

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS TAPACHULA**

LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

**GESTIÓN EN LA CALIDAD DE LOS
SERVICIOS**

**RESUMEN
UNIDAD III**

DOCENTE: L.N. JHOANNA LEAL LÓPEZ

**ALUMNA: JOSSELINE SARAHI CERDIO
ZEPEDA**

OCTAVO CUATRIMESTRE

FEBRERO, 2025

Resumen:

Calidad de los Servicios.

Unidad III.



- Indicadores de calidad:

Los indicadores de calidad son herramientas que miden y evalúan el desempeño de un proceso, producto o servicio. Sus características incluyen ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo (SMART). Se clasifican en indicadores de estructura (relacionados con los recursos), de proceso (referentes a las actividades realizadas) y de resultado (medición del impacto final).

- Requisitos para formular un sistema de gestión de calidad.

Para formular un sistema de gestión de calidad (SGC), se requieren elementos como la planificación estratégica, el liderazgo, la gestión de recursos, el control de procesos, y la mejora continua. Además, se debe cumplir con normas internacionales (como ISO 9001) y contar con una evaluación constante de la satisfacción del cliente y el rendimiento organizacional.

- Tipos de Certificación y la Certificación de Establecimientos de Atención en México.

En México, existen varios tipos de certificación en el ámbito de la atención médica, como la Norma Oficial Mexicana (NOM) que regula la calidad en los servicios de salud, la acreditación de hospitales, y la certificación por la Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED). Cada uno asegura que las instituciones cumplen con estándares de calidad y seguridad, y se enfoca en la mejora continua de los servicios.

- Marketing.

El marketing es el conjunto de actividades orientadas a crear, comunicar y entregar valor a los clientes. Las estrategias de marketing incluyen la segmentación de mercado, el posicionamiento, la promoción y la fidelización. En el uso de redes sociales, se pueden utilizar plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para atraer clientes mediante contenido educativo y promocional, lo que es muy útil para ofrecer servicios de nutrición y aumentar la visibilidad y la confianza en los profesionales del área.

Conclusión.

Los temas vistos en dicha unidad abarcan aspectos esenciales para garantizar la calidad y efectividad tanto en la gestión organizacional como en los servicios ofrecidos, especialmente en el área de salud y nutrición. Los indicadores de calidad permiten medir y evaluar el desempeño de los procesos, asegurando que las organizaciones mantengan altos estándares. Para implementar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), es crucial contar con una planificación adecuada y un enfoque constante hacia la mejora continua.

Además, la certificación de establecimientos de atención médica en México garantiza el cumplimiento de normativas y estándares que aseguran la seguridad y el bienestar de los pacientes. Por otro lado, el marketing, especialmente en redes sociales, se ha convertido en una herramienta clave para promover servicios y generar confianza entre los clientes, permitiendo a los profesionales de la nutrición ampliar su alcance y conectar mejor con su público objetivo.

La importancia de la calidad, la certificación y la promoción estratégica en la creación de un servicio eficaz, confiable y accesible para los usuarios.

Bibliografía: Secretaría de Salud. (2014). Norma Oficial Mexicana NOM-024-SSA3-2012. Guía para la Acreditación de los Establecimientos de Atención Médica.

Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED). (2023). Acreditación y Certificación de Establecimientos de Salud en México. Recuperado de <http://www.conamed.gob.mx/>