



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Ciencias Económico-Administrativas
Licenciatura en Contaduría Pública



Alumno:

Luis Ángel González García

Profesor:

Cesar Andrés González Hernández

Unidad 1. Costos de Producción Conjunta

Asignatura:

Costos Predeterminados

Grupo:

6QLCP

Villahermosa, Tabasco a 20 de febrero de 2025

Contenido

Introducción	3
UNIDAD 1: Costos de producción conjunta.....	4
1.1. Características de la producción conjunta.....	4
1.2. Causas principales de la obtención de la producción conjunta.....	5
1.3. Conceptos de costo ecológico, producto principal, coproducto y subproducto. ..	5
Costo ecológico:	5
Productos principales:.....	5
Coproducto:	5
Subproducto:.....	6
1.4. Coproductos	6
1.4.1. Métodos para asignar los costos conjuntos a los coproductos:	6
1.4.2. Método basado en el número de coproductos	7
1.4.3. Método basado en volumen de producción	7
1.4.4. Método basado en el valor de venta	7
1.4.5. Método basado en el giro de la empresa.....	8
1.4.6. Determinación de costos de los coproductos	8
1.5. Subproductos	8
1.5.1. Métodos para contabilizar los subproductos	9
Categoría 1.....	9
Categoría 2:.....	10
1.5.2. Técnicas para obtención del costo	10
Mapa conceptual 1.4.5. Método basado en el giro de la empresa	11
Conclusión	12
Referencias	13

Introducción

El método basado en el giro de la empresa es una herramienta clave en la valuación de negocios, ya que permite establecer su valor de manera objetiva considerando las características y particularidades del sector en el que opera. En un entorno empresarial altamente competitivo y dinámico, la correcta valoración de una empresa es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, como fusiones, adquisiciones, inversiones y financiamiento. Este método se distingue de otros enfoques de valuación porque no se enfoca únicamente en los aspectos financieros internos de la empresa, sino que amplía su análisis para incluir factores externos, como las condiciones del mercado, la competencia, la rentabilidad del sector y las tendencias económicas.

En este informe se detallará el concepto del método basado en el giro de la empresa, su objetivo y los factores clave que influyen en su aplicación. Se explorarán los diferentes métodos utilizados para determinar el valor de una empresa dentro de su industria y se discutirán tanto las ventajas como las limitaciones de este enfoque. Al analizar estos aspectos, se busca comprender cómo este método proporciona una valuación más precisa y adaptada a la realidad del mercado, lo que permite a las empresas y a los inversionistas tomar decisiones informadas y estratégicas.

Asimismo, se abordará la importancia de contar con datos actualizados y confiables, ya que la precisión de este método depende en gran medida de la información disponible sobre el sector y las empresas comparables. Se destacará cómo el tipo de industria, el tamaño del negocio, la estructura de costos y la rentabilidad son elementos esenciales en este proceso de valuación. En última instancia, este informe busca ofrecer una visión integral sobre el método basado en el giro de la empresa, proporcionando un marco conceptual sólido para su aplicación en diferentes contextos empresariales.

UNIDAD 1: Costos de producción conjunta.

1.1. Características de la producción conjunta.

Un costo conjunto es un gasto que favorece a más de un producto, y para el cual no es posible separar la contribución a cada producto. El contador debe determinar un método consistente para asignarle costos conjuntos a los productos.

Las empresas que producen más de un producto deben comprender los conceptos contables, tales como el de costos conjuntos y comunes. Estas teorías demuestran las diferencias en la asignación de costos y ayudan a las empresas a pronosticar con precisión los costos y las ganancias.

Casi todos los fabricantes incurren en costos conjuntos en algún nivel del proceso de fabricación. También se puede definir como el costo de operación de los procesos de producción conjuntos, incluido la eliminación de residuos.

Es probable que los costos conjuntos ocurran en cierta medida en diferentes puntos de cualquier proceso de fabricación.

Es esencial asignar el costo conjunto a los diferentes productos conjuntos fabricados, para así poder determinar los costos de los productos individuales.

Los procesos conjuntos son procesos de producción en los cuales la creación de un producto también crea simultáneamente otros productos. Es un proceso en el cual una entrada produce múltiples salidas. (López, 2021)

1.2. Causas principales de la obtención de la producción conjunta.

1. Elaboración de artículos íntimamente ligados, relacionados de tal manera que la realización de unos es consecuencia de la información de otros.
2. Reducción de costos.
3. Determinar y fijar precios de venta.
4. Ampliación de mercados.
5. Diversificación de artículos.
6. Máxima utilización de la capacidad financiera.
7. Mayor aprovechamiento de recursos económicos y humanos. (Celoya)

1.3. Conceptos de costo ecológico, producto principal, coproducto y subproducto.

Costo ecológico:

Son los costos relacionados con la función de eliminar los efectos contaminantes por gases, humo, ruido, descargas residuales, desechos sólidos o líquidos, etc., de la planta fabril, así como de convertir los productos terminados en artículos que no dañen el medio ambiente. Su objetivo es armonizar el desarrollo industrial con el entorno natural y la conservación de los recursos.

Productos principales:

Su producción es la función principal de la compañía.

Coproducto:

Cuando de los insumos del proceso de producción (materia prima, mano de obra y cargos indirectos) se obtienen dos o más productos diferentes en forma simultánea y éstos se consideran de igual importancia, ya sea por las necesidades que cubren o por su valor comercial (en relación con la producción total), reciben el nombre de coproductos

Subproducto:

Cuando de los insumos del proceso de producción (materia prima, mano de obra y cargos indirectos) se obtienen dos o más productos diferentes en forma simultánea y uno de ellos se considera de importancia secundaria en relación con los productos principales, éste recibe el nombre de subproducto. (Colin)

1.4. Coproductos

A continuación, se presentan las características más relevantes de los coproductos:

- Utilizan insumos compartidos; es decir, se generan de manera simultánea a partir de la misma materia prima, mano de obra y cargos indirectos.
- Tienen una fase en el proceso de producción en que se separan en productos identificables y se pueden vender como tales o ser sometidos a procesos adicionales.

Tienen un procesamiento común simultáneo; es decir, ningún producto se puede producir en forma individual, sin que al mismo tiempo surjan los demás productos.

- Los productos conjuntos son el objeto fundamental de las operaciones fabriles.
- Todos se consideran de igual importancia, ya sea por las necesidades que cubren o por su valor comercial, en relación con la producción total. (Colin)

1.4.1. Métodos para asignar los costos conjuntos a los coproductos:

En la práctica, existen diversos métodos para asignar los costos conjuntos a los coproductos, por lo que es muy importante conocer a qué se dedica la empresa, para poder sugerir la más apropiada metodología de asignación. Así, por ejemplo, podemos decir que la industria de refinación de petróleo crudo, en términos generales, se dedica a la elaboración y comercialización de productos energéticos como gasolinas, querosinas, Diesel, combustóleo, etc. Otro ejemplo es la industria alimenticia del pollo, de la cual podemos decir que, en su última etapa, se dedica a vender carne de pollo, cuando se vende por piezas para consumo doméstico; por lo tanto, los métodos de asignación de los costos conjuntos a los coproductos que veremos son:

- Asignación con base en las unidades producidas (volumen de producción).
- Asignación con base en el precio de venta de mercado en el punto de separación.
- Asignación considerando a qué se dedica la empresa (usando unidades equivalentes de energía en el caso de la industria de refinación de petróleo crudo; contenido de carne, en el caso de la industria alimenticia del pollo, cuando se vende por piezas, etcétera). (Colin)

1.4.2. Método basado en el número de coproductos

Encontrar métodos que garanticen la asignación de costos conjuntos en la forma más razonable posible, a cada uno de los coproductos, generando alternativas de solución al problema de la distribución de los gastos de manufactura a los diferentes centros de costos, órdenes de producción y procesos de fabricación, desarrollando bases de designación lógicas que sustituyan la falta de identificación, asegurando que los gastos de manufactura se reflejaran en los productos terminados; permite determinar los costos unitarios respectivos. La dirección de la empresa debe tener cuidado al utilizar las asignaciones de los costos conjuntos a los coproductos para la toma de decisiones, ya que pueden proporcionar información engañosa por la mezcla de productos obtenidos. La asignación se puede utilizar para la determinación de los costos unitarios de los coproductos y para la elaboración de estados financieros, pero se debe ser cuidadoso en el manejo de la información, especialmente en los procesos de toma de decisiones por parte de la dirección empresarial, pues esta puede resultar engañosa. (FAEDIS)

1.4.3. Método basado en volumen de producción

En este método, los costos conjuntos se asignan a los coproductos considerando la cantidad de producción total obtenida utilizando la unidad de medida apropiada para homogenizar los resultados logrados; por lo tanto, la unidad de medición debe ser la misma para todos los coproductos obtenidos del proceso productivo. Los costos conjuntos se asignan a cada coproducto en proporción a la participación que cada uno de ellos tiene en la producción total (FAEDIS)

1.4.4. Método basado en el valor de venta

El enfoque de venta basado en el valor cambia el enfoque de simplemente impulsar los productos a comprender y abordar las necesidades únicas de cada cliente. Enfatiza el valor de una solución para un negocio, lo que permite a los equipos de ventas construir relaciones más sólidas, cerrar más tratos y generar lealtad del cliente a largo plazo. La adopción de un proceso de ventas basado en el valor se alinea perfectamente con los objetivos de un sitio web B2B, que generalmente tiene como objetivo educar, crear confianza con los prospectos y generar clientes potenciales. Con la venta basada en el valor, puedes convertir esos clientes potenciales en clientes reales.

1.4.5. Método basado en el giro de la empresa

Este modelo es un cambio significativo en la dirección o modelo de negocio de una empresa. Este giro suele ser una respuesta a la necesidad de adaptarse a nuevos mercados, productos o clientes, debido a que el enfoque original ya no es rentable o efectivo.

Cuando una empresa decide pivotar, está tomando la decisión de modificar alguno de sus aspectos clave, como su propuesta de valor, el mercado al que se dirige, los productos que ofrece o la forma en que los distribuye. El objetivo es encontrar una alternativa más exitosa que permita a la empresa prosperar en un entorno competitivo.

1.4.6. Determinación de costos de los coproductos

- Método de asignación proporcional de costos (Basado en la cantidad física): En este método, los costos son asignados a los coproductos según su volumen o cantidad física (peso, volumen, unidades producidas, etc.). Este enfoque es sencillo y se usa cuando los coproductos tienen una relación proporcional evidente.
- Método de asignación basado en el valor relativo de mercado: En este enfoque, los costos se asignan a los coproductos según su valor de mercado. Si uno de los coproductos tiene un valor significativamente mayor que otro, una mayor parte de los costos se le asignará al coproducto de mayor valor.
- Método del costo conjunto: Este método distribuye los costos entre los coproductos en función de los ingresos esperados de cada producto. Este enfoque es útil cuando los coproductos se venden a diferentes precios de mercado.

1.5. Subproductos

Los subproductos son aquellos productos de valor de venta limitado, elaborados de manera simultánea con productos de valor de venta mayor, conocidos como productos principales o productos conjuntos. Por lo general los productos principales se fabrican en mayor cantidad que los subproductos. Los subproductos son el resultado incidental al manufacturar productos principales. Los subproductos pueden resultar de la limpieza de productos principales o de la preparación de materias primas antes de su utilización en la manufactura de los productos principales, o pueden ser desechos que quedan después del procesamiento de los productos principales. Después de haber surgido junto con los productos conjuntos o principales en el punto de separación, los subproductos pueden venderse en el mismo

estado en que se produjeron inicialmente o someterse a procesamiento adicional antes de venderlos. (Acción Educa)

1.5.1. Métodos para contabilizar los subproductos

Como se ha mencionado, los subproductos, al igual que los productos conjuntos, se generan a partir de una materia prima común y/o de un proceso de manufactura común. Los costos conjuntos no son directamente asociables a los productos principales o a los subproductos. Puesto que los subproductos por lo general son de importancia secundaria en la producción, los métodos de asignación de costos difieren de aquellos empleados para los productos conjuntos.

Los métodos de costeo de subproductos se clasifican en dos categorías:

- Categoría 1: En la cual los subproductos se reconocen cuando se venden, y,
- Categoría 2: En la cual los subproductos se reconocen cuando se producen.

Categoría 1 Los subproductos se consideran de menor importancia y, por tanto, no se les registra en el ingreso hasta que se venden. El ingreso neto de los subproductos es igual al ingreso de las ventas reales menos cualquier costo real de procesamiento adicional y gastos administrativos y de mercadeo. El ingreso neto de los subproductos puede presentarse en el estado de ingresos como:

1. Una adición al ingreso, bien sea en la parte de “Otras Ventas” (Parte superior del Estado de Resultados) o en “Otros Ingresos” (Parte inferior del Estado de Resultados).
2. Una deducción del costo de los artículos vendidos del producto principal.

La gerencia tendría en cuenta el uso de uno de los métodos en la categoría 2, cuando el ingreso neto del subproducto sea significativo y, por tanto, los subproductos se consideran importantes. El valor esperado de los subproductos producidos se muestra en el estado de resultados como una deducción de los costos totales de producción, del producto principal producido. Por consiguiente, el costo unitario del producto principal se reduce por el valor esperado del subproducto manufacturado. Los siguientes métodos pueden emplearse para calcular el valor en pesos del subproducto que se deducirá de los costos totales de producción:

1. Método del valor neto realizable, y,
2. Método del costo de reversión.

Categoría 2:

- **Método del Valor Neto Realizable.** Bajo el método del valor neto realizable, el valor esperado de las ventas del subproducto producido se reduce por los costos esperados de procesamiento adicional y los gastos de administración y ventas. El valor neto realizable resultante del subproducto se deduce de los costos totales de producción del producto principal.
- **Método del Costo de Reversión.** El valor esperado del subproducto producido se reduce por los costos esperados de procesamiento adicional y la utilidad bruta normal del subproducto (o por los gastos de administración y ventas, y la utilidad neta). Este método se denomina del costo de reversión porque debe trabajarse hacia atrás a partir de la utilidad bruta para obtener el costo conjunto estimado del subproducto en el punto de separación.

1.5.2. Técnicas para obtención del costo

Hay dos formas principales de contabilizar los subproductos: el método de venta y el método de producción. El método de ventas trata los subproductos como si no tuvieran valor hasta que se venden, y luego reconoce los ingresos por ventas como una deducción de los costos conjuntos. El método de producción asigna una parte de los costos conjuntos a los subproductos en función de su valor neto realizable o alguna otra base, y luego reconoce los ingresos por ventas como una partida de ingresos separada. La elección de la contabilidad de subproductos puede afectar los ingresos y gastos informados, así como la valoración del inventario y el costo de los bienes vendidos.

Mapa conceptual 1.4.5. Método basado en el giro de la empresa



Conclusión

El método basado en el giro de la empresa representa una herramienta esencial para la valuación de negocios, ya que permite obtener un valor más preciso y ajustado a la realidad del mercado en el que opera la empresa. A lo largo de este informe, se ha analizado cómo este enfoque se basa en la comparación con empresas del mismo sector, el estudio de tendencias de la industria y la evaluación de factores específicos como la rentabilidad, los costos operativos y los activos. Estos elementos permiten que la valoración sea más representativa y útil para la toma de decisiones estratégicas, ya sea en procesos de compraventa, inversión o expansión empresarial.

Una de las principales ventajas de este método es su capacidad para considerar tanto las oportunidades como los riesgos del mercado, ofreciendo una visión más amplia del valor real de la empresa en comparación con otros métodos más internos y financieros. Sin embargo, también se ha evidenciado que su aplicación depende de la disponibilidad y calidad de los datos, lo que puede representar un desafío en sectores donde la información es escasa o poco confiable. Además, este enfoque puede no reflejar factores internos únicos de cada empresa, lo que puede llevar a valoraciones que no consideren completamente la diferenciación y ventajas competitivas del negocio en cuestión.

En conclusión, el método basado en el giro de la empresa es una herramienta valiosa en el análisis y valoración de negocios, pero debe ser complementado con otros enfoques para obtener una imagen más completa y precisa del valor de una organización. La combinación de este método con análisis internos y financieros permite una valoración más robusta, lo que facilita la toma de decisiones fundamentadas y estratégicas. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y en constante cambio, contar con una metodología de valuación que considere tanto factores internos como externos se convierte en un factor clave para el éxito y crecimiento de las empresas.

Referencias

Acción Educa. (s.f.). UNIDAD 3: COSTEO DE PRODUCTOS. Recuperado el 23 de Febrero de 2025, de https://www.accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/costos-conjuntos_1563976549.pdf

Celoya, F. G. (s.f.). Producción Conjunta. *Studocu*. Recuperado el 23 de Febrero de 2025, de https://www.perplexity.ai/search/causas-principales-de-la-obten-Whti3gi7QK.i_39Ik75tAw

Colin, J. G. (s.f.). *Contabilidad de costos*. Recuperado el 23 de Febrero de 2025, de <https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/biblioteca/04610b347a9b2fd064e457c4c124253a-Lectura%209.%20Costos%20de%20productos%20conjuntos.PDF>

FAEDIS. (s.f.). MÉTODOS PARA ASIGNAR LOS COSTOS CONJUNTOS A LOS. Recuperado el 23 de Febrero de 2025, de http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/contabilidad_de_costos/unidad_5/medios/documentacion/p7h3.pdf

López, S. M. (18 de Marzo de 2021). Producción conjunta, naturaleza y característica.

Prezi. Recuperado el 23 de Febrero de 2025, de

<https://prezi.com/p/zpyx95vu5ouj/produccion-conjunta-naturaleza-y-caracteristica/>