



UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO  
FACULTAD DE ODONTOLOGIA

**Aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle  
de Toluca en el periodo 2021B**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

**TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN PROTESIS BUCODENTAL**

PRESENTAN

**P.TSU.P.B.D. ROCIO MONTSERRAT MENDOZA LUNA**

**P.TSU.P.B.D. HEIDI JESSICA GARCIA RODRIGUEZ**

DIRECTORES DE TESIS

**M. EN C.E. PATRICIA ELIZABETH HERNÁNDEZ ROJAS**

**DR. EN E.P. DAVID EDUARDO VELÁZQUEZ MUÑOZ**

TOLUCA, MEXICO. 2021

## **RESUMEN**

El laboratorio dental, como cualquier empresa, ya sea pequeña o grande, representa una fuente de ingreso económico para el dueño y también para los trabajadores, por lo que, el manejo adecuado de los bienes económicos, humanos y materiales, es imprescindible para el correcto funcionamiento del mismo, lo que permitirá la supervivencia y éxito de la empresa. La aplicación del método administrativo, permite tener un control y mejor manejo de los diferentes elementos que integran a una empresa, lo que deriva en una mayor eficiencia del laboratorio dental. La presente investigación busca conocer el nivel de aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca en el periodo 2021B mediante un estudio observacional, descriptivo de corte transversal en el que se realizó un instrumento de evaluación integrado por: aplicación del método administrativo en el laboratorio dental y conocimientos sobre administración y los elementos que la integran. Este instrumento se aplicó mediante Google Forms a 30 voluntarios, quienes respondieron y autorizaron el uso de la información para esta investigación.

De acuerdo con los resultados, se estableció que con relación al supuesto de investigación de este trabajo, el nivel de aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca en el periodo 2021B es medio, aunque existen áreas cuya aplicación es mínima, con lo que se genera un desbalance en la aplicación de dicho método.

## INDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>RESUMEN</b> .....   | 2  |
| <b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....  | 5  |
| 1.1 APLICACIÓN DEL METODO ADMINISTRATIVO EN LOS LABORATORIOS DENTALES..... | 5  |
| 1.1.2 EMPRESA .....  | 5  |
| 1.1.3 ADMINISTRACIÓN .....   | 5  |
| 1.1.3.1 PLANEAR.....   | 6  |
| 1.1.3.2 ORGANIZAR.....   | 6  |
| 1.1.3.3 DIRIGIR .....  | 7  |
| 1.1.3.4 CONTROL.....   | 8  |
| 1.1.4 VENTAS.....  | 9  |
| 1.1.5 PRODUCTOS.....   | 9  |
| 1.1.6 UBICACIÓN.....   | 10 |
| 1.1.7 COMPETENCIA .....  | 10 |
| 1.1.8 CONTABILIDAD .....   | 11 |
| 1.1.8.1 INGRESOS .....   | 12 |
| 1.1.8.2 EGRESOS.....   | 12 |
| 1.1.8.3 LIBRO DE CAJA .....  | 12 |
| 1.1.8.4 UTILIDADES.....  | 13 |
| 1.1.8.5 BALANCE GENERAL.....   | 13 |
| 1.1.8.6 PUNTO DE EQUILIBRIO .....  | 14 |
| 1.1.8.7 PRECIOS .....  | 15 |
| 1.1.8.8 PRESUPUESTOS.....  | 16 |
| <b>2. ANTECEDENTES</b> .....   | 17 |
| <b>3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....                                 | 18 |
| <b>4. JUSTIFICACIÓN</b> .....  | 19 |
| <b>5. SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....                                  | 20 |
| <b>6. OBJETIVOS</b> .....  | 21 |
| <b>7. MATERIAL Y METODOS</b> .....   | 22 |
| <b>8. PROCEDIMIENTO</b> .....  | 23 |
| <b>9. IMPLICACIONES BIOÉTICAS</b> .....                                    | 24 |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b> | <b>26</b> |
| <b>11. RESULTADOS .....</b>                | <b>27</b> |
| <b>12. CONCLUSION .....</b>                | <b>34</b> |
| <b>13. SUGERENCIAS.....</b>                | <b>36</b> |
| <b>14. ANEXOS .....</b>                    | <b>37</b> |
| <b>15. REFERENCIAS .....</b>               | <b>41</b> |

# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1 APLICACIÓN DEL METODO ADMINISTRATIVO EN LOS LABORATORIOS DENTALES

El laboratorio dental, como cualquier empresa, ya sea pequeña o grande, representa una fuente de ingreso económico para el dueño y también para los trabajadores, por lo que, el manejo adecuado de los bienes económicos, humanos y materiales, es imprescindible para el correcto funcionamiento del mismo, lo que permitirá la supervivencia y éxito de la empresa.

El aplicar el método administrativo en el laboratorio dental permitirá estructurar al mismo y así conseguir la máxima eficiencia de dicha empresa.

Para aplicar el método administrativo, es importante conocer algunas definiciones que permitirán comprender cómo funciona y qué elementos lo integran.

### 1.1.2 EMPRESA

Desde el punto de vista social, el objetivo de la empresa es la creación de bienestar a la sociedad, mientras que desde el punto de vista económico su fin es producir bienes y servicios y llevarlos al mercado, donde son vendidos para obtener beneficios.<sup>1</sup>

Toda empresa está conformada por dos tipos de elementos:

A) Bienes materiales: Hacen referencia a todos los equipos, instalaciones y materiales que posee la empresa.

B) Capital humano: Son las personas que laboran en la empresa y que deben contar con una jerarquización.

### 1.1.3 ADMINISTRACIÓN

Es el proceso de llevar a cabo eficientemente las actividades de planificación, organización, dirección y control, mediante las personas, con el fin de lograr objetivos determinados.<sup>2</sup>

Desde hace 2500 años, la civilización China, estableció las bases de los procesos administrativos modernos y sus 4 pasos: planeación, organización, dirección o liderazgo y control. Algunos autores como Fayol, añaden el principio de instrucción y transforman el principio de liderazgo en coordinación, integrando así todas las actividades de la empresa.<sup>3</sup>

Dentro de la administración, es importante considerar la gestión, que se define como: El conjunto de actividades necesarias para asegurar la contribución y cooperación de todas las personas de una organización, de tal manera, que se alcancen los objetivos deseados.<sup>4</sup>

Por tanto, la administración es de vital importancia en cualquier empresa, sin importar su tamaño, ya que una buena administración facilita el sostenimiento y crecimiento de la empresa, al aumentar la eficiencia, la efectividad y la productividad.

#### 1.1.3.1 PLANEAR

De acuerdo a la Real Academia Española, planear se define como trazar o formar el plan de una obra.

Los planes permitirán determinar los objetivos de la empresa y a su vez, establecer los procedimientos que se realizarán para alcanzar las metas. Mediante la planeación se describirán las actividades de la empresa y también se conocerán las demandas del mercado.

La planeación contiene estrategias y políticas a largo plazo, con las que se busca alcanzar los objetivos generales de la empresa.

Después de realizar la planeación se consigue la creación de un proyecto, con lo que se podrá conocer el propósito de la empresa y crear así el método que se aplicará para lograr los objetivos.

En el laboratorio dental al realizar la planeación se deberán incluir todas las actividades realizadas, desde la compra de materia prima, el transporte utilizado, hasta el tiempo invertido en cada actividad, ya que el tener un tiempo bien designado a cada actividad nos permite lograr un buen control de las actividades, y sobre todo cumplir con los plazos de entrega.

#### 1.1.3.2 ORGANIZAR

Es un conjunto de reglas, cargos y comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa. Su función principal es disponer y coordinar todos los recursos disponibles, ya sean humanos, materiales y financieros.<sup>5</sup>

Para establecer esta organización de recursos humanos y conocer los puestos que existirán en la empresa, así como sus tareas y responsabilidades se puede utilizar un organigrama.

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de organización de una forma sencilla, simplificada y sintética, donde se diferencien los niveles de autoridad.<sup>6</sup>

Para organizar los recursos materiales se deberá realizar un inventario con todo el material disponible en el laboratorio y también conocer la cantidad de materia prima que se consume o se utiliza en determinado tiempo para poder establecer un balance entre lo que se compra y lo que se ocupa.

En cuanto a la organización financiera de la empresa, ésta se manejará mediante la contabilidad.

#### 1.1.3.3 DIRIGIR

Es la conducción de los recursos, en especial del talento humano, esta tarea corresponde al cuerpo de dirección, el cual debe definir objetivos, procesos, sistemas, estructuras y desarrollos de liderazgo con miras a alcanzar los objetivos planteados.<sup>7</sup>

Dentro de la dirección es importante tener bien definidas las reglas, los objetivos y los planes que se deberán seguir dentro del laboratorio. Esto facilitará a las personas que laboren en la empresa el conocer cómo, qué y cuándo se deberán realizar las actividades.

Una vez que se han asignado las actividades, será conveniente llevar un control sobre la realización de las mismas, en dicho documento se deberá capturar quien está encargado de realizar dicha labor, si es que hay varios empleados, también se debe anotar la fecha de recepción y de entrega.

La persona encargada de dirigir al personal, debe conocer a sus empleados y las habilidades de los mismos para así poder distribuir el trabajo de acuerdo a las características de cada uno.

En caso de sólo haber una persona laborando en la empresa, será igual de importante ser capaz de reconocer sus habilidades y sus debilidades, ya que, sin importar el número de empleados, siempre debe buscarse la capacitación constante

del personal, ya que esto permitirá obtener mejores resultados y como consecuencia mejorará la productividad.

Dentro de las labores realizadas en la dirección, también es importante la realización del seguimiento de las actividades asignadas, esto con el fin de conocer si se han realizado, la etapa en la que se encuentra el trabajo o si ya ha sido terminado.

Finalmente, la dirección al estar encargada directamente de las relaciones con el personal, debe ser realizada por una persona capaz de establecer una buena comunicación con los empleados, ya que un buen ambiente laboral en la empresa trae como consecuencia empleados con actitudes positivas y esto repercute en la calidad de los productos elaborados y la satisfacción del cliente al recibirlos.

#### 1.1.3.4 CONTROL

Es monitorear el estado de la empresa.

Para realizar dicho monitoreo se debe contar con un registro de algunos indicadores financieros, éstos incluyen, los gastos y las ventas.

En los gastos se registrará el dinero utilizado en materiales y las cantidades adquiridas de cada uno, el costo del transporte, el pago de servicios, las rentas, los créditos y los sueldos.

En las ventas, se contabilizará el dinero recibido y la cantidad de productos vendidos.

Para determinar el desempeño de las Pymes, es necesario establecer un control que garantice la eficiencia de los componentes del capital de trabajo, para ello, es necesario controlar todas las partidas que componen el activo corriente y pasivo corriente que garantice la estabilidad de las operaciones, garantizando de esta manera la operatividad de la empresa a lo largo del tiempo.<sup>8</sup>

El capital de trabajo son las cuentas corrientes de la empresa, éstas son las que nos permiten conocer el estado de solvencia de la empresa. Este capital puede ser positivo, lo cual indica que la empresa cuenta con fondos económicos, también puede ser negativo, con lo cual se comprende que la empresa está atravesando pérdidas económicas y finalmente, puede ser neutro o de valor cero, lo que estaría indicando que la empresa se encuentra en riesgo.



#### 1.1.4 VENTAS

El mercadeo o marketing, se refiere a un conjunto de actividades mediante las cuales se establece la relación entre las empresas y los clientes o usuarios.

El marketing debe estar apoyado con valores y principios éticos, para que el producto o el servicio sea elaborado con calidad y que cuenten con los elementos necesarios para que sea de utilidad.<sup>1</sup>

Este tiene dos vertientes conceptuales que permiten comprenderlo: por un lado, está el mercadeo de productos y, por el otro, el de servicios; en este últimos se busca persuadir a un individuo para que satisfaga su necesidad puntual con la solución creada por la organización.<sup>9</sup>

En el laboratorio dental se ofrecen no sólo productos, si no también servicios, ya que, aunque se entrega una prótesis, también se venden las habilidades de quien trabaja y nunca se entrega el mismo producto, por tanto, es importante conocer que es lo que se le va a vender al cliente y la forma correcta para realizar dicha actividad.

Para favorecer las ventas de la empresa, es de igual importancia realizar una investigación de mercado.

La investigación de mercado permite ver como la empresa puede vender, así como la recolección de datos que permita ver la información más relevante para saber cómo la empresa se puede enfrentar a la competencia y mejorar sus productos ofertados a la población.<sup>10</sup>

#### 1.1.5 PRODUCTOS.

Un producto es aquello que toda empresa posee, ya sea lucrativa o no, y que ofrece a su mercado con la finalidad de crear utilidades o impacto social.<sup>11</sup>

Los productos pueden clasificarse de diferentes maneras, aunque lo más común es clasificarlos de acuerdo a su tangibilidad y su durabilidad.

A) Tangibilidad:

- Productos tangibles: Son aquellos que se pueden ver y que al ser adquiridos se obtiene un objeto.
- Productos intangibles: También llamados servicios, éstos al ser adquiridos, no se obtiene un objeto físico si no una experiencia.

## B) Durabilidad:

- Duraderos: Cuyo tiempo de vida y uso suele ser de varios años.
- No duraderos: Su tiempo de vida y uso se limita a un par de ocasiones.

Determinar el tipo de producto que se comercializa en el laboratorio dental, permite ofrecerlo de mejor manera a los clientes, también permite conocer sus características, mejorar su proceso de elaboración y establecer el tipo de publicidad que se le debe dar.

### 1.1.6 UBICACIÓN

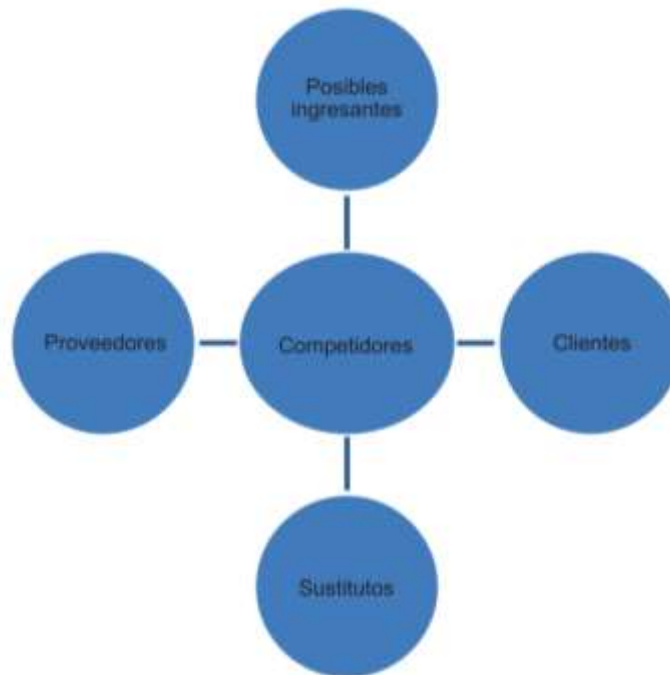
Una correcta localización atrae a nuevos clientes y fideliza a los existentes, mejora la imagen corporativa y permite ahorrar en los costes de publicidad y marketing. Por tanto, al momento de elegir la ubicación de un negocio, es importante considerar las siguientes características:<sup>12</sup>

- a) Intentar que el local de la empresa vea hacia una avenida concurrida.
- b) Fácil acceso para clientes, colaboradores y proveedores.
- c) Seguridad
- d) Ubicación de los competidores más cercanos.
- e) Suministros básicos y relación calidad-precio.
- f) Paisaje urbano.

### 1.1.7 COMPETENCIA

El entorno competitivo es el entorno más inmediato o cercano a la organización, que influye de una manera directa en la misma y, dónde la organización puede influir, de acuerdo a la envergadura que tenga la misma.

Este se puede representar con el esquema inventado por Michael Porter del modelo de cinco fuerzas competitivas.<sup>15</sup>



Gráfica 1.<sup>15</sup>

Al momento de entrar al mercado se tiene que tener en cuenta que siempre habrá una rivalidad contra otros productos que ofrecen. A mayor cantidad de competidores existirá en el mercado una mayor rivalidad, que será menor a medida que el número de competidores descienda.

#### 1.1.8 CONTABILIDAD

La contabilidad es la ciencia que orienta a los sujetos económicos para que éstos coordinen y estructuren en libros y registros adecuados la composición cualitativa y cuantitativa de su patrimonio (= estática contable), así como las operaciones que modifican, amplían o reducen dicho patrimonio (= dinámica contable).

Según este concepto, el empresario, por medio de la contabilidad, tendrá constancia de la situación y composición de su patrimonio y controlará su evolución con un ordenado registro de datos, cuya técnica suele denominarse «teneduría contable».<sup>14</sup>

Si una empresa no tiene ampliamente el concepto de contabilidad y la manera en la que se tiene que aplicar dentro del sistema, no podrá tener un control y coordinación en sus registros, se tiene que tener en cuenta que esta es una de las bases que se

necesitan para poder mejorar la toma de sus decisiones así como obtener buenos resultados evitando sesgo en los registros.

#### 1.1.8.1 INGRESOS

Estos están conformados por los denominados ingresos operacionales que corresponden a todas las operaciones de ventas que realiza la empresa, es decir todas las operaciones relacionadas con el desarrollo de su objeto social y por las distintas entradas de bienes que corresponden a otras operaciones menores y las cuales no corresponden al desarrollo ordinario de sus operaciones.<sup>13</sup>

Aumento en el patrimonio neto durante el ejercicio, en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, que no tengan su origen en aportaciones de los propietarios.<sup>16</sup>

Dependiendo del desempeño que se aplique en la empresa en el ámbito laboral existirán aumentos en los beneficios económicos en formas de flujos que ingresan, o mejoramientos de activos o disminuciones de pasivos que resultan en un aumento en el patrimonio. Los ingresos incluyen los ordinarios y las ganancias.<sup>13</sup>

#### 1.1.8.2 EGRESOS

Los egresos son disminuciones en los beneficios económicos en formas de flujos que salen, o agotamientos de activos o pasivos en los cuales se incurren que resultan en una disminución del patrimonio (diferente a la disminución originada en la distribución de utilidades a los propietarios).<sup>13</sup>

En el patrimonio neto son las disminuciones durante el ejercicio, en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, que no tengan su origen en distribuciones a los propietarios.<sup>16</sup>

Estando de acuerdo con lo que nos mencionan los autores sobre los egresos, estos dependerán mucho de la estrategia de venta que se realice dentro de la empresa y de los insumos que se necesiten para la ejecución de estos.

#### 1.1.8.3 LIBRO DE CAJA

Cada hecho económico realizado por una empresa debe estar respaldado con un documento soporte, de origen interno o externo; tal documento debe ser en original y varias copias, dependiendo de cómo deben ser estas distribuidas a través del flujo de los participantes en la transacción. El documento soporte o "fuente" indicara entre

otros, fecha, pre numeración en orden consecutivo y un espacio para evidenciar las firmas o visto bueno de quienes elaboran, revisan y autorizan el documento.<sup>13</sup>

El libro de caja es un libro auxiliar de foliación doble sirve para controlar el movimiento de Ingresos y Gastos con cheque y efectivo; este libro, es reemplazado en las empresas que llevan la contabilidad computarizado, por una cuenta del mayor: Caja, Banco Cuenta Corriente, Etc.<sup>16</sup>

Tener un libro de caja es de suma importancia en una empresa ya que permite llevar un control sobre todo lo que ingresa y sale en el lugar de trabajo, este libro puede avalar si se presenta alguna problemática en el ámbito financiero.

#### 1.1.8.4 UTILIDADES

La utilidad es la capacidad que algo tiene para generar beneficio o como una ganancia de un negocio o empresa que logra durante un periodo establecido dentro de su organización.

Referentemente es una satisfacción de un deseo, admitiendo las comparaciones entre personas, las mismas que son sumadas de manera parcial para alcanzar y maximizar una suma absoluta de las expectativas de los sujetos altamente representativos, sea dentro de una organización, un conglomerado, entre otros, manteniendo así una idea utilitarista donde la acción que produce la mayor utilidad para un mayor número de individuos involucrados es la de mayor utilidad.<sup>21</sup>

Se basa en la maximización de la utilidad media donde se exige que las instituciones exijan el crecimiento de las expectativas individuales lo cual maximiza según cada valoración el beneficio institucional total.<sup>22</sup>

#### 1.1.8.5 BALANCE GENERAL

El Balance General es el estado financiero que permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado. Debe revelar los activos con los que dispone la empresa y el origen de los mismos a través de los pasivos y el patrimonio. Es decir, muestra los bienes, derechos, obligaciones frente a terceros que tiene la empresa en un momento determinado.<sup>16</sup>

El activo se define como todos los bienes y derechos que tiene una empresa, el pasivo son las deudas y obligaciones, el patrimonio sencillamente es la diferencia entre los dos primeros y se conoce como lo que realmente pertenece a la compañía.

El Balance General es la misma ecuación patrimonial cuya fórmula se lee:

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO}$$

Ecuación Patrimonial.

La ecuación patrimonial es una igualdad y se explica de la siguiente manera: todos los activos, conocidos como los bienes y derechos que adquiere una empresa, los obtiene a través dos fuentes de financiación: obligaciones con terceros, o sea a través de préstamos que le hacen terceros (pasivos) o a través de recursos propios (patrimonio).<sup>13</sup>

Esta ecuación nos permite obtener el balance general en el que se encuentra la empresa, obteniendo como resultado los bienes con lo que cuenta la empresa, estos mismos se tiene que dar a conocer al personal que trabaja dentro de la empresa, si no se llega a dar a conocer el personal no estará informado de lo que se está ocurriendo en la empresa, tienen que estar informados sobre las obligaciones que tienen que llevar a cabo dentro de esta.

#### 1.1.8.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad.

Aunque el punto de equilibrio indica a los gerentes cuánto deben vender para evitar una pérdida, ellos están igualmente interesados en la forma en que lograrán las metas de utilidad en operación que fundamentan tanto sus estrategias como sus planes. <sup>19</sup>

En todos los negocios se busca tener un mayor número de ingresos que egresos, uno de los objetivos dentro de una empresa es aumentar más las ventas de los productos o servicios que ofrecen, esto se debe de lograr en un periodo establecido, si no se llega a cumplir se optara por recurrir a ayudas externas para solventar gastos de la empresa y cubrirlos con los próximos ingresos que se esperan.

### 1.1.8.7 PRECIOS

Los precios que se establecen en los productos que se ofrecen al público tienen que incluir los costos que representen erogaciones y cargos asociados directamente con la adquisición o la producción de los bienes vendidos o la prestación de servicios, tales como el costo de la materia prima, mano de obra y los gastos de fabricación que se hubiere incurrido para producir los bienes vendidos, o los costos incurridos para proporcionar los servicios que generen los ingresos. <sup>16</sup>

Se debe diferenciar claramente entre dos conceptos usados en economía: factor e insumo intermedio. Es aquel que corresponde a aquello que nos permite producir, comúnmente capital y trabajo. En cambio el insumo intermedio corresponde a bienes que ya se han producido a partir de capital y trabajo, pero en lugar de venderse como bienes finales, se usan en la producción de otros bienes. Algunos bienes son insumos intermedios y bienes de consumo final. <sup>17</sup>

#### Nivel de Precios

Existen niveles que se deben de considerar cuando se establece un precio en el producto, hay factores que determinan la modificación de este, como son el incremento económico de las materias primas, la tasa de inflación y otras. A continuación se describen los tres niveles de los precios en donde se desarrollara lo que anterior mente se mencionó.

- Inflación. Es un fenómeno económico que consiste en un incremento generalizado y sostenido en el nivel de precios de los bienes, servicios y factores productivos de un país. La presencia de la inflación repercute en un poder de compra decreciente.
- Tasa de Inflación. Es cuando la Inflación se mide a través del crecimiento porcentual de algún índice de precios durante un periodo. La tasa de inflación entre más alta es, genera efectos negativos ya que reduce el poder adquisitivo, deteriora el valor de los activos financieros expresados en términos monetarios.
- Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) Se define como el promedio ponderado de los bienes de un conjunto específico de bienes y servicios

consumidos por las familias, conocido como la 32 canasta básica o de mercado. Por lo tanto, mide el aumento en el nivel general de precios:

$$\text{INPC} = \frac{\text{Gasto en canasta de bienes en año}}{\text{Gasto en canasta de bienes año base}}^{18}$$

#### 1.1.8.8 PRESUPUESTOS

Son un conjunto de procedimientos y recursos empleados para planear, coordinar y controlar, por medio de estos se pueden llevar a cabo todas las funciones y operaciones de una empresa, con el fin de lograr el máximo rendimiento posible.

Los presupuestos son una herramienta contable común que usan las compañías para la implementación de una estrategia. La gerencia usa los presupuestos para comunicar a toda la compañía los lineamientos y las metas. Estos logran impulsar las perspectivas de los gerentes, y ayudan en la planeación y el control de las acciones que los gerentes deben emprender para satisfacer a sus clientes y para tener éxito en el mercado. Los presupuestos brindan medidas de los resultados financieros que una compañía espera de sus actividades planeadas, y ayudan a definir los objetivos y las cronologías contra las cuales se mida el avance.<sup>19</sup>

Es una herramienta con la cual se pueden facilitar las acciones administrativas de la empresa, pero sus debilidades pueden causar serios inconvenientes, como es el caso de limitar el acceso a créditos bancarios, al no poder contar con las proyecciones financieras que sustenten dicha solicitud.<sup>20</sup>

Estando de acuerdo con lo que presentan los dos autores acerca de su conceptualización sobre los presupuestos y sus puntos de vista de aplicación, un presupuesto puede ser una gran ayuda para salir de dificultades económicas dentro de la empresa, pero también puede causar inconvenientes si no se cubre la cantidad solicitada, afectando mayormente la situación de la empresa.



## 2. ANTECEDENTES

En la literatura reciente, existen muy pocos antecedentes que hablen sobre el tema tratado en el presente documento; entre estos podemos encontrar, por ejemplo, la tesis “Administración y gestión del consultorio”, que fue realizada en la Universidad de Guayaquil en el año 2016, en la cual se realizó una investigación de tipo cuantitativa y cualitativa para conocer el uso del marketing y la administración en el consultorio dental, en dicha investigación se aplicó una encuesta en 60 alumnos de odontología, con la cual se evaluó la importancia que dan los futuros odontólogos a los factores de la administración y gestión del consultorio y a la aplicación de un plan de negocios en la práctica privada.<sup>23</sup>

Durante el año 2019, en la Universidad Autónoma de Coahuila, se presentó una Disertación titulada “Sistema de Gestión Estratégica para las MIPYMES del Sector Salud”; esta investigación tuvo como objetivo aumentar las ventas de una clínica por medio de un sistema de gestión cuyo fin es impulsar el crecimiento de las MIPYMES. En la investigación se realizó revisión de fuentes bibliográficas y también un estudio de campo para identificar los factores necesarios para crear el sistema de gestión estratégico. Dentro de esta investigación, se menciona la importancia de un buen marketing, de una buena estructura empresarial y mantener una buena administración financiera.<sup>24</sup>

En el año 2009, en la Facultad de Odontología de la Universidad Autónoma del Estado de México, se realizó una tesis denominada “La Odontología desde la perspectiva empresarial”, en esta investigación se proporciona toda la información necesaria para la creación, establecimiento y manejo de un consultorio dental.<sup>25</sup>

Sin embargo, la mayoría de estas investigaciones fueron realizadas para un consultorio dental, por lo que aún es necesario buscar información que nos permita conocer cómo es la aplicación del método administrativo en los laboratorios dentales del Valle de Toluca.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La administración es un proceso constituido por cuatro etapas: planificación, organización, ejecución y control, los cuales permiten establecer los objetivos de la empresa, coordinar y conducir los recursos disponibles y finalmente monitorear el estado de la empresa para conocer si se han logrado los objetivos establecidos. Llevar a cabo una buena administración permite lograr el mayor aprovechamiento de los recursos, obteniendo así un equilibrio, mantenimiento y el crecimiento dentro del mercado.

La aplicación del método administrativo en las micro, pequeñas y medianas empresas, es fundamental para aspirar al logro de la calidad en el servicio, del mantenimiento de finanzas saludables y de la posible expansión o crecimiento del negocio. Representa también un factor imprescindible en el logro de un ambiente laboral óptimo y seguro para el trabajador.

Los laboratorios de prótesis dental pueden incluirse en estas categorías de empresa, de acuerdo a su tamaño, número de empleados, capital y producción, por lo que la implementación del método administrativo influye de forma determinante en la entrega de productos protésicos de calidad que contribuyan a devolver la salud a los pacientes odontológicos.

En la ciudad de Toluca existen decenas de laboratorios dentales, en los cuales se desconocen si aplican el método administrativo dentro de su establecimiento, de lo anterior surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el nivel de aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca en el periodo 2021B?

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Una vez concluida la carrera de Técnico Superior Universitario en Prótesis Bucodental, el siguiente paso es el establecimiento del propio laboratorio dental, lo que representa un nuevo reto para el técnico, éste es un momento decisivo, ya que es la base del futuro de la empresa.

El conocer los elementos básicos de la administración de una empresa es un componente esencial, ya que los ingresos que se generen derivados de las ventas, será el capital con el que el técnico deberá mantener las necesidades del laboratorio, del personal y también las propias.

La correcta administración de dicha empresa será importante para el dueño y de forma indirecta también para los demás técnicos, ya que determinar de forma correcta los precios de las prótesis que se elaboran, permitirá darle el valor adecuado a los conocimientos y la labor que se invierte en el laboratorio dental.

El siguiente proyecto ayudara a los estudiantes de Técnico Superior Universitario en Prótesis Buco Dental de la Facultad de Odontología de la Universidad Autónoma del Estado de México a conocer las deficiencias de la aplicación del método administrativo en los laboratorios dentales del valle de Toluca y las repercusiones que esto genera en los recursos del mismo.

Así mismo permitirá a la Facultad de Odontología de la Universidad Autónoma del Estado de México mostrar a sus estudiantes la importancia de conocer el método administrativo y su aplicación dentro de los laboratorios dentales.

## **5. SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN**

La aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca en el periodo 2021B es incipiente.

## **6. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar el nivel de aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca en el periodo 2021B

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Diseñar un instrumento de evaluación del nivel de aplicación del método administrativo específico para laboratorios dentales.
2. Determinar el nivel de aplicación en laboratorios dentales del Valle de Toluca de acuerdo a la antigüedad del establecimiento, al tipo de organización y a su ubicación.
3. Proponer orientaciones para los protesistas dentales para una adecuada aplicación del método administrativo en su empresa.

## **7. MATERIAL Y METODOS**

**TIPO DE ESTUDIO:** Observacional, descriptivo, transversal

**UNIVERSO:** Laboratorios dentales del Valle de Toluca.

**TIPO DE MUESTREO:** No probabilístico por de conveniencia.

**CRITERIOS DE INCLUSIÓN:** Protesistas que acepten participar en el estudio

**CRITERIOS DE EXCLUSIÓN:** Protesistas que no acepten participar en el estudio o que no completen el registro del cuestionario

**VARIABLE DEPENDIENTE:** Aplicación del método administrativo

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Laboratorios dentales del Valle de Toluca

## **8. PROCEDIMIENTO**

1. Diseñar el cuestionario con base en el marco teórico.
2. Pilotaje del cuestionario.
3. Aplicación del cuestionario.
4. Recabar las respuestas.
5. Clasificar y organizar la información.
6. Graficar la información.
7. Analizar los resultados.
8. Interpretar los resultados.
9. Generar conclusiones.

## 9. IMPLICACIONES BIOÉTICAS

El reglamento de la ley general de salud en materia de investigación para la salud en su título 2do. Cap. I establece los siguientes artículos:

**Art. 16:** Se protegerá la privacidad del individuo sujeto de investigación, identificándolo sólo cuando los resultados lo requieran y éste lo autorice.

**Art. 17, Inciso II** Investigación con riesgo mínimo: Estudios prospectivos que emplean el riesgo de datos a través de procedimientos comunes en exámenes físicos o psicológicos de diagnósticos o tratamiento rutinarios.

**Art. 20:** Se entiende por consentimiento informado el acuerdo por escrito, mediante el cual el sujeto de investigación o, en su caso, su representante legal autoriza su participación en la investigación, con pleno conocimiento de la naturaleza de los procedimientos y riesgos a los que se someterá, con la capacidad de libre elección y sin coacción alguna.

**Art. 21:** para que el consentimiento informado se considere existente, el sujeto de investigación o, en su caso, su representante legal deberá recibir una explicación clara y completa, de tal forma que pueda comprenderla, por lo menos, sobre los siguientes aspectos:

10. La justificación y los objetivos de la investigación;
- II. Los procedimientos que vayan a usarse y su propósito, incluyendo la identificación de los procedimientos que son experimentales;
- III. Las molestias o los riesgos esperados;
- IV. Los beneficios que puedan observarse;
- V. Los procedimientos alternativos que pudieran ser ventajosos para el sujeto;
- VI. La garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta y aclaración a cualquier duda acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados con la investigación y el tratamiento del sujeto;
- VII. La libertad de retirar su consentimiento en cualquier momento y dejar de participar en el estudio, sin que por ello se creen prejuicios para continuar su cuidado y tratamiento;
- VIII. La seguridad de que no se identificará al sujeto y que se mantendrá la



confidencialidad de la información relacionada con su privacidad;

IX. El compromiso de proporcionarle información actualizada obtenida durante el estudio aunque ésta pudiera afectar la voluntad del sujeto para continuar participando;

X. La disponibilidad de tratamiento médico y la indemnización a que legalmente tendría derecho, por parte de la institución de atención a la salud, en el caso de daños que la ameriten, directamente causados por la investigación, y

XI. Que si existen gastos adicionales, éstos serán absorbidos por el presupuesto de la investigación.

**Art. 22:** El consentimiento informado deberá formularse por escrito y deberá reunir los siguientes requisitos:

11. Será elaborado por el investigador principal, indicando la información señalada en el artículo anterior y de acuerdo a la norma técnica que emita la Secretaría;

II.- Será revisado y, en su caso, aprobado por la Comisión de Ética de la institución de atención a la salud;

III.- Indicará los nombres y direcciones de dos testigos y la relación que éstos tengan con el sujeto de investigación;

IV. Deberá ser firmado por dos testigos y por el sujeto de investigación o su representante legal, en su caso. Si el sujeto de investigación no supiere firmar, imprimirá su huella digital y a su nombre firmará otra persona que él designe, y

V. Se extenderá por duplicado, quedando un ejemplar en poder del sujeto de investigación o de su representante legal.

El estudio se sujetara a las disposiciones de la declaración de Helsinki.

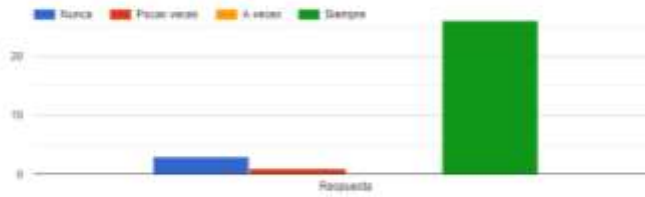
## 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Actividades                         | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct |
|-------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Protocolo de actividades            |     |     |     | X   |     |     |     |
| Piloteo de encuesta                 |     |     |     |     | X   |     |     |
| Captura de encuestas                |     |     |     |     |     | X   |     |
| Aplicación y análisis de resultados |     |     |     |     |     | X   |     |
| Elaboración del informe             |     |     |     |     |     | X   |     |
| Entrega del trabajo para revisión   |     |     |     |     |     | X   |     |
| Titulación                          |     |     |     |     |     |     |     |

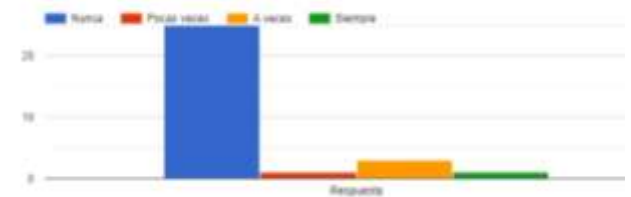
# 11. RESULTADOS

## GRAFICAS

1. Estudié para ser técnico dental en alguna escuela.

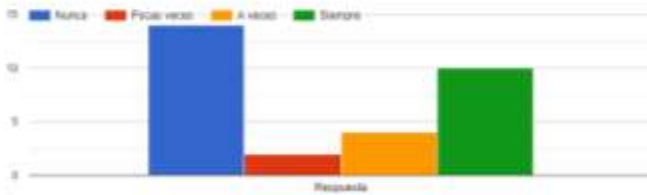


21. Los conocimientos con los que realizo mi trabajo los aprendí sin estudiar.

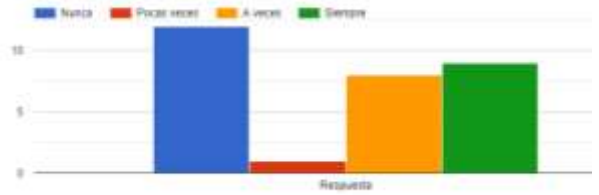


26 de los 30 protesistas encuestados estudiaron para ser técnicos dentales, es decir, 9 de cada 10 protesistas consideran importante tener los conocimientos académicos y la preparación adecuada para ejercer correctamente su profesión.

2. No considero importante el capacitarme sobre administración.

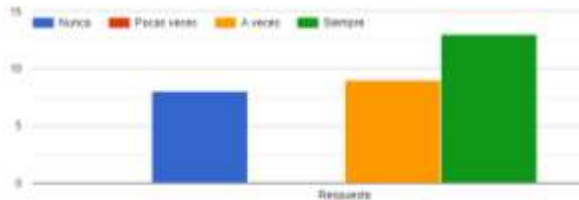


38. He considerado la posibilidad de tomar un curso de administración.

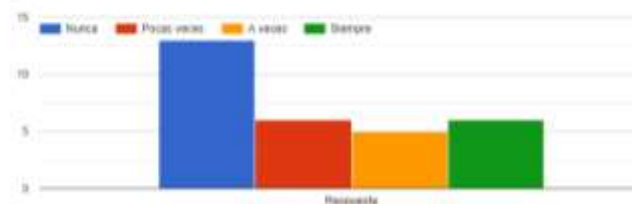


9 de los 30 protesistas encuestados consideran importante el capacitarse sobre la administración, es decir, 3 de cada 10 protesistas, están interesados en tomar un curso de administración.

3. Cada mes conozco exactamente cual fue mi ganancia.

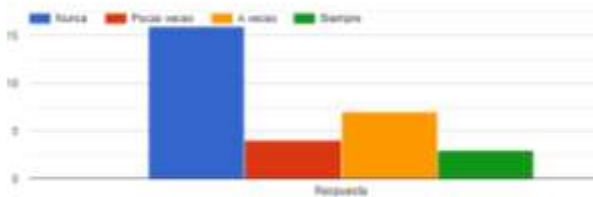


37. Pocas veces sé cuanto gané durante el mes.



13 de cada 30 protesistas encuestados conocen la ganancia que generan en un mes dentro de su laboratorio dental, es decir, 4 de cada 10 protesistas, tienen un buen control de los ingresos dentro de su laboratorio.

4. Me especializo en realizar únicamente un tipo de trabajo.

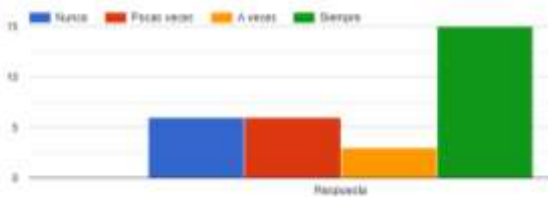


36. Realizo una gran variedad de trabajos dentro de mi laboratorio.

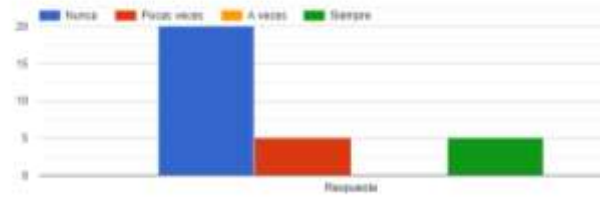


21 de cada 30 protesistas encuestados, realizan diversidad de trabajos dentro de su laboratorio dental, es decir, 7 de cada 10 protesistas, generan gran variedad de mercancía para tener un mayor número de clientes e ingresos.

5. Establezco los precios del laboratorio mediante un análisis financiero.

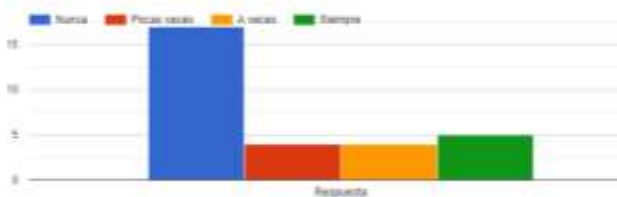


29. Fijo los precios de los productos de forma arbitraria.

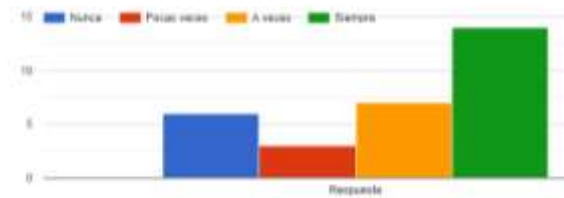


15 de cada 30 protesistas encuestados, fijaron los precios de sus productos mediante un análisis financiero, es decir, 5 de cada 10 protesistas consideran importante el estudio de los costos para obtener una buena ganancia.

6. No emito comprobantes de pago a mis clientes.

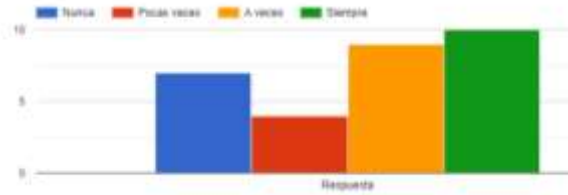


35. Entrego comprobante de pago a mis clientes.

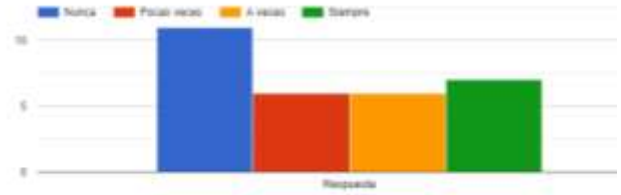


14 de cada 30 protesistas encuestados proporcionan un comprobante de pago a sus clientes, es decir, 5 de cada 10 protesistas avala la cantidad monetaria que se realizó.

7. Tengo los conocimientos necesarios sobre administración para implementarlos en mi laboratorio.

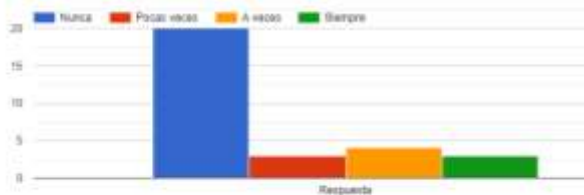


27. Carezco de conocimientos y habilidades para aplicar el método administrativo en mi laboratorio.

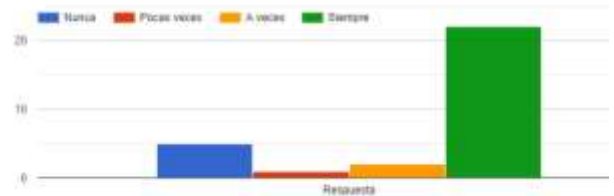


10 de cada 30 protesistas encuestados aseguran que tienen los conocimientos administrativos necesarios para ejecutarlos dentro de su laboratorio dental, es decir 4 de cada 10 protesistas consideran importante emplear este método para tener un mejor control.

8. Desconozco la forma correcta de dar indicaciones a mis empleados.

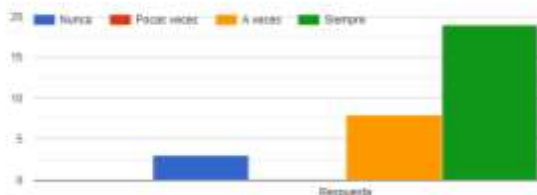


28. Sé cómo dar las instrucciones de forma adecuada para que mis empleados realicen el trabajo que les indique.

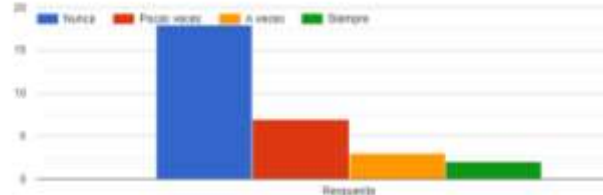


22 de cada 30 protesistas encuestados saben dar indicaciones de manera adecuada a sus empleados para la realización de trabajos, es decir, 7 de cada 10 protesistas establecen una buena comunicación para evitar sesgo en los productos y acciones.

9. Tengo los suficientes ingresos para cubrir mis gastos personales y de los empleados.

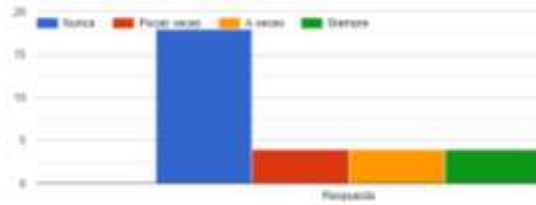


34. Carezco de ganancias para cubrir los gastos tanto personales como de mi laboratorio.

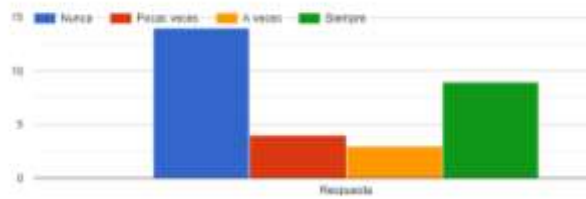


19 de cada 30 protesistas encuestados poseen los ingresos para cubrir tanto gastos personales como el mantenimiento de su laboratorio dental, es decir 6 de cada 10 protesistas cubren gastos sin conratiempos.

10. El puesto de cada empleado se establece de forma arbitraria.

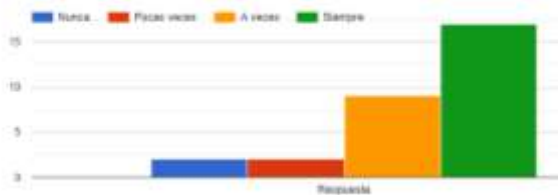


26. Cuento con un organigrama par establecer el puesto de cada empleado.

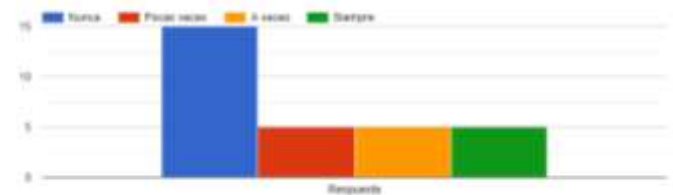


18 de cada 30 protesistas encuestados establecen el puesto de sus empleados de acuerdo a sus habilidades, es decir 6 de cada 10 protesistas organizan al personal de acuerdo a las áreas de trabajo.

11. Dispongo de un buen manejo de ingresos de mi laboratorio.

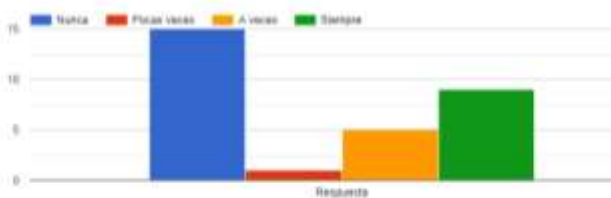


32. Los ingresos que se obtienen se distribuyen de forma arbitraria.

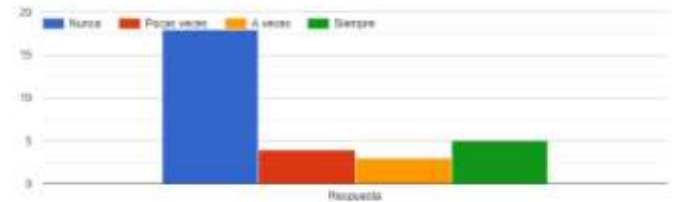


16 de cada 30 protesistas encuestados consideran que disponen de un buen manejo de sus ingresos, es decir 5 de cada 10 protesistas distribuyen de forma organizada sus ingresos.

12. La competencia no es importante para los precios de mi laboratorio.

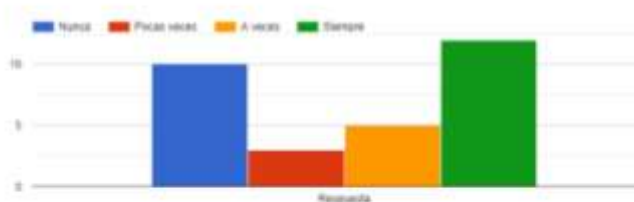


33. Considero que la competencia influye en los precios de mi laboratorio.

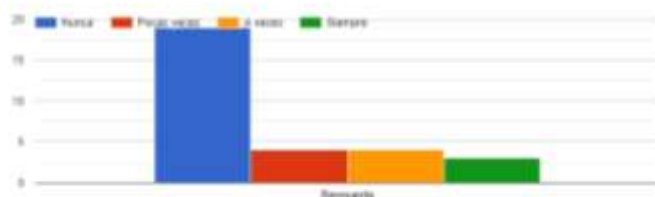


16 de cada 30 protesistas consideran que la competencia no influye en los precios de su laboratorio, es decir 5 de cada 10 protesistas utilizaron el método administrativo para establecer sus precios.

13. El cobro de los trabajos no lo puede realizar cualquiera.

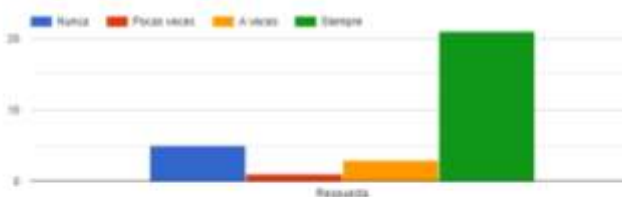


31. Cualquier empleado puede realizar el cobro de los trabajos.

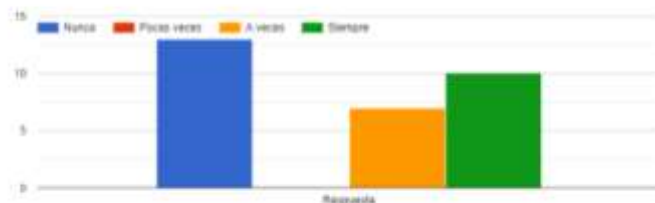


19 de cada 30 protesistas no permiten que cualquier empleado realice el cobro de los trabajos, es decir, 6 de cada 10 utilizan la estrategia de control de ingresos en su laboratorio.

14. Cubro en tiempo y forma los préstamos que he solicitado.

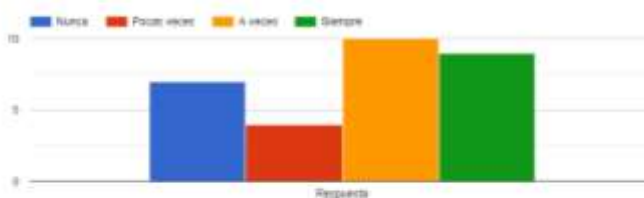


25. No he solicitado préstamos bancarios.

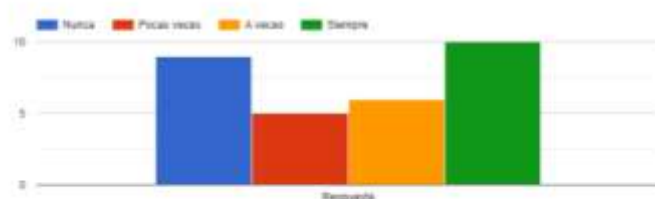


21 de cada 30 protesistas cubren en tiempo y forma los préstamos que han solicitado, es decir, 7 de cada 10 lleva un buen control sobre los gastos de su laboratorio.

15. No me preocupo por el número de trabajos a realizar en un tiempo determinado.

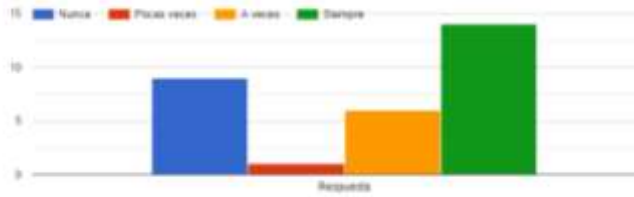


24. Establezco metas respecto a la cantidad de trabajos a realizar en un tiempo determinado.

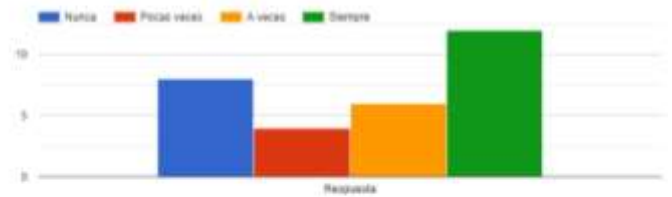


10 de cada 30 protesistas se establecen metas sobre el número de trabajos a realizar en un tiempo determinado, es decir, 3 de cada 10 realizan la planeación de sus trabajos.

16. Llevo un seguimiento de mi laboratorio con un libro de caja.

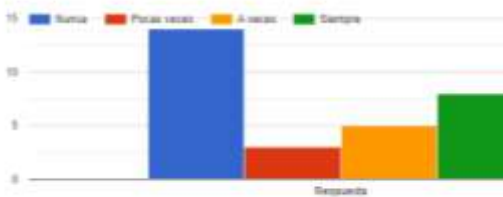


20. Carezco de conocimientos sobre la función de un libro de caja.

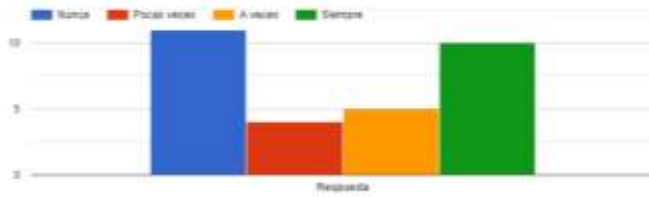


14 de cada 30 protesistas utilizan un libro de caja para llevar un seguimiento de sus laboratorios, es decir, 4 de cada 10 conocen el manejo de esta herramienta financiera.

17. No realizo estrategias de publicidad de mi laboratorio.

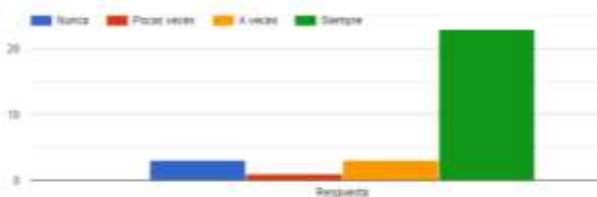


22. Utilizo estrategias de publicidad de mi laboratorio.

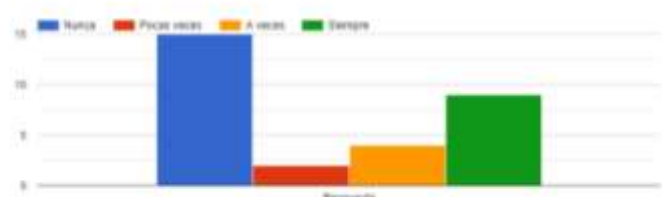


10 de cada 30 protesistas utilizan estrategias de publicidad en sus laboratorios, es decir, 3 de cada 10 realiza esta actividad del marketing de sus productos.

18. Conozco la situación financiera de mi laboratorio dental.



23. No conozco la situación financiera en la que se encuentra mi laboratorio dental.



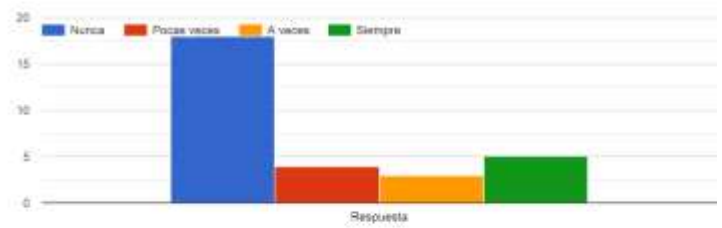
23 de cada 30 protesistas conocen la situación financiera de su laboratorio, es decir, 7 de cada 10 aplican la contabilidad en sus laboratorios dentales.



19. Determiné la ubicación de mi laboratorio dental por el estudio de mercado.

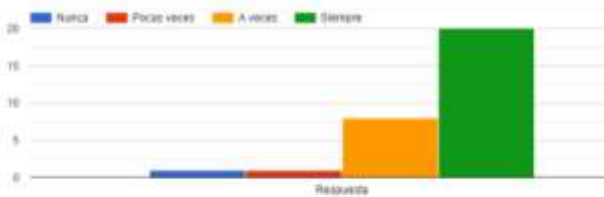


39. No tuve en cuenta el estudio de mercado para ubicar mi laboratorio dental.

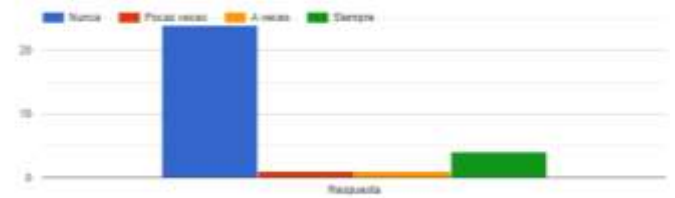


18 de los 30 protesistas encuestados realizaron un estudio de mercado para determinar la ubicación del laboratorio, es decir, 6 de cada 10 protesistas consideran esta herramienta administrativa para ubicar su empresa protésica en un lugar benéfico para su producción.

30. Me mantengo actualizado y actualizo a mi personal.



40. Considero que no es importante mantenerse actualizado ni actualizar al personal.



20 de cada 30 protesistas encuestados consideran importante mantenerse actualizados y actualizar a su personal, es decir, 7 de cada 10 consideran importante la correcta dirección del capital humano con el que laboran.

## 12. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de evaluación, se puede ver que en lo referente a conocimientos administrativos solamente una tercera parte de los protesistas consideran contar con la información suficiente para poder ejecutar la administración en sus laboratorios, lo cual se ve reflejado en el limitado uso de algunas herramientas financieras como el libro de caja, el cual tiene una aplicación baja en la mayoría de los laboratorios dentales en los que se realizó la aplicación de la encuesta.

Dentro del área administrativa, en lo que respecta a la planeación y organización, se puede observar que su aplicación también es mínima, ya que muy pocos protesistas establecen metas sobre los trabajos a realizar en un lapso de tiempo; en contraste con esta situación, en lo que respecta al área de dirección de capital humano, podemos notar que existe un buen manejo de esta etapa de la administración y que su implementación es alta, lo que permite que los protesistas tengan un buen manejo de sus empleados y la forma en que estos participan en las actividades de dichas empresas. Dentro de esta misma sección resalta que la mayoría de los protesistas considera de suma importancia mantenerse actualizado en temas relacionados con el área protésica, sin embargo, esto es totalmente opuesto con la capacitación administrativa, en la cual se observó un interés muy bajo.

En lo referente al mercadeo, un poco más de la mitad de los protesistas encuestados realizaron la aplicación de un estudio de mercado para así ubicar su empresa en un lugar benéfico para su producción, asimismo, dentro de este sector se destaca que la gran mayoría aplica el estudio de mercado de forma correcta al ofrecer gran variedad de trabajos a sus clientes, de manera opuesta, destaca que únicamente una tercera parte de los protesistas realizan estrategias de publicidad. En cuanto al monitoreo del estado de la empresa, se observa que una minoría conoce exactamente las ganancias generadas durante un tiempo específico, también únicamente la mitad de los encuestados llevan un control de las ventas al emitir comprobantes de pago y un poco más de la mitad realiza la aplicación de la estrategia financiera del control de ingresos.

En temas financieros, la aplicación de la contabilidad dentro de los mismos, es alta, lo que les permite conocer la situación financiera de su empresa, aunque es necesario destacar que, si bien, la mayoría menciona utilizar la contabilidad, únicamente la mitad de los encuestados considera tener un buen manejo de sus ingresos y un poco más de la mitad considera que los mismos son suficientes para cubrir sus gastos personales y empresariales. Esto coincide con la aplicación del análisis financiero, en donde solamente la mitad de los protesistas mencionaron que determinaron sus precios utilizando esta herramienta financiera.

Al finalizar el análisis general de los resultados obtenidos, se puede concluir que, si bien el nivel de aplicación del método administrativo en laboratorios dentales del Valle de Toluca durante el periodo 2021B es medio, existen áreas que tienen una aplicación mínima, lo cual genera un desbalance en el método, ya que para poder obtener mejores resultados es necesario seguir el procedimiento que el método administrativo requiere para funcionar de manera correcta y generar una mejora en el manejo de recursos materiales, humanos y financieros.

Sería necesario resaltar la importancia que tiene el correcto uso y aplicación del método administrativo en todas las áreas que constituyen un laboratorio dental, ya que esto permitiría estructurar dicha empresa y a su vez favorecer que las actividades se realicen de una manera más eficiente, lo que deriva en la maximización de los recursos y el uso de tiempo, permitiendo así, que se obtenga una mayor cantidad de ingresos, esto como resultado de una mejor administración del tiempo empleado para la realización de un trabajo, la disminución de pérdidas por un uso excesivo de material, el establecer de forma correcta los precios de los trabajos que se ofertan considerando todos y cada uno de los elementos que se requieren para su elaboración, la correcta promoción de los servicios que se brindan y una buena atención al cliente durante la recepción, elaboración del producto y finalmente la entrega, logrando con esto la fidelidad de los clientes actuales y la llegada de clientes nuevos.

### **13. SUGERENCIAS**

Una vez realizada esta investigación, descubrimos una serie de aspectos sobre los que se podría trabajar dentro de la carrera de TSU en PBD en la Facultad de Odontología de la UAEMex así como en exalumnos y técnicos dentales interesados en mejorar la aplicación de la administración en su negocio.

1. Implementar en las clases, prácticas y talleres exclusivos de administración en los que el alumno determine mediante un análisis el costo de algunos trabajos de laboratorio, la forma correcta de aplicar el método administrativo dentro del mismo y la importancia de tratar su laboratorio dental como una empresa.
2. Establecer una relación interdisciplinar con estudiantes de las carreras de contabilidad y administración para determinar y conocer más a fondo las causas de las deficiencias en la aplicación del método administrativo en los laboratorios dentales.
3. Proporcionar algún manual en el que se explique de forma sencilla los elementos básicos de la contabilidad y su aplicación en una pequeña empresa, cómo es el laboratorio dental, de igual forma, esto se podría hacer en colaboración con los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración.
4. Incentivar a los técnicos dentales a capacitarse y actualizarse en el manejo y aplicación de la administración en su empresa.
5. Realizar un seguimiento a los alumnos egresados de la carrera de Técnico Superior Universitario en Prótesis Bucodental que cursaron la materia de Administración para conocer el nivel de aplicación de los conocimientos adquiridos en dicho curso y saber que conocimientos se deben reforzar en el mismo.

## 14. ANEXOS

### CUESTIONARIO

| Ítem   | Nunca | Pocas veces | A veces | Siempre |
|--|-------|-------------|---------|---------|
| Estudié para ser técnico dental en alguna escuela  |       |             |         |         |
| Los conocimientos con los que realizo mi trabajo los aprendí sin estudiar                      |       |             |         |         |
| Cada mes conozco exactamente cual fue mi ganancia  |       |             |         |         |
| Pocas veces sé cuanto gané durante el mes.   |       |             |         |         |
| Establezco los precios del laboratorio mediante un análisis financiero                         |       |             |         |         |
| Fijo los precios de los productos de forma arbitraria  |       |             |         |         |
| Tengo los conocimientos necesarios sobre administración para implementarlos en mi laboratorio  |       |             |         |         |
| Carezco de conocimientos y habilidades para aplicar el método administrativo en mi laboratorio |       |             |         |         |
| Tengo los suficientes ingresos para cubrir mis gastos personales                               |       |             |         |         |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| Carezco de ganancias para cubrir los gastos tanto personales como de mi laboratorio. |  |  |  |  |
| Dispongo de un buen manejo de ingresos de mi laboratorio.                            |  |  |  |  |
| Solicito presupuestos para manejar los ingresos de mi laboratotio                    |  |  |  |  |
| No he solicitado prestamos bancarios   |  |  |  |  |
| Cubro en tiempo y forma los prestamos que he solicitado                              |  |  |  |  |
| Llevo un seguimiento de mi laboratorio con un libro de caja                          |  |  |  |  |
| Carezco de conocimiento de la funcion de un libro de caja                            |  |  |  |  |
| Conozco la situacion financiera de mi laboratorio dental                             |  |  |  |  |
| No conozco la situacion financier en la que se encuentra mi laboratorio dental       |  |  |  |  |
| Determine la ubicacion de mi laboratorio dental por el estudio de Mercado            |  |  |  |  |
| No tuve en cuenta el estudio de mercado para ubicar mi laboratorio dental            |  |  |  |  |
| Utilizo estrategias de publicidad de mi laboratorio                                  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| No realizo estrategias de publicidad de mi laboratorio   |  |  |  |  |
| Establezco metas respecto a la cantidad de trabajos a realizar en un tiempo determinado                    |  |  |  |  |
| No me preocupó por el número de trabajos a realizar en un tiempo determinado                               |  |  |  |  |
| Cuento con un organigrama para establecer el puesto de cada empleado.                                      |  |  |  |  |
| El puesto de cada empleado se establece de forma arbitraria.   |  |  |  |  |
| Sé cómo dar las instrucciones de forma adecuada para que mis empleados realicen el trabajo que les indique |  |  |  |  |
| Desconozco la forma correcta de dar indicaciones a mis empleados   |  |  |  |  |
| Me mantengo actualizado y actualizo a mi personal  |  |  |  |  |
| Considero que no es importante mantenerse actualizado ni actualizar al personal.                           |  |  |  |  |
| Cualquier empleado puede realizar el cobro de los trabajos.  |  |  |  |  |
| El cobro de los trabajos no lo puede realizar cualquiera.  |  |  |  |  |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| Considero que la competencia influye en los precios de mi laboratorio |  |  |  |  |
| La competencia no es importante para los precios de mi laboratorio.   |  |  |  |  |
| Entrego comprobante de pago a mis clientes                            |  |  |  |  |
| No emito comprobantes de pago a mis clientes.                         |  |  |  |  |
| Realizo una gran variedad de trabajos dentro de mi laboratorio.       |  |  |  |  |
| Me especializo en realizar únicamente un tipo de trabajo.             |  |  |  |  |
| He considerado la posibilidad de tomar un curso de administración.    |  |  |  |  |
| No considero importante el capacitarme sobre administración.          |  |  |  |  |



## 15. REFERENCIAS

(1) Sanromán Aranda R. Responsabilidad social de la empresa; de su producción de bienes y servicios frente a los consumidores. Perfiles de las ciencias sociales. 2019; 7(13).

(2) Hernández Ortiz MJ. Administración de empresas. Segunda edición. Madrid: Editorial Pirámide; 2014.

(3) Pantoja Aguilar MP, Garza Treviño JR. Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. Revista EAN. 2019; 87: 139-154.

(4) Cedeño Velasco AP, Asencio Cristobal LR, Villegas Avala MA. Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. Universidad y sociedad. 2019; 11(5): 191-200.

(5) Arteaga Coello HS, Intriago Manzaba DM, Mendoza García KA. La ciencia de la administración de empresas. Dominio de las Ciencias. 2016; 2 (4): 421-431.

(6) Gurtiérrez Aragón O. Fundamentos de administración de empresas. Segunda edición. Madrid: Editorial Pirámide. 2016.

(7) Mendoza JM. Epistemología de la administración; objeto, estatuto, desarrollo disciplinar y método. Pensamiento y Gestión. 2018; 45 (Julio-Diciembre): 211-238.

(8) Cedeño Velasco AP, Asencio Cristobal LR, Villegas Alava MA. Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. Universidad y sociedad. 2019; 11(5): 191-200.

(9) Bran Piedrahita L, Valencia Arias A, Palacios Moya L. Retos en planeación estratégica del mercadeo para organizaciones del sector salud. Suma neg. 2020; 11(25): 108-115.

(10) Alvarez Indacochea AA, Figueroa Soledispa ML, Peñafiel Loor JF. La importancia de la mercadotecnia y sus componentes en las organizaciones. Revista científica FIPCAEC. 2020; 5(5):62-87.

(11) Panamá Chica CA, Erazo Álvarez JC, Narvárez Zurita CI, Mena Clerque SE. El Marketing como estrategia de posicionamiento en empresas de servicios. Dominio de las Ciencias. 2019; 5(3): 784-802.

(12) <https://tec.mx/es/noticias/guadalajara/emprendedores/10-consejos-para-decidir-la-ubicacion-de-un-negocio-opinion>

(13) [Ayala Cárdenas Sara Ines, Fino Serrano Guillermo. Contabilidad básica general un enfoque administrativo y de control interno, corporación universitaria republicana, Bogotá Colombia 2015. Pag.27  
https://urepublicana.edu.co/images/libros\\_pdf/978-958-5447-21-9.pdf](https://urepublicana.edu.co/images/libros_pdf/978-958-5447-21-9.pdf)

- (14) Omeñaca Garcia Jesus, Contabilidad general. 13ª edición actualizada, Barcelona, editorial DEUSTO, 2017. Pag. 21  
<https://www.marcialpons.es/media/pdf/9788423427574.pdf>
- (15) Calvo Manuel Juan, Básamo María Laura, Principios de administración y contabilidad, Universidad católica de Córdoba. 2017  
[https://ucc.edu.ar/archivos/documentos/Institucional/PRIUCC/Ingreso\\_2019/Material\\_de\\_estudio/material-estudio-ppios-adm-contabilidad-ECONOMICAS.pdf](https://ucc.edu.ar/archivos/documentos/Institucional/PRIUCC/Ingreso_2019/Material_de_estudio/material-estudio-ppios-adm-contabilidad-ECONOMICAS.pdf)
- (16) Universidad privada telesup, Contabilidad Basica I, Perú, 2020.  
<https://sercontador.com/libros-gratis/Contabilidad-Basica-I.pdf>
- (17) De Gregorio José, Macroeconomía. Teoría y Políticas, 1ra. Edición, Santiago, Chile, 2012. pág. 21 <http://www.degregorio.cl/pdf/Macroeconomia.pdf>
- (18) Elizalde Ángeles Elsa Norma, Macroeconomía, Red Tercer Milenio, Tlalnepantla, Estado de México, 2012 pág. 32  
[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Macroeconomia.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Macroeconomia.pdf)
- (19) Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav V. Rajan, Contabilidad de costos Un enfoque gerencial, Decimocuarta edición, PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012. pág. 63 <https://profefily.com/wp-content/uploads/2017/12/Contabilidad-de-costos-Charles-T.-Horngren.pdf>
- (20) Parra, Jeniree; La Madriz, Jenniz, Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar, Negotium, vol. 13, núm. 38, noviembre, 2017, pp. 33-48 Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela.  
<https://www.redalyc.org/pdf/782/78253678003.pdf>
- (21) Campuzano Vásquez John Alexander, Importancia y cálculo de la utilidad en las empresas productoras de bienes tangibles, UTMACH, Machala, 2019.  
[http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14708/1/E-2417\\_TITUANA%20HURTADO%20HARTMAN%20MEDARDO.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14708/1/E-2417_TITUANA%20HURTADO%20HARTMAN%20MEDARDO.pdf)
- (22) Huete Felipe Martín, EL CONCEPTO DE UTILIDAD SEGÚN JOHN RAWLS, pp. 127-142  
<http://universitas.idhbc.es/n11/11-08.pdf>
- (23) Macias Rendón JG. Administración y gestión del consultorio dental.2016
- (24) Cisneros Torres I. Sistema de Gestión Estratégica para las MIPYMES del Sector Salud. UAC. 2019.
- (25) Pérez Rojas R. La Odontología desde la perspectiva empresarial. UAEMex. 2009.

