

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	24/02/2026
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Enero
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Verificado por/Fecha:	Estadística 25/02/2026
Dirigido a:	Todo el personal

OBJETIVO:

Verificar el resultado de las emociones de los pacientes del mes de enero de 2026 que confieren a indicador corporativo NEV.

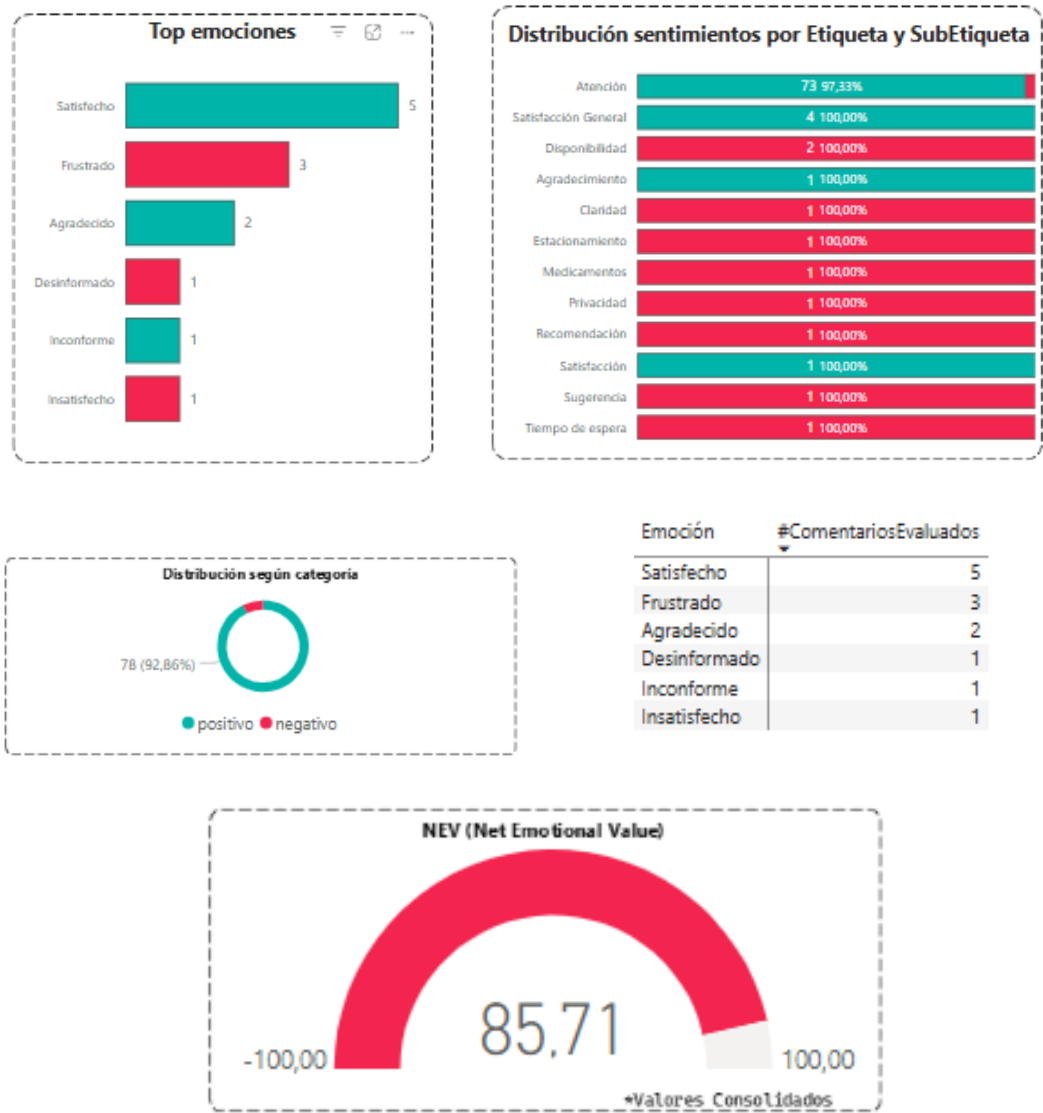
ALCANCE:

Inicia con la exportación de NEV global y la discriminación por servicio, incluye el análisis desde experiencia del paciente, la revisión por estadística o director de calidad y finaliza con el envío a través de correo electrónico institucional con copia a dirección de gerencia y dirección de calidad corporativa.

INFORME/ANÁLISIS:

INFORME DE AUDITORIA

Para el mes de enero de 2026, se relaciona el resultado de las siguientes emociones a nivel global, definido como “**Top de emociones**” las principales emociones:



El análisis presentado se basa en el informe referente a las emociones a nivel global correspondiente al mes de enero de 2026.

Según los resultados correspondientes al mes de enero de 2026, **NEV Global** alcanzó un valor de **(85,71%)**, superando la meta establecida de 10 en **(75,71)** puntos.

Las **emociones positivas** se discriminan de la siguiente manera:

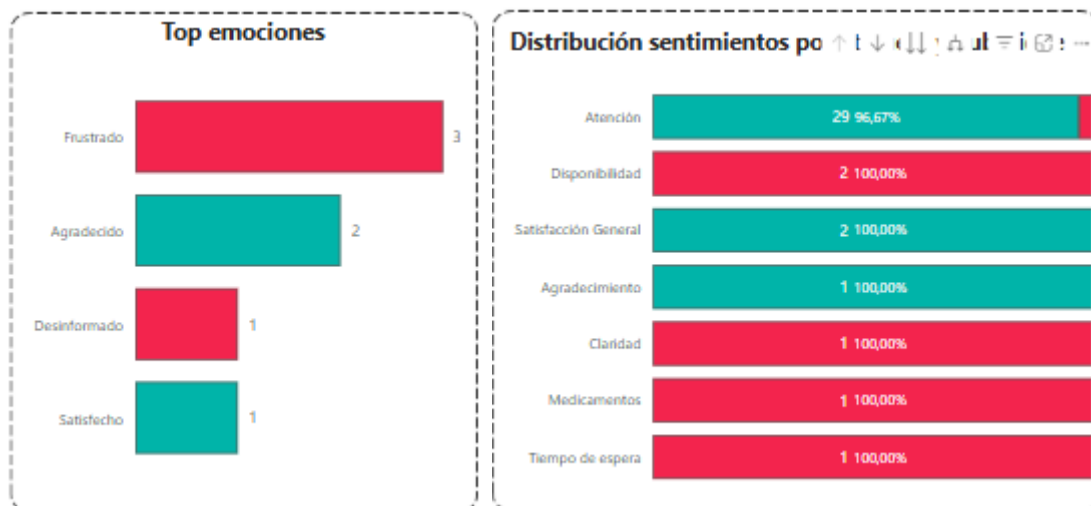
(5) pacientes manifestaron sentir satisfacción y (2) pacientes expresaron agradecimiento. Seguidamente, (3) pacientes manifestaron sentimiento de frustración, (1) paciente expresó desinformación, (1) paciente manifestó inconformidad y (1) paciente expresó insatisfacción.

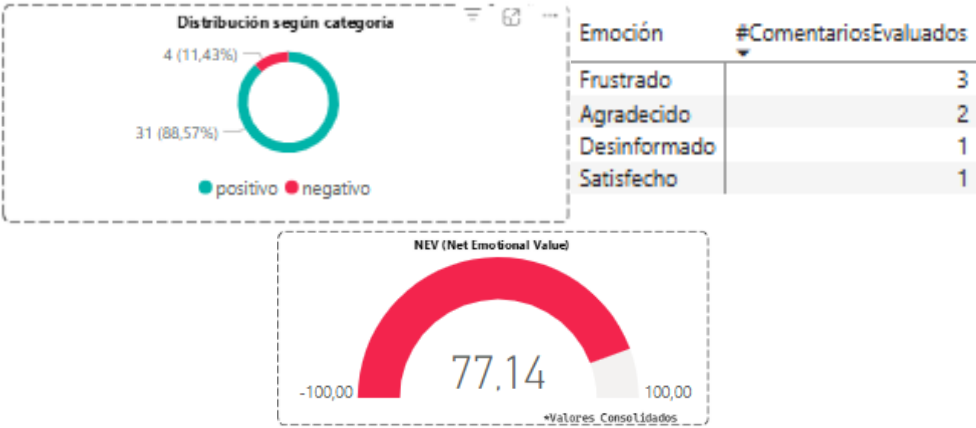
Si bien se cuenta con un buen indicador de **emociones positivas**, es importante ajustar la estrategia como una oportunidad de mejora continua y reforzar las estrategias al plan de acción según las **emociones negativas** obtenidas de la muestra.

Fórmula NEV: 78 emociones positivas (92,86%) – 22 emociones negativas (7,14%) = 85,71%

A continuación, se relaciona en los servicios donde los pacientes manifestaron sus emociones en el mes de enero de 2026.

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA





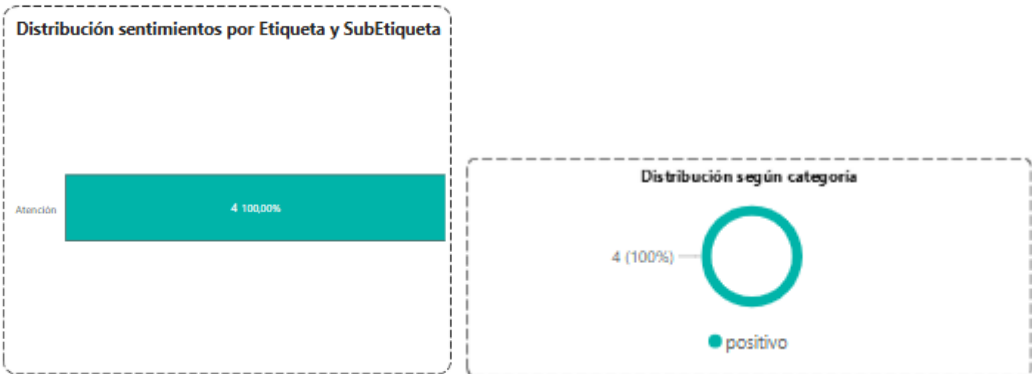
Análisis:

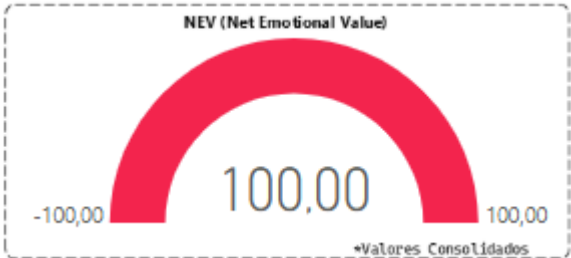
En el mes de enero de 2026, el servicio de consulta externa registró variedad de emociones entre los pacientes atendidos, (2) pacientes manifestaron sentir agradecimiento y (1) paciente expresó sentir satisfacción, el servicio de consulta externa alcanzó un (88,57%) de emociones positivas.

Acto seguido, (4) pacientes expresaron **emociones negativas** las cuales se discriminan así; (3) pacientes manifestaron sentir frustración y (1) paciente expresó desinformación, equivalente a (11,43%)

La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (67,14) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN

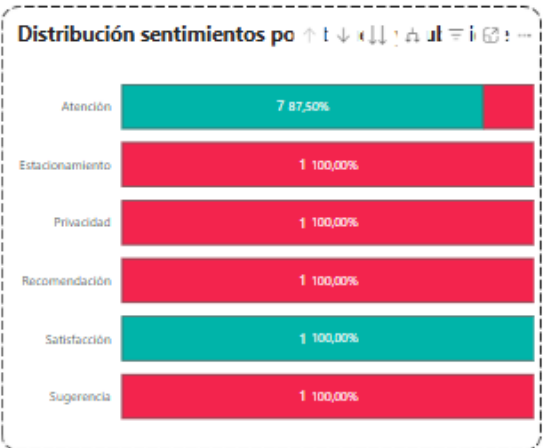
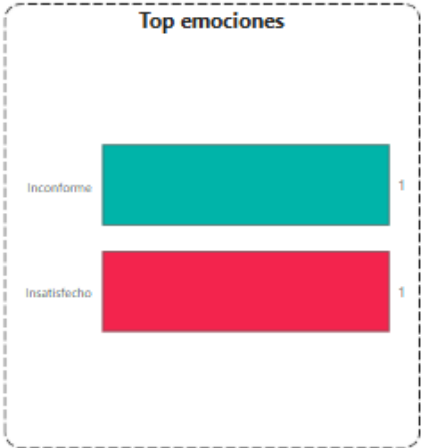




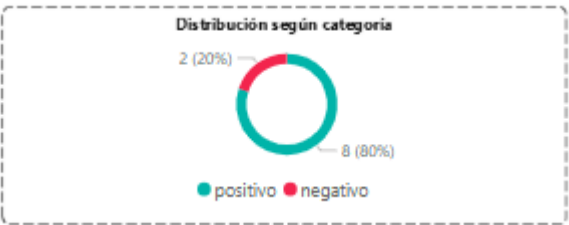
Análisis:

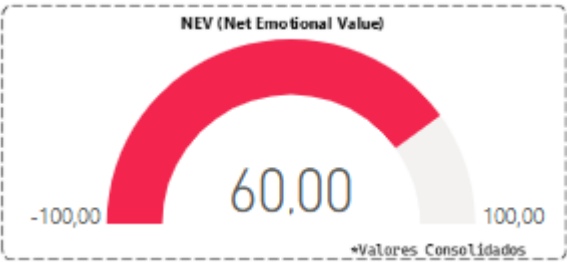
Para el mes de enero de 2026, la campaña de hospitalización logró alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**, predominando el sentimiento de atención.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Inconforme	1
Insatisfecho	1





Análisis:

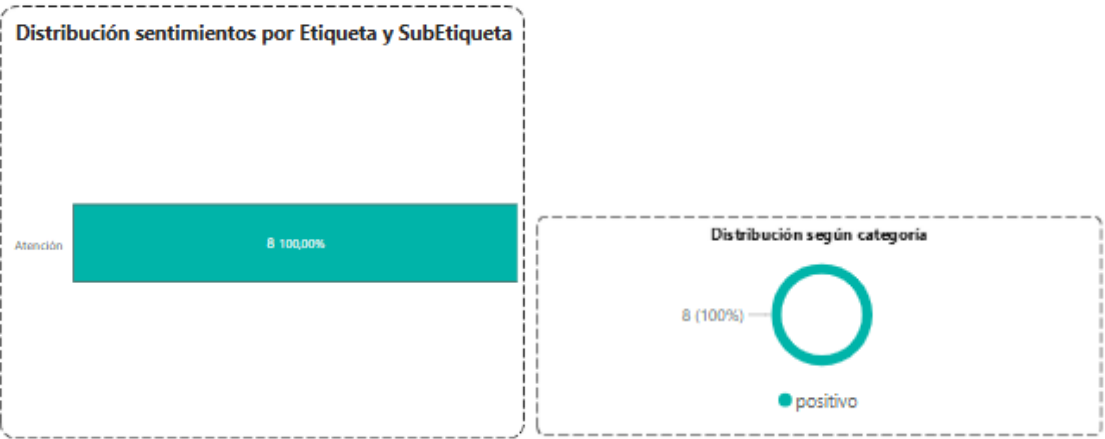
Para el mes de enero de 2026, la campaña de CMA ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (50) puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**.

En el top de emociones registran (2) sentimientos de inconformidad e insatisfacción, uno para cada uno.

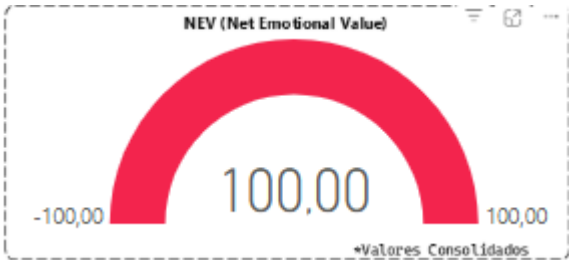
Si bien es un resultado positivo se requiere ajustar la estrategia e implementar acciones de mejora en el servicio.

CAMPAÑA DE URGENCIAS

Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta

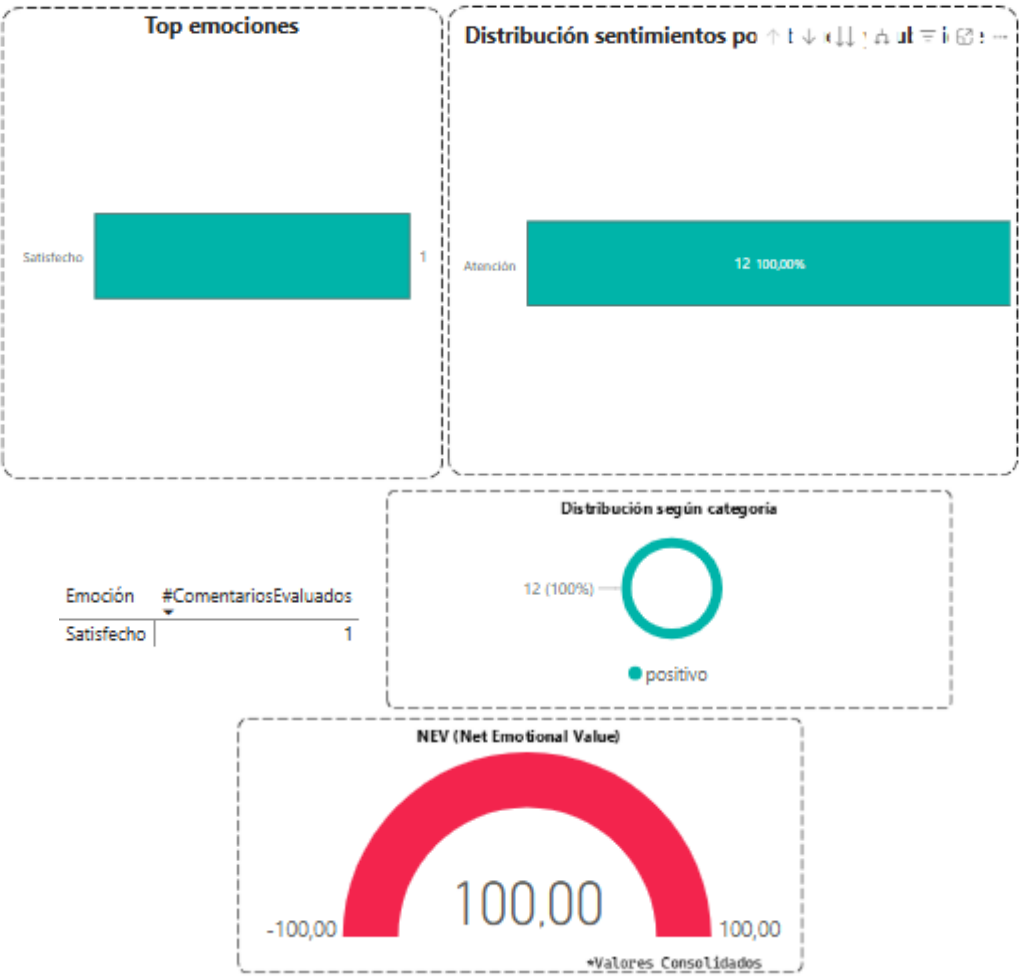


Distribución según categoría



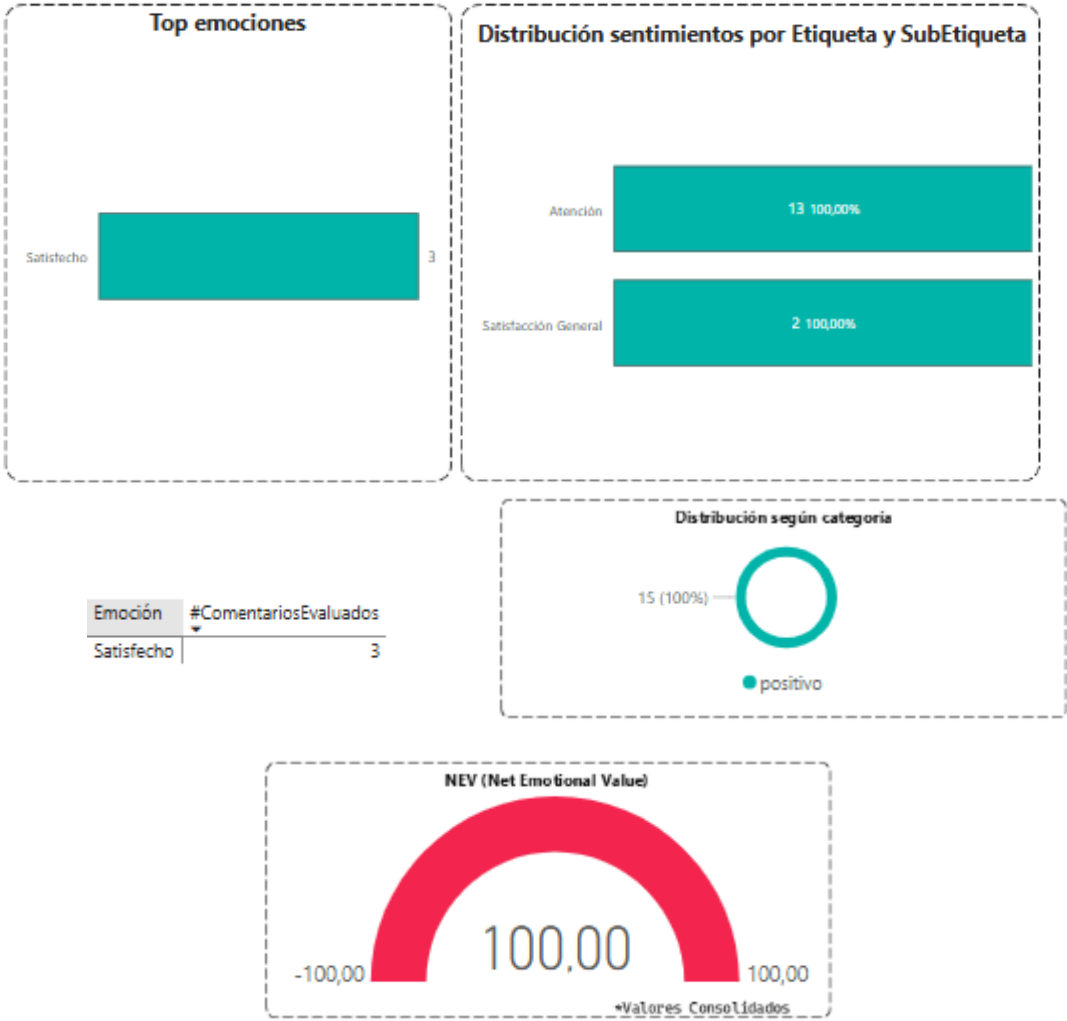
Análisis: Para el mes de enero de 2026, la campaña de urgencias logró alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**, predominando el sentimiento de atención.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN



Análisis:
La campaña de Imágenes Diagnósticas logró la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que muestra un resultado positivo en cuanto al sentimiento de satisfacción.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO



Análisis:

Para el mes de enero de 2026, la campaña de Laboratorio Clínico ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**, predominando las emociones de satisfacción general y atención.

**CONCLUSIONES DETECTADAS DURANTE EL PROCESO DE AUDITORÍA
FORTALEZAS O RECOMENDACIONES**

Incorporar los datos y análisis en ALMERA: Cada coordinación de campaña o servicio debe incluir los datos y análisis en ALMERA. En caso de desviación de la meta, se debe gestionar un plan de mejora o un punto de atención en ALMERA.