	0.000	0.000	0.000	500	0.000	0.000	
CANTIDAD	0	0	0	0	8	0	0	0	0	6	0	0	
<b>TOTAL</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>4.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>3.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>7.000</b>

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 OTROS IMPUESTOS Y DERECHOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.17

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL 2001
PREDIAL	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
IMP. RADICACION	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
DICTAMEN ECOLOGIA	1.076	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	1.076	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
PROTECCION CIVIL	0.000	0.234	0.314	0.127	0.376	0.000	0.000	0.273	0.764	1.324	0.000	0.000	3.412
COSTO	0.000	0.234	0.314	0.127	0.376	0.000	0.000	0.273	0.764	1.324	0.000	0.000	
Vs. Bo. BOMBEROS	0.000	0.000	0.000	0.040	0.000	0.029	0.160	0.000	0.000	0.000	0.850	0.950	2.029
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.040	0.000	0.029	0.160	0.000	0.000	0.000	0.850	0.950	
<b>TOTAL</b>	<b>1.076</b>	<b>0.234</b>	<b>0.314</b>	<b>0.167</b>	<b>0.376</b>	<b>0.029</b>	<b>0.160</b>	<b>0.273</b>	<b>0.764</b>	<b>1.324</b>	<b>0.850</b>	<b>0.950</b>	<b>5.441</b>

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 GASTOS VARIOS MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.18

CONCEPTO	TOTAL												TOTAL NUAL 2001	
	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC		
ANUNCIOS PERIÓDICO	3.841	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.841
COSTO	3.841	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
GTOS. ENFERMERIA	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
COSTO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
PASAJES (KILOMETRA)	6.360	2.436	4.988	1.843	5.097	2.379	1.039	3.612	1.255	1.947	3.840	5.097		39.893
COSTO	6.360	2.436	4.988	1.843	5.097	2.379	1.039	3.612	1.255	1.947	3.840	5.097		
ESTACIONAMIENTO	0.070	0.048	0.073	0.208	0.113	0.621	1.996	0.979	0.856	0.600	0.642	0.000		6.206
COSTO	0.070	0.048	0.073	0.208	0.113	0.621	1.996	0.979	0.856	0.600	0.642	0.000		
GAS P/ BANOS	0.000	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.500	0.250	0.000	0.000		1.000
COSTO	0.000	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.500	0.250	0.000	0.000		
FUMIGACIONES	0.000	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.500	0.250	0.000	0.000		1.000
COSTO	0.000	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.500	0.250	0.000	0.000		
<b>TOTAL</b>	<b>10.271</b>	<b>2.984</b>	<b>5.061</b>	<b>2.051</b>	<b>5.210</b>	<b>3.000</b>	<b>3.035</b>	<b>4.591</b>	<b>3.111</b>	<b>3.047</b>	<b>4.482</b>	<b>5.097</b>		<b>51.940</b>

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 RESERVA PARA CUENTAS INCOBRABLES MENSUAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2001.  
 (MILES DE PESOS)

C - 15.19

CONCEPTO	TOTAL												TOTAL NUAL 2001	
	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC		
RVA. P/CUENTAS INCO	10.000	10.575	10.000	10.575	10.000	10.575	10.000	10.530	10.000	10.575	10.000	10.000		122.830
COSTO UNITARIO	10,000	450	10,000	450	10,000	450	10,000	450	5,000	450	5,000	10,000		
CANTIDAD	1	24	1	24	1	24	1	23	2	24	2	1		
<b>TOTAL</b>	<b>10.000</b>	<b>10.575</b>	<b>10.000</b>	<b>10.575</b>	<b>10.000</b>	<b>10.575</b>	<b>10.000</b>	<b>10.530</b>	<b>10.000</b>	<b>10.575</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>		<b>122.830</b>

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

GASTOS DE MERCADO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2001

(MILES DE PESOS)

CONCEPTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2001
	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	
<b>MEDIOS</b>	141	124	116	116	117	117	117	117	117	117	117	117	1,431
Televisión Nacional	105	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1,267
Televisión local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Radio	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Prensa	36	18	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	161
<b>EXTERIORES</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
Anuncios Espectaculares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pintura de Camiones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Anuncios Luminosos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fachadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toldos / Sombrillas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
<b>P.O.P. INTERIOR</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>EVENTOS ESPECIALES</b>	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
Ferias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
<b>PROMOCIONES</b>	25	36	55	54	24	24	24	24	24	24	24	24	360
Refreshing tour	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Push	9	20	17	18	18	18	18	18	18	18	18	18	207
Plan comidas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artículos Promocionales	16	16	39	36	6	6	6	6	6	6	6	6	154
<b>MUESTREOS</b>	-	-	-	3	-	3	3	-	-	-	-	-	6
Gastos de Muestreo	-	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	5
Producto	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3
<b>HERRAMIENTAS MERCADO</b>	2	2	-	2	6	3	3	6	6	6	6	6	45
Enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización de enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recks / Hieleras	2	2	-	2	6	3	3	6	6	6	6	6	45
Post-Mix / Vending	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Over Haul Enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Puestos / Mesas y Sillas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Renta de Espacios Vending	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FUERZA DE VENTAS</b>	-	8	11	8	19	19	19	19	19	19	19	19	179
Incentivos de Ventas	-	8	11	8	19	19	19	19	19	19	19	19	179
Incentivos Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Condor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Domingos y Dias Festivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Asociación Embotelladores</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Relanzamiento G.C.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Recuperación</b>	17	32	33	33	16	16	16	16	16	16	16	16	246
<b>GRAN TOTAL</b>	153	144	155	156	154	154	154	154	154	154	154	154	1,841

CUADRO 11

TOTAL

2001

1,431

1,267

-

2

161

22

-

-

-

-

22

-

-

42

-

42

-

360

-

-

-

207

-

154

6

5

3

45

-

-

-

45

-

-

-

-

179

179

-

-

-

-

-

-

246

-

1,841

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

EMPRESA. DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X													
MODELO DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DEL MES X DEL AÑO X.													
(MILES DE PESOS)													
ACTIVO	AÑO ANT.	MES ANT.	MES ACT.	%	VARIACION CAMBIO	CAMBIO ACUMULADO	PASIVO	AÑO ANT.	MES ANT.	MES ACT.	%	VARIACION CAMBIO	CAMBIO ACUMULADO
EFFECTIVO DISPONIBLE	130	0	0	0.0	0	-130	PRESTAMOS BANCARIOS	0	0	0	0.0	0	0
INVERSIONES EN VALORES	0	0	0	0.0	0	0	OTROS FINANCIAMIENTOS NO BANCARIOS	0	0	0	0.0	0	0
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR	36,327	0	0	0.0	0	-36,327	ARRENDAMIENTO FINANCIERO	0	0	0	0.0	0	0
CUENTAS POR COBRAR FINANCIADOR	0	0	0	0.0	0	0	DOCUMENTOS POR PAGAR OTROS	0	0	0	0.0	0	0
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	748	0	0	0.0	0	-748	PORCION CIRCULANTE PASIVO LARGO P.	0	0	0	0.0	0	0
TOTAL DE CUENTAS POR COBRAR	37,077	0	0	0.0	0	-37,077	INTERESES POR PAGAR	0	0	0	0.0	0	0
IMPUESTOS POR ACREDITAR	27	0	0	0.0	0	-27	CUENTAS POR PAGAR FINANCIADORAS	0	0	0	0.0	0	0
CUENTAS POR COBRAR SUBSIDIARIAS	109,444	0	0	0.0	0	-109,444	PROVEEDORES	1,542	0	0	0.0	0	(1,542)
CUENTAS POR COBRAR AFILIADAS	0	0	0	0.0	0	0	OBLIGACIONES FISCALES	2,344	0	0	0.0	0	(2,344)
TOT CTAS POR COBRAR DEL GRUPO	109,444	0	0	0.0	0	-109,444	IMPUESTOS POR PAGAR	1,664	0	0	0.0	0	(1,664)
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	342	0	0	0.0	0	-342	PROVISIONES	6,543	0	0	0.0	0	(4,543)
INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO	3,372	0	0	0.0	0	-3,372	GASTOS ACUMULADOS	0	0	0	0.0	0	0
ALMACEN DE REFACCIONES	537	0	0	0.0	0	-537	ACREEDORES DIVERSOS	1,633	0	0	0.0	0	(1,633)
REMANENCIA EN TRANSITO	127	0	0	0.0	0	-127	CUENTAS POR PAGAR A SUBSIDIARIAS	105,912	0	0	0.0	0	(105,912)
REEXPRESION DE INVENTARIOS	0	0	0	0.0	0	0	CUENTAS POR PAGAR A AFILIADAS	0	0	0	0.0	0	0
TOTAL DE INVENTARIOS	4,178	0	0	0.0	0	-4,178	DIVIDENDOS POR PAGAR	0	0	0	0.0	0	0
PAGOS ANT. C.P.	0	0	0	0.0	0	0	PASIVO A CORTO PLAZO	117,842	0	0	0.0	0	(117,842)
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	150,861	0	0	0.0	0	-150,861							
INVERSIONES EN ACCIONES	0	0	0	0.0	0	0							
TERRENOS	0	0	0	0.0	0	0	PASIVO A LARGO PLAZO						
REVAL. DE TERRENOS	0	0	0	0.0	0	0	PRESTAMOS BANCARIOS	0	0	0	0.0	0	0
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES	0	0	0	0.0	0	0	OTROS FINANCIAMIENTOS NO BANCARIOS	0	0	0	0.0	0	0
REVAL. DE EDIFICIOS Y CONST.	0	0	0	0.0	0	0	ARRENDAMIENTO FINANCIERO	0	0	0	0.0	0	0
MEJORAS A INMUEBLES ARRENDADOS	1,898	0	0	0.0	0	-1,898	OTRAS PROVISIONES A LARGO PLAZO	1,272	0	0	0.0	0	(1,272)
REVAL. MEJORAS DE INMUEB. ARREND.	2,859	0	0	0.0	0	-2,859	DOCUMENTOS POR PAGAR OTROS	0	0	0	0.0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0	0	0.0	0	0							
REVAL. DE MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0	0	0.0	0	0	PASIVO A LARGO PLAZO	1,272	0	0	0.0	0	(1,272)
EQUIPO DE TRANSPORTE	419	0	0	0.0	0	-419	BOTELLAS Y CAJAS DE TERCEROS	0	0	0	0.0	0	0
REVAL. DE EQUIPO DE TRANSPORTE	213	0	0	0.0	0	-213	CREDITOS DIFERIDOS	4,835	0	0	0.0	0	4,835
OTROS ACTIVOS	2,343	0	0	0.0	0	-2,343	SUMA EL PASIVO	112,119	0	0	0.0	0	(112,119)
REVAL. DE OTROS ACTIVOS	3,255	0	0	0.0	0	-3,255							
OBRAS EN PROCESO	0	0	0	0.0	0	0							
REVAL. DE OBRAS EN PROCESO	0	0	0	0.0	0	0							
TOTAL ACTIVO FLO HISTORICO	4,408	0	0	0.0	0	-4,408							
TOTAL REVAL. DE ACTIVO FLO	6,357	0	0	0.0	0	-6,357							
DEPREC.ACUM.HISTORICA	-2,451	0	0	0.0	0	2,451							
DEPREC.ACUM.REVALUADA	-3,498	0	0	0.0	0	3,498							
TOTAL DEPREC. ACUMULADA	-5,949	0	0	0.0	0	5,949							
TOTAL ACTIVO FLO NETO HISTORICO	1,549	0	0	0.0	0	-1,549							
TOTAL ACTIVO FLO NETO REVALUADO	2,858	0	0	0.0	0	-2,858							
BOTELLAS Y CAJAS	3,875	0	0	0.0	0	-3,875	CAPITAL CONTABLE						
ENVASE EN CIRCULACION	0	0	0	0.0	0	0	CAPITAL SOCIAL	24,020	0	0	0.0	0	(24,020)
DEPOSITOS DE CLIENTES EN GARANTIA	0	0	0	0.0	0	0	ACTUALIZACION DE CAPITAL	23,244	0	0	0.0	0	(23,244)
DEPRECIACION DE BOTELLAS Y CAJAS	1,842	0	0	0.0	0	-1,842	APORT.FUTUROS AJUSTES DICAPITAL	0	0	0	0.0	0	0
REVAL. DE BOTELLAS Y CAJAS	625	0	0	0.0	0	-625	UTILIDADES ACUMULADAS	-2,135	0	0	0.0	0	2,135
CARGOS DIFERIDOS	7,458	0	0	0.0	0	-7,458	RESULTADO POR ACTUALIZACION	3,296	0	0	0.0	0	(3,296)
AMORTIZACION DE CARGOS DIFERIDOS	0	0	0	0.0	0	0	RESULTADO DEL EJERCICIO	9,883	0	0	0.0	0	(9,883)
INTRODUCCION DE ENVASE	4,375	0	0	0.0	0	-4,375							
REVAL. DE CARGOS DIFERIDOS	0	0	0	0.0	0	0	SUMA EL CAPITAL CONTABLE	54,221	0	0	0.0	0	(54,221)
SUMA EL ACTIVO	170,341	0	0	0.0	0	-170,341	SUMA EL PASIVO Y CAPITAL	170,341	0	0	0.0	0	(170,341)

1. Modelo de Situación Financiera para la entidad tomando en cuenta el método de porcentajes integrales.



EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO DEL ESTADO DE RESULTADOS MES X 2001  
 (MILES DE PESOS)

CUADRO 1				CUADRO 2												
REAL		M E S		PLAN		VARIACION		CONCEPTO	REAL		A C U M U L A D O			VARIACION		
2000	%	REAL 2001	%	2001	%	M	%		2000	%	2001	%	PLAN	%	M	%
83		0		94		-	0.0	VOL. VENTAS . TOTAL	83		0		0		-	0.0
		0		0		(94)	(100.0)					94		(94)	(100.0)	
		0		0		-	0.0					0		-	0.0	
83		0		94		(94)	(100.0)	VOL. VENTAS 8 OZ. TERCEROS	83		0		94		(94)	(100.0)
5,383	100.0	0	0.0	6,868	100.0	(6,868)	(100.0)	VENTAS A TERCEROS	5,383	100.0	0	0.0	6,868	100.0	(6,868)	(100.0)
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	VENTAS INTERCOMPAÑIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
5,383	100.0	0	0.0	6,868	100.0	(6,868)	(100.0)	INGRESOS BRUTOS	5,383	100.0	0	0.0	6,868	100.0	(6,868)	(100.0)
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	DESCUENTOS PARTICIPABLES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
591	11.0	0	0.0	625	9.1	625	100.0	DESCUENTOS N/PARTICIPABLES	591	11.0	0	0.0	625	9.1	625	100.0
591	11.0	0	0.0	625	9.1	625	100.0	TOTAL DE DESCUENTOS	591	11.0	0	0.0	625	9.1	625	100.0
4,792	89.0	0	0.0	6,243	90.9	(6,243)	(100.0)	INGRESOS NETOS	4,792	89.0	0	0.0	6,243	90.9	(6,243)	(100.0)
1,833	34.0	0	0.0	2,453	35.7	2,453	100.0	COSTO DE VENTAS	1,833	34.0	0	0.0	2,453	35.7	2,453	100.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	COSTO DE VENTAS INTERCOMPAÑIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
1,833	34.0	0	0.0	2,453	35.7	2,453	100.0	TOTAL COSTO DE VENTAS	1,833	34.0	0	0.0	2,453	35.7	2,453	100.0
401	7.5	0	0.0	433	6.3	433	100.0	COMISIONES	401	7.5	0	0.0	433	6.3	433	100.0
141	2.6	0	0.0	155	2.3	155	100.0	PRESTACIONES	141	2.6	0	0.0	155	2.3	155	100.0
13	0.3	0	0.0	14	0.2	14	100.0	ROTURA	13	0.3	0	0.0	14	0.2	14	100.0
151	2.8	0	0.0	177	2.6	177	100.0	COMBUSTIBLE	151	2.8	0	0.0	177	2.6	177	100.0
707	13.1	0	0.0	779	11.3	779	100.0	GASTOS VARIABLES DE VENTA	707	13.1	0	0.0	779	11.3	779	100.0
2,253	41.8	0	0.0	3,012	43.8	(3,012)	(100.0)	CONTRIBUCION MARGINAL	2,253	41.8	0	0.0	3,012	43.8	(3,012)	(100.0)
(3)	(0.0)	0	0.0	0	0.0	-	0.0	OTROS INGRESOS	(3)	(0.0)	0	0.0	0	0.0	-	0.0
56	1.0	0	0.0	82	1.2	82	100.0	PRODUCCION	56	1.0	0	0.0	82	1.2	82	100.0
1,100	20.4	0	0.0	1,011	14.7	1,011	100.0	VENTAS Y DISTRIBUCION	1,100	20.4	0	0.0	1,011	14.7	1,011	100.0
105	2.0	0	0.0	109	1.6	109	100.0	ADMINISTRACION	105	2.0	0	0.0	109	1.6	109	100.0
1,258	23.4	0	0.0	1,202	17.5	1,202	100.0	TOTAL GASTOS FIJOS TERCEROS	1,258	23.4	0	0.0	1,202	17.5	1,202	100.0
995	18.5	0	0.0	1,810	26.3	(1,810)	(100.0)	U. A. V. INT. Y GA. ME.	995	18.5	0	0.0	1,810	26.3	(1,810)	(100.0)
158	2.9	0	0.0	170	2.5	170	100.0	GASTOS DE MERCADO	158	2.9	0	0.0	170	2.5	170	100.0
29	0.5	0	0.0	17	0.2	(17)	(100.0)	RECUPERACION GTOS MDO	29	0.5	0	0.0	17	0.2	(17)	(100.0)
128	2.4	0	0.0	153	2.2	153	100.0	SUBTOTAL NETO GTOS MERCADO	128	2.4	0	0.0	153	2.2	153	100.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	PLANES ESPECIALES MERCADO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	RECUP. PLANES ESPECIALES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	SUBTOTAL NETO DE PLAN ESP.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	RECUP. INFRAESTRUCTURA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
128	2.4	0	0.0	153	2.2	153	100.0	TOTAL NETO GTOS.MDO Y ESP.	128	2.4	0	0.0	153	2.2	153	100.0
866	16.1	0	0.0	1,657	24.1	(1,657)	(100.0)	UTILIDAD A / VIRTUALES, Y RENTAS IN	866	16.1	0	0.0	1,657	24.1	(1,657)	(100.0)

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO DEL ESTADO DE RESULTADOS MES X 2001  
 (MILES DE PESOS)

HOJA 2 / 2

REAL		M E S		PLAN		VARIACION		CONCEPTO	A C U M U L A D O				VARIACION			
2000	%	REAL 2001	%	2001	%	MPORTE	%		2000	%	2001	%	PLAN	%	MPORTE	%
100	1.9	0	0.0	110	1.6	110	100.0	AMORT.EXCLUSIVAS Y ENFRIADORES	100	1.9	0	0.0	110	1.6	110	100.0
100	1.9	0	0.0	110	1.6	110	100.0	TOTAL AMORT.BOTELLAS Y PLAS.	100	1.9	0	0.0	110	1.6	110	100.0
24	0.4	0	0.0	55	0.8	55	100.0	DEPRECIACION HISTORICA	24	0.4	0	0.0	55	0.8	55	100.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	DEPRECIACION ACTUALIZADA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
24	0.4	0	0.0	55	0.8	55	100.0	TOTAL DEPREC.HIST./ACTUALIZ.	24	0.4	0	0.0	55	0.8	55	100.0
92	1.7	0	0.0	116	1.7	116	100.0	VENTAS Y DISTRIB.SUBS.	92	1.7	0	0.0	116	1.7	116	100.0
131	2.4	0	0.0	149	2.2	149	100.0	ADMINISTRACION SUBSIDIARIAS	131	2.4	0	0.0	149	2.2	149	100.0
223	4.1	0	0.0	265	3.9	265	100.0	TOTAL GTOS FIJOS SUBSIDIARIAS	224	4.2	0	0.0	265	3.9	265	100.0
5	0.1	0	0.0	0	0.0	-	0.0	OTROS INGRESOS SUBS.	5	0.1	0	0.0	0	0.0	-	0.0
525	9.7	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)	UTILIDAD DE OPERACION	545	10.1	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	PROD. FINANCIEROS TERCEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	PROD. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	UTILIDAD EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	TOTAL PRODUCTOS FINANCIEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	GTOS. FINANCIEROS TERCEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	GTOS. FINANCIEROS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	PERDIDA EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	RESULTADO POSICION MONET.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	COSTO INTEGRAL DE FINANC.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
545	10.1	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	545	10.1	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	I.S.R.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	I.M.P.A.C.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0	P.T.U.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-	0.0
545	10.1	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)	RESULTADO DEL EJERCICIO	545	10.1	0	0.0	1,227	17.9	(1,227)	(100.0)

1. En este Modelos se hace referencia al año anterior, lo real de cada mes se compara con el presupuesto, para analizar las posibles variaciones que haya al respecto.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO ESTADISTICO POR TRIMESTRE DEL ESTADO DE RESULTADO DEL AÑO X  
 (MILES DE PESOS)

HOJA 1/2

CONCEPTO	1er TRIMESTRE		2do. TRIMESTRE		3er TRIMESTRE		4to TRIMESTRE		TOTAL ANUAL	
	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%
VOL. VENTAS 8 OZ. TOTAL	0		0		0		0		0	
VOL. VENTAS 8 OZ. TERCE	0		0		0		0		0	
VENTAS A TERCEROS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
VENTAS INTERCOMPAÑ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
INGRESOS BRUTOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DESCUENTOS PARTICIPA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DESCUENTOS N/PARTIC	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL DE DESCUENTOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
INGRESOS NETOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COSTO DE VENTAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COSTO DE VENTAS INTE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL COSTO DE VENT	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COMISIONES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PRESTACIONES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ROTURA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COMBUSTIBLE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GASTOS VARIABLES DE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
CONTRIBUCION MARGI	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
OTROS INGRESOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PRODUCCION	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
VENTAS Y DISTRIBUCI	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ADMINISTRACION	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL GASTOS FIJOS TE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
U. A. V. INT. Y GA.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GASTOS DE MERCADO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUPERACION GTOS M	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL NETO GTOS M	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PLANES ESPECIALES ME	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. PLANES ESPECIA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL NETO DE PL	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RECUP. INFRASTRUCT	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL NETO GTOS.MDO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD A / VIRTUALE	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO ESTADISTICO POR TRIMESTRE DEL ESTADO DE RESULTADO DEL AÑO X  
 (MILES DE PESOS)

HOJA 2/2

CONCEPTO	1er TRIMESTRE		2do. TRIMESTRE		3er TRIMESTRE		DICIEMBRE		TOTAL	
	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPOR	%	IMPORT	%	IMPOR	%
AMORT.EXCLUSIVAS Y E	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL AMORT.BOTELL	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DEPRECIACION HISTORI	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DEPRECIACION ACTUAL	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL DEPREC.HIST/AC	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
VENTAS Y DISTRIB.SUBS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ADMINISTRACION SUBS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL GTOS FIJOS SUBS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
OTROS INGRESOS SUBS.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD DE OPERACIO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PROD. FINANCIEROS TER	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PROD. FINANCIEROS SUB	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL PRODUCTOS FINA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GTOS. FINANCIEROS TER	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
GTOS. FINANCIEROS SUB	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PERDIDA EN CAMBIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL GASTOS FINANCI	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RESULTADO POSICION M	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
COSTO INTEGRAL DE FIS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD ANTES DE IMP	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
I.S.R.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
I.M.P.A.C.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
P.T.U.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
RESULTADO DEL EJERC	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

1 Este modelo visualiza el trimestre para analizarlo.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO ESTADISTICO DEL ESTADO DE RESULTADO POR MES DEL AÑO X.  
 (MILES DE PESOS)

HOJA 1/2

CONCEPTO	ENERO IMPOR %	FEBRERO IMPOR %	MARZO IMPOR %	ABRIL IMPOR %	MAYO IMPOR %	JUNIO IMPOR %	JULIO IMPOR %	AGOSTO IMPOR %	SEPTIEMBRE IMPOR %	OCTUBRE IMPOR %	NOVIEMBRE IMPOR %	DECIEMBRE IMPOR %	TOTAL IMPOR %
VOL.VENTAS C.FISICAS T	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VOL.VENTAS 8 OZ. TERC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A TERCEROS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
VENTAS INTERCOMPAÑI	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
INGRESOS BRUTOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
DESCUENTOS PARTICIPA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
DESCUENTOS N/PARTICIP	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL DE DESCUENTOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
INGRESOS NETOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
COSTO DE VENTAS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
COSTO DE VENTAS INTER	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL COSTO DE VENTA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
COMISIONES	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PRESTACIONES	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
ROTURA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
COMBUSTIBLE	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
GASTOS VARIABLES DE V	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
CONTRIBUCION MARGIN	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
OTROS INGRESOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PRODUCCION	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
VENTAS Y DISTRIBUCION	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
ADMINISTRACION	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL GASTOS FIJOS TR	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
U. A. V. INT. Y GA.	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
GASTOS DE MERCADO	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
RECUPERACION GOTOS M	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
SUBTOTAL NETO GOTOS M	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PLANES ESPECIALES MER	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
RECUP. PLANES ESPECIAL	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
SUBTOTAL NETO DE PLA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
RECUP. INFRAESTRUCTU	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL NETO GOTOS.MDO	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
UTILIDAD A VIRTUALES	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO ESTADISTICO DEL ESTADO DE RESULTADO POR MES DEL AÑO X.  
 (MILES DE PESOS)

HOJA 2/2

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	IMPOR %	IMPORT %	IMPORT %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPOR %	IMPORT %	IMPOR %	IMPOR %
AMORT.EXCLUSIVAS Y F	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL AMORT.BOTELLA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
DEPRECIACION HISTORI	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
DEPRECIACION ACTUAL	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL DEPREC.HIST/A	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
VENTAS Y DISTRIB.S/BS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
ADMINISTRACION SUBS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL GTOS FIJOS SUBS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
OTROS INGRESOS SUBS.	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
UTILIDAD DE OPERACION	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PROD. FINANCIEROS TER	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PROD. FINANCIEROS SUB	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
UTILIDAD EN CAMBIOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL PRODUCTOS FINA	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
GTOS. FINANCIEROS TER	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
GTOS. FINANCIEROS SUB	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
PERDIDA EN CAMBIOS	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
TOTAL GASTOS FINANCI	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
RESULTADO POSICION M	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
COSTO INTEGRAL DE FIN	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
UTILIDAD ANTES DE IMP	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
I.S.R.	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
I.M.P.A.C.	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
P.T.U.	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
RESULTADO DEL EJERC	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

1 Este modelo visualiza con un panorama general por mes para ver su comportamiento y para analizarlo.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO DE DESCUENTOS DEL AÑO X.

(MILES DE PESOS)

DESCUENTOS MES	INGRESOS		DESCUENTOS		VARIACION		% SOBRE INGRESOS			ACUMULADO			% SOBRE INGRESOS					
	REAL	PLAN	REAL	PLAN	IMPORTE	%	REAL	PLAN	VAR.	REAL	PLAN	REAL	PLAN	IMPORTE	%	REAL	PLAN	VAR.
	ENERO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	1	1	1	1	0	0.0	100.0	100.0
FEBRERO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	2	2	2	2	0	0.0	100.0	100.0	0.0
MARZO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	3	3	3	3	0	0.0	100.0	100.0	0.0
ABRIL	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	4	4	4	4	0	0.0	100.0	100.0	0.0
MAYO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	5	5	5	5	0	0.0	100.0	100.0	0.0
JUNIO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	6	6	6	6	0	0.0	100.0	100.0	0.0
JULIO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	7	7	7	7	0	0.0	100.0	100.0	0.0
AGOSTO	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	8	8	8	8	0	0.0	100.0	100.0	0.0
SEPTIEMBRE	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	9	9	9	9	0	0.0	100.0	100.0	0.0
OCTUBRE	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	10	10	10	10	0	0.0	100.0	100.0	0.0
NOVIEMBRE	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	11	11	11	11	0	0.0	100.0	100.0	0.0
DICIEMBRE	1	1	1	1	0	0.0	100.00	100.0	0.0	12	12	12	12	0	0.0	100.0	100.0	0.0
TOTAL	12	12	12	12	0	0.0	100.00	100.0	0.0									

1. Se considera 1 En Ingresos real y plan, ya que tiene vinculos automaticos..

## MODELO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS

MES : X DEL AÑO X.

(MILES DE PESOS)

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BE

	MESES ANTERIORES				MES				VARIACION				ACUMULADO				VARIACION			
	NOV.	%	DIC.	%	X	%	PLAN	%	MPORTE	%	REAL	PLAN	%	IMPORTE	%					
NUMERO DE PERSONAL																				
CONFIANZA	16		16		0		16		16	100.0	0		16		16	100.0				
SINDICALIZADO	9		9		0		9		9	100.0	0		9		9	100.0				
TOTAL	25		25		0		25		25	100.0	0		25		25	100.0				
NOMINAS	305	60.4	307	61.5	0	0.0	275	51.7	275	100.0	0	0.0	275	51.7	275	100.0				
TIEMPO EXTRA	16	5.2	14	4.4	0	0.0	27	9.8	27	100.0	0	0.0	27	9.8	27	100.0				
INCENTIVOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
PRESTACIONES	184	60.3	179	58.2	0	0.0	230	83.6	230	100.0	0	0.0	230	83.6	230	100.0				
SUBTOTAL	505	50.8	500	53.0	0	0.0	532	52.6	532	100.0	0	0.0	532	52.6	532	100.0				
ACTIVIDADES SOC. Y DEP.	43	4.4	1	0.1	0	0.0	3	0.3	3	100.0	0	0.0	3	0.3	3	100.0				
UNIFORMES Y ART. DE SEG.	22	2.2	22	2.4	0	0.0	22	2.2	22	100.0	0	0.0	22	2.2	22	100.0				
SEGUROS	42	4.3	45	4.8	0	0.0	32	3.2	32	100.0	0	0.0	32	3.2	32	100.0				
HONORARIOS	48	4.8	49	5.2	0	0.0	58	5.8	58	100.0	0	0.0	58	5.8	58	100.0				
FLETES	4	0.4	3	0.3	0	0.0	2	0.2	2	100.0	0	0.0	2	0.2	2	100.0				
RENTAS TERCEROS	2	0.2	2	0.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
REPARACION Y MANTTO:																				
FLOTA	172	17.3	170	18.0	0	0.0	209	20.7	209	100.0	0	0.0	209	20.7	209	100.0				
EQUIPO DE EMBOTELLADO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
EQUIPO (REP. MAYORES)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
INMUEBLES ARRENDADOS	0	0.0	2	0.2	0	0.0	27	2.7	27	0.0	0	0.0	27	2.7	27	0.0				
ARTICULOS DE LIMPIEZA	2	0.2	7	0.8	0	0.0	2	0.2	2	100.0	0	0.0	2	0.2	2	100.0				
COMBUSTIBLE	3	0.3	2	0.2	0	0.0	3	0.3	3	100.0	0	0.0	3	0.3	3	100.0				
GASTOS DE VIAJE Y TRANSP.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.1	1	100.0	0	0.0	1	0.1	1	100.0				
PAPELERIA Y ART. DE ESCRIT.	11	1.1	10	1.1	0	0.0	16	1.6	16	100.0	0	0.0	16	1.6	16	100.0				
ROTURA DE PLASTICOS	0	0.0	14	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
DIFERENCIA EN INVLNTARIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
OTROS	140	14.1	115	12.2	0	0.0	102	10.1	102	100.0	0	0.0	102	10.1	102	100.0				
GASTOS FIJOS TERCEROS	994	100.0	943	100.0	0	0.0	1,011	100.0	1,011	100.0	0	0.0	1,011	100.0	1,011	100.0				
RENTAS SUBSIDIARIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
GASTOS FIJOS SUBSIDIARIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0				
TOTAL GASTOS FIJOS	994	100.0	943	100.0	0	0.0	1,011	100.0	1,011	100.0	0	0.0	1,011	100.0	1,011	100.0				



MODELO DE GASTOS FIJOS DE VENTAS  
 INTEGRACION DE OTROS  
 MES: X DEL AÑO X.  
 (MILES DE PESOS)

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

	MESES ANTERIORES				M E S					ACUMULADO				VARIACION		
	NOV.	%	DIC.	%	X	%	PLAN	%	MPORTE	%	REAL	%	PLAN	%	IMPORTE	%
CONSUMO DE PRODUCTO	6	4.5	7	5.7	0	0.0	7	6.9	7	100.0	0	0.0	7	6.9	7	100.0
CURSOS Y SEMINARIOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.1	0	100.0	0	0.0	0	0.1	0	100.0
TEL.,TELEX,CORREOS Y TELEGR.	10	7.1	9	7.5	0	0.0	9	8.7	9	100.0	0	0.0	9	8.7	9	100.0
SERVICIO ELECTRICO	9	6.2	15	13.1	0	0.0	11	10.8	11	100.0	0	0.0	11	10.8	11	100.0
AGUA	5	3.7	3	2.6	0	0.0	6	5.5	6	100.0	0	0.0	6	5.5	6	100.0
FOTOCOPIAS	1	0.9	1	1.0	0	0.0	3	2.9	3	100.0	0	0.0	3	2.9	3	100.0
CUOTAS Y SUSCRIPCIONES	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.1	0	100.0	0	0.0	0	0.1	0	100.0
REP. Y MANTTO. EQ. COMPUTO	0	0.0	31	26.8	0	0.0	1	1.0	1	100.0	0	0.0	1	1.0	1	100.0
REP. Y MANTTO. EQ. OFICINA	2	1.2	6	5.4	0	0.0	11	11.1	11	100.0	0	0.0	11	11.1	11	100.0
REP. Y MANTTO. EQ. TARIMAS	30	21.8	17	14.8	0	0.0	0	0.1	0	100.0	0	0.0	0	0.1	0	100.0
AMORTIZACION COMPRA TARIMA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ATENCIONES Y ALIMENTACION	1	0.8	1	1.1	0	0.0	1	1.3	1	100.0	0	0.0	1	1.3	1	100.0
INDEMNIZACIONES	18	12.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
LICENCIAS Y PLACAS	30	21.5	0	0.0	0	0.0	30	29.9	30	100.0	0	0.0	30	29.9	30	100.0
MULTAS Y RECARGOS	5	3.6	8	7.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
NO DEDUCIBLES	11	7.7	4	3.1	0	0.0	1	1.0	1	100.0	0	0.0	1	1.0	1	100.0
DONATIVOS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
OTROS IMPUESTOS Y DERECHOS	0	0.3	1	0.7	0	0.0	1	1.0	1	100.0	0	0.0	1	1.0	1	100.0
GASTOS VARIOS <u>DETALLAR</u>	1	1.0	3	2.3	0	0.0	10	9.8	10	100.0	0	0.0	10	9.8	10	100.0
RVA. CTAS. INCOBRABLES	10	7.2	10	8.7	0	0.0	10	9.8	10	100.0	0	0.0	10	9.8	10	100.0
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>100.0</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

I. En este Modelo visualizamos dos meses anteriores noviembre y diciembre del año 2000 para ver su comportamiento, así como el mes actual en este caso sería el mes de enero del 2001, se compara con el Presupuesto, ver las posibles variaciones que haya.

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.

MODELO DE COMISIONES Y PRESTACIONES

VARIABLES DE VENTA

MES: X AÑO X.

(MILES DE PESOS)

ACUMULADO

CONCEPTO	REAL 2001		PLAN 2001		VARIACION IMPORTE		INTEGRACION DE LA VARIACION VOLUMEN		REAL 2001		PLAN 2001		VARIACION IMPORTE		INTEGRACION DE LA VARIACION VOLUMEN	
		%		%		%		%		%		%		%		%
VOLUMEN REFRESCO (cajas fise)	1		94,095		94,094	9,409,400.0			1		94,095		94,094	9,409,400.0		
VOLUMEN GARRAFON					0	0.0							0	0.0		
PLAZAS	0		68						0		68					
COMISIONES REFRESCO	0		402		(402)	0.0	0	0.0	0		402		(402)	0.0	0	0.0
PREMIO DE PUNTUALIDAD	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
COMPENSACION	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
PRIMA DOMINICAL	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
VACACIONES TRABAJADAS	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
DESCANSOS TRABAJADOS	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
OTROS (DETALLAR)	0		11		(11)	0.0	0	0.0	0		31		(31)	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0		433		(433)	0.0	0	0.0	0		433		(433)	0.0	0	0.0
HORAS EXTRAS	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
INCENTIVOS	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0		0		0	0.0	0	0.0	0		0		0	0.0	0	0.0
TOTAL COMISIONES	1	100.0	433	100.0	(432)	(43,200.0)	0	0.0	(433)	(43,300.0)	1	100.0	433	100.0	(432)	(43,200.0)
PRIMA VACACIONAL	0	0.2	3	0.7	(3)	0.0	0	0.0	(3)	0.0	0	0.0	3	0.7	(3)	0.0
AGUINALDO	0	7.6	35	8.1	(35)	0.0	0	0.0	(35)	0.0	0	0.0	35	8.1	(35)	0.0
PRIMA DE ANTIGUEDAD (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
FONDO DE AHORRO (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
VALES DE DESPENSA (%)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
OTROS (DETALLAR)	0	1.0	5	1.2	(5)	0.0	0	0.0	(5)	0.0	0	0.0	5	1.2	(5)	0.0
SUBTOTAL	0	8.9	43	9.9	(43)	0.0	0	0.0	(43)	0.0	0	0.0	43	9.9	(43)	0.0
I.M.S.S.	0	18.2	75	17.3	(75)	0.0	0	0.0	(75)	0.0	0	0.0	75	17.3	(75)	0.0
INFONAVIT	0	4.0	17	3.9	(17)	0.0	0	0.0	(17)	0.0	0	0.0	17	3.9	(17)	0.0
SAR	0	1.6	9	2.1	(9)	0.0	0	0.0	(9)	0.0	0	0.0	9	2.1	(9)	0.0
EDUCACION 1*	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2* SOBRE NOMINA	0	1.7	8	1.8	(8)	0.0	0	0.0	(8)	0.0	0	0.0	8	1.8	(8)	0.0
IMPORTE SOBRE NOMINA EST	0	0.7	3	0.7	(3)	0.0	0	0.0	(3)	0.0	0	0.0	3	0.7	(3)	0.0
OTROS (DETALLAR)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0	26.3	112	25.9	(112)	0.0	0	0.0	(112)	0.0	0	0.0	112	25.9	(112)	0.0
TOTAL PRESTACIONES	0	35.1	155	35.8	(155)	0.0	0	0.0	(155)	0.0	0	0.0	155	35.8	(155)	0.0
TOTAL COMISIONES Y PRESTA	0		588		(588)	0.0	0	0.0	(588)	0.0	0		588		(588)	0.0

1 En este Modelo de Comisiones se compara el real con el presupuesto para ver las posibles variaciones, así como también cuanto llevamos en el acumulado.

MODELO DE SUELDOS Y PRESTACIONES  
(MILES DE PESOS)

MES: A AÑO X.

FIJOS DE VENTA

ACUMULADO

CONCEPTO	REAL		PLAN		VARIACION		INTEGRACION DE LA VARIACION		REAL	PLAN		VARIACION		INTEGRACION DE LA VARIACION		
	2001	%	2001	%	IMPORTE	%	LANTILLA	%		2001	%	IMPORTE	%	LANTILLA	%	ALARIO
PLAZAS	1		25		24	2,400.0			1		25		24	2,400.0		
SALARIOS	0		252		(252)	0.0	0	0.0	(252)	0.0	0	0.0	(252)	0.0	0	0.0
COMPENSACION	0		0		0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PRIMA DOMINICAL	0		0		0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
VACACIONES TRABAJADAS	0		0		0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
DESCANSOS TRABAJADOS	0		0		0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
PREMIO ASISTENCIA PUNTUAL	0		15		(15)	0.0	0	0.0	(15)	0.0	0	0.0	(15)	0.0	0	0.0
OTROS (P.T.U.)	0		7		(7)	0.0	0	0.0	(7)	0.0	0	0.0	(7)	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0		275		(275)	0.0	0	0.0	(275)	0.0	0	0.0	(275)	0.0	0	0.0
HORAS EXTRAS	0		27		(27)	0.0	0	0.0	(27)	0.0	0	0.0	(27)	0.0	0	0.0
INCENTIVOS	0		0		0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0		27		(27)	0.0	0	0.0	(27)	0.0	0	0.0	(27)	0.0	0	0.0
TOTAL SALARIOS	1	100.0	302	100.0	(301)	(30,080.0)	0	0.0	(302)	(30,180.0)	0	0.0	(302)	(30,180.0)	0	0.0
PRIMA VACACIONAL	0	0.0	7	2.2	(7)	0.0	0	0.0	(7)	0.0	0	0.0	(7)	0.0	0	0.0
AGUINALDO	0	0.0	35	11.4	(35)	0.0	0	0.0	(35)	0.0	0	0.0	(35)	0.0	0	0.0
PRIMA DE ANTIGUEDAD ( **)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
FONDO DE AHORRO ( **)	0	0.0	40	13.1	(40)	0.0	0	0.0	(40)	0.0	0	0.0	(40)	0.0	0	0.0
VALES DE DESPENSA ( **)	0	0.0	40	13.1	(40)	0.0	0	0.0	(40)	0.0	0	0.0	(40)	0.0	0	0.0
FONDO DE AHORRO ( **)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0	0.0	120	39.8	(120)	0.0	0	0.0	(120)	0.0	0	0.0	(120)	0.0	0	0.0
I.M.S.S.	0	0.0	73	24.2	(73)	0.0	0	0.0	(73)	0.0	0	0.0	(73)	0.0	0	0.0
INFONAVIT	0	0.0	21	7.0	(21)	0.0	0	0.0	(21)	0.0	0	0.0	(21)	0.0	0	0.0
S.A.R.	0	0.0	8	2.7	(8)	0.0	0	0.0	(8)	0.0	0	0.0	(8)	0.0	0	0.0
EDUCACION **	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
** SOBRE NOMINA	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
IMPORTE SOBRE NOMINA EST	0	0.0	8	2.7	(8)	0.0	0	0.0	(8)	0.0	0	0.0	(8)	0.0	0	0.0
OTROS (DETALLAR)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
SUBTOTAL	0	0.0	110	36.4	(110)	0.0	0	0.0	(110)	0.0	0	0.0	(110)	0.0	0	0.0
TOTAL PRESTACIONES	0	0.0	230	76.2	(230)	0.0	0	0.0	(230)	0.0	0	0.0	(230)	0.0	0	0.0
TOTAL SALARIOS Y PRESTACIONES	0		532		(532)	0.0	0	0.0	(532)	0.0	0	0.0	(532)	0.0	0	0.0

EMPRESA : DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS GASEOSAS X.  
 MODELO DE GASTOS DE MERCADO/REPORTE FINANCIERO

(MILES DE PESOS)

CONCEPTOS	MES : X AÑO X				ACUMULADO			
	2001	PLAN	VAR'N	%	2001	PLAN	VAR'N	%
<b>MEDIOS</b>	-	117	117	100.0	-	117	117	100
Televisión Nacional	-	106	106	100.0	-	106	106	100
Televisión local	-	-	-	-	-	-	-	-
Radio	-	-	-	-	-	-	-	-
Prensa	-	11	11	100.0	-	11	11	100
<b>EXTERIORES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Anuncios Espectaculares	-	-	-	-	-	-	-	-
Pintura de Camiones	-	-	-	-	-	-	-	-
Anuncios Luminosos	-	-	-	-	-	-	-	-
Fachadas	-	-	-	-	-	-	-	-
Toldos / Sombrillas	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>P.O.P. INTERIOR</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>EVENTOS ESPECIALES</b>	-	4	4	100.0	-	4	4	100
Ferías	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	4	4	100.0	-	4	4	100
<b>PROMOCIONES</b>	-	24	24	100.0	-	24	24	100
Refreshing tour	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción Local	-	-	-	-	-	-	-	-
Push	-	18	18	100.0	-	18	18	100
Plan comidas	-	-	-	-	-	-	-	-
Artículos Promocionales	-	6	6	100.0	-	6	6	100
<b>MUESTREOS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de Muestreo	-	-	-	-	-	-	-	-
Producto	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>HERRAMIENTAS MERCADO</b>	-	6	6	100.0	-	6	6	100
Enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización de enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-
Racks / Hieleras	-	6	6	100.0	-	6	6	100
Post-Mix / Vending	-	-	-	-	-	-	-	-
Over Haul Enfriadores	-	-	-	-	-	-	-	-
Puestos / Mesas y Sillas	-	-	-	-	-	-	-	-
Renta de Espacios Vending	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FUERZA DE VENTAS</b>	-	19	19	100.0	-	19	19	100
Incentivos de Ventas	-	19	19	100.0	-	19	19	100
Incentivos Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-
Condor	-	-	-	-	-	-	-	-
Domingos y Dias Festivos	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Asociación Embotelladores</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Relanzamiento G.C.	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Recuperación</b>	-	17	17	100.0	-	17	17	100
<b>GRAN TOTAL</b>	-	153	153	100	-	153	153	100

## CONCLUSIONES.

Como se puede visualizar en el presente trabajo, y en la descripción del seguimiento en la elaboración de los presupuestos, se debe de destacar lo siguiente:

1. Al contar con un panorama general de que son los presupuestos, cuál es su propósito y su finalidad, se puede llevar a cabo la planeación necesaria para cada departamento determinado, cuál es la mejor estrategia a seguir en la implantación y en el mejoramiento o aplicación de los presupuestos.

2. En base al modelo implantado, es importante ejercer correctamente un control presupuestal que necesariamente se requiere comparar los resultados obtenidos en su aplicación o ejercicio con los resultados presupuestados; de éste modo se obtendrán variaciones o diferencias que deben analizarse para conocer sus fallas, así corregir oportunamente y estudiar su tendencia presentando principal atención a las cifras representativas que sirven de base para la toma de decisiones corregir políticas que no funcionan y así lograr los objetivos que se hayan fijado.

3. En la implantación del modelo presupuestal mediante políticas, manuales y una adecuada dirección en la empresa distribuidora de bebidas gaseosas, es importante, ya que involucra a todos los miembros de la empresa a colaborar unidos para lograr los objetivos propuestos evitando mermas, reduciendo los gastos limitandolos a lo presupuestado, disminuir considerablemente las variaciones entre lo "real" y lo presupuestado. ya que en la presentación del Modelo, permite llegar con éxito a obtener las utilidades planeadas.

4. Por último, la mayoría de las empresas públicas y privadas del país, realizarán un profundo análisis sobre la posibilidad de implantar un "Modelo financiero presupuestal" no importando su tamaño o capacidad económica, que bien se podría contar con mayores beneficios al poder determinar en forma anticipada cuál sería su resultado financiero y a la vez aplicar las medidas correctivas que se estimen necesarias.

## BIBLIOGRAFIA.

Moscato R. Donal,- Modelos financieros para la toma de decisiones: principios y métodos,- Editorial, Fondo Educativo Interamericano, 1993.

Bowlin Oswaldo D. ,- Análisis financiero,- Editorial McGraw Hill, 1998.

Hayme Levy Luis,- Planeación financiera en la empresa moderna,- Ediciones fiscales isef, 1997.

Moreno Fernández Joaquín,- Las finanzas de la empresa,- Ediciones Litográfica Ingramex S. A., 1996.

Saldívar Antonio,- Planeación financiera de la empresa ,- Editorial, Trillas, 1977.

Del Río Eduardo,- La droga que refresca ,- Editorial, Grijalbo, 1989.

Del Río González Cristóbal,- El presupuesto,- Editorial Ecasa, México 1988 1ª. Edición.

Burbano Ruíz Jorge E. , Ortiz Gómez Alberto,- Presupuestos,- Editorial, McGraw Hill, México 1995 1ª. Edición.

Basaña Eduardo J. ,- Temas de administración financiera ,- Ediciones, Macchi, 1999.

Díez de Castro Enrique, Fernández Juan Carlos ,- Distribución Comercial,- Editorial McGraw Hill, 1993.

Orlando Juan José, González Daniel Eduardo,- Distribución Marketing,- Ediciones Macchi, Buenos Aires Bogota, 1997.