

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	25/03/2026
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Febrero
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 25/03/2026
Dirigido a:	Todo el personal

OBJETIVO:

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

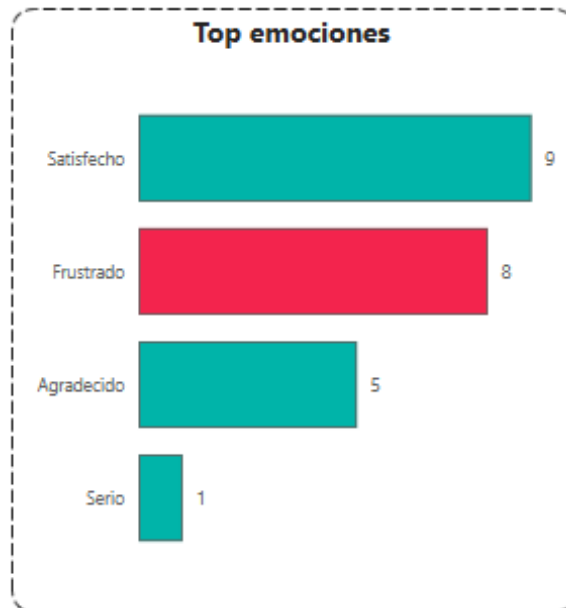
ALCANCE:

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.

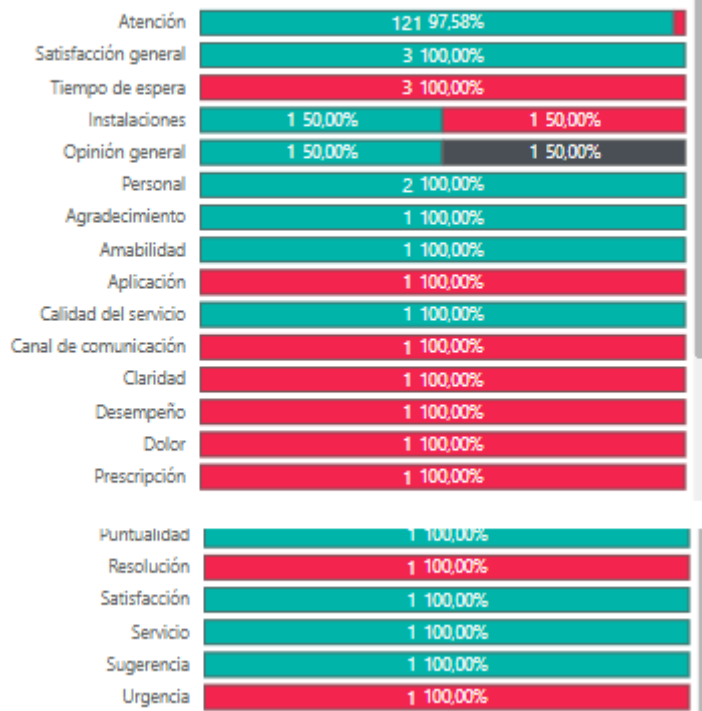
INFORME/ANÁLISIS:

INFORME DE AUDITORIA

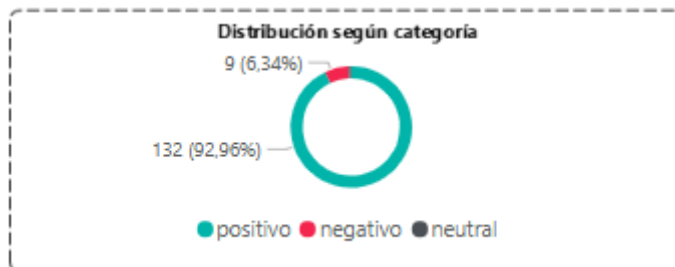
Para el mes de febrero de 2026, se relaciona el resultado de las siguientes emociones a nivel global, definido como “**Top de emociones**” las principales emociones:

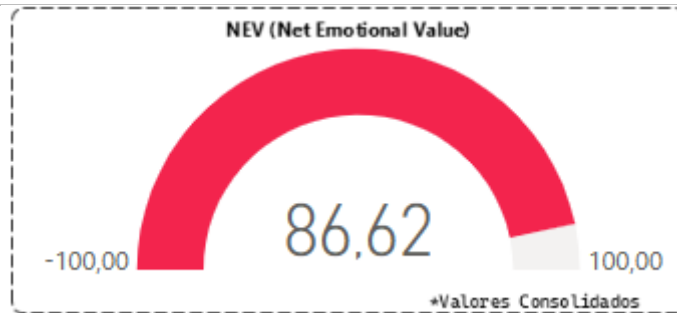


Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



Emoción	#ComentariosEvaluados
Satisfecho	9
Frustrado	8
Agradecido	5
Serio	1





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

Según los resultados correspondientes al mes de febrero de 2026, **NEV Global** alcanzó un valor de **(86,62%)**, superando la meta establecida de 10 en **(76,62)** puntos.

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

(9) pacientes manifestaron sentir satisfacción y **(5)** pacientes expresaron agradecimiento, por otro lado, **(8)** pacientes manifestaron sentimiento de frustración y **(1)** paciente expresó seriedad.

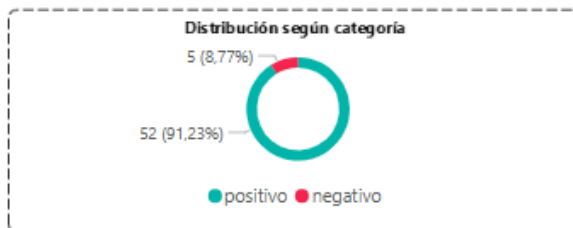
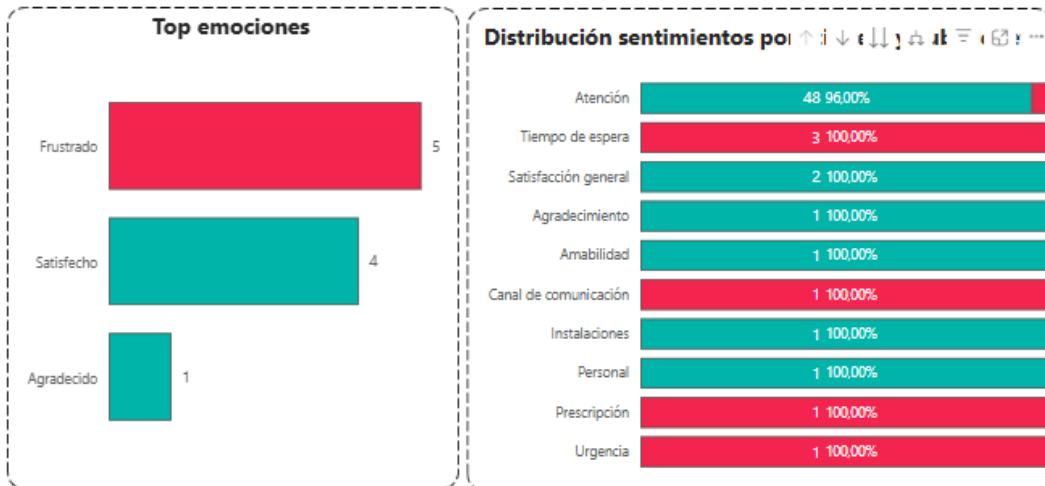
Si bien se cuenta con un buen indicador de **emociones positivas**, es importante ajustar la estrategia como una oportunidad de mejora continua y reforzar las estrategias al plan de acción según las **emociones negativas** obtenidas de la muestra.

Fórmula NEV: 132 emociones **positivas** (92,96%) – 9 emociones **negativas** (6,34%) = 86.62%

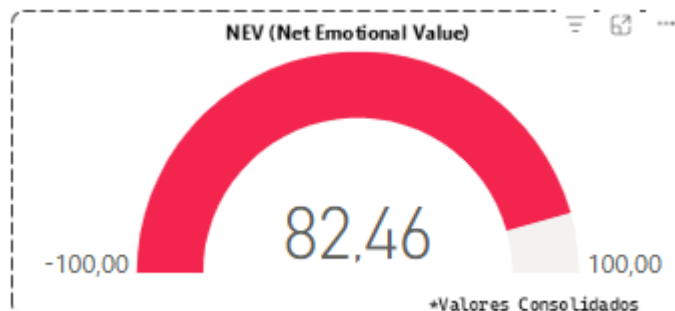
A continuación, se relaciona en los servicios donde los pacientes **manifestaron sus emociones** en el mes de enero de 2026.

Análisis:

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Frustrado	5
Satisfecho	4
Agradecido	1

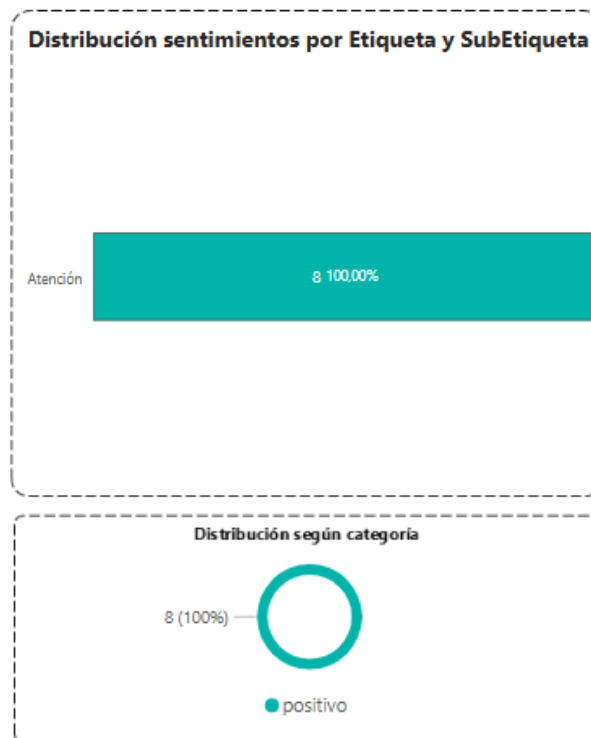


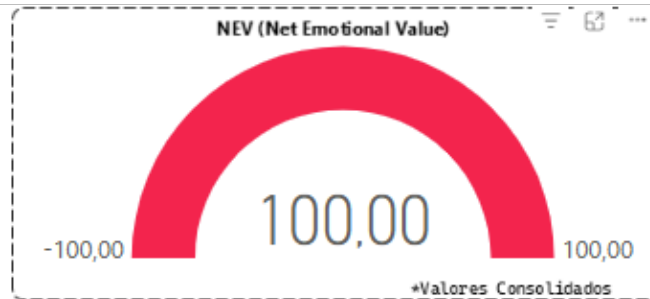
En el mes de febrero de 2026, el servicio de consulta externa registró variedad de emociones entre los pacientes atendidos, (4) pacientes manifestaron sentir satisfacción y (1) paciente expresó sentir agradecimiento, el servicio de consulta externa alcanzó un (91,23%) de **emociones positivas**.

Referente a las **emociones negativas**, se registró así (5) pacientes expresaron sentir frustración, equivalente a (8,77%).

La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (72,46%) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN

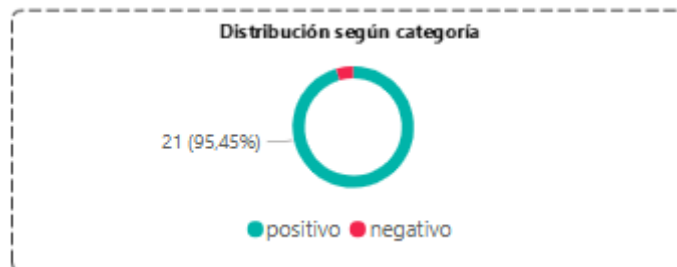
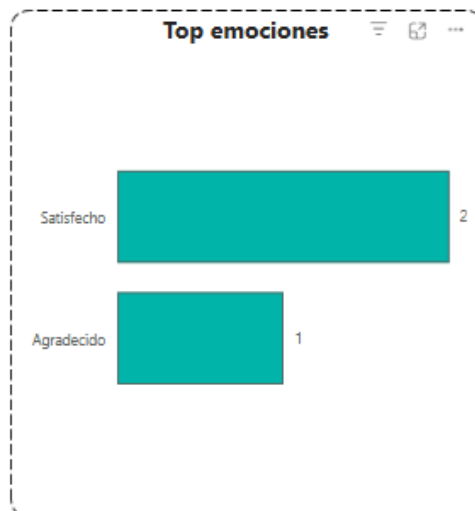


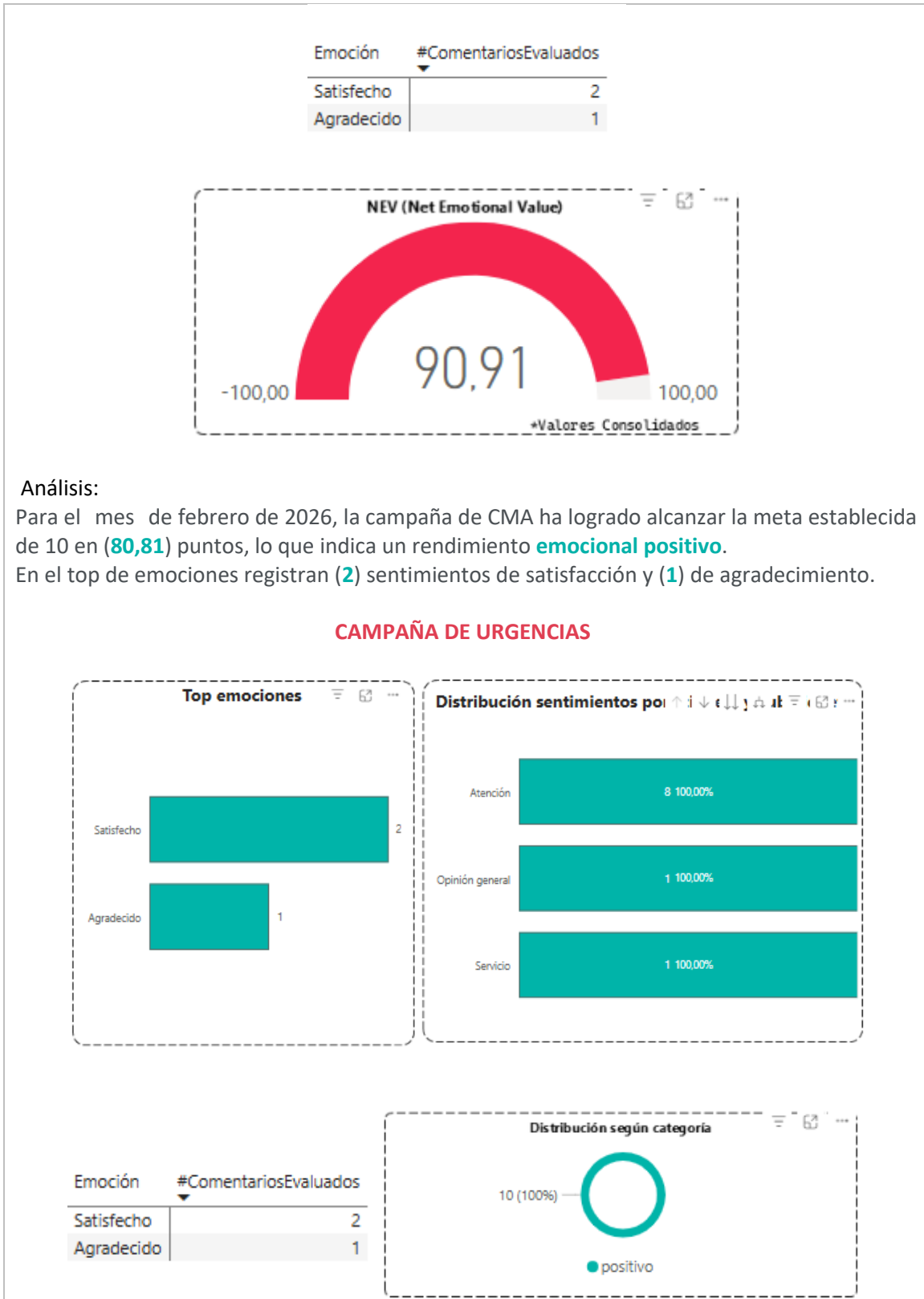


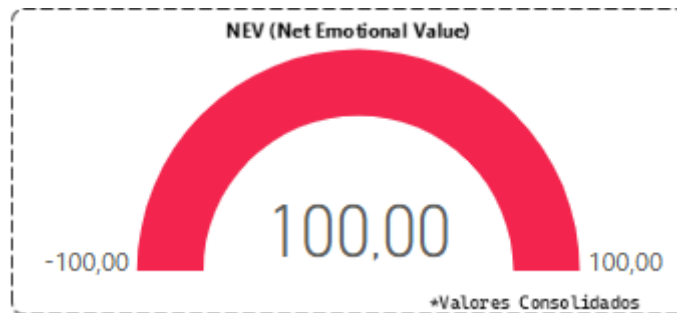
Análisis:

Para el mes de febrero 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

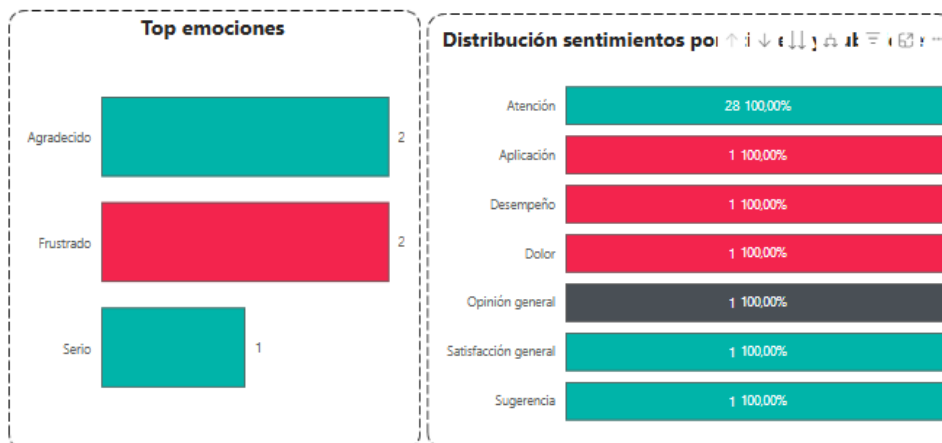






Análisis: Para el mes de febrero de 2026, la campaña de urgencias logró alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**, predominando el sentimiento de satisfacción.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	2
Frustrado	2
Serio	1



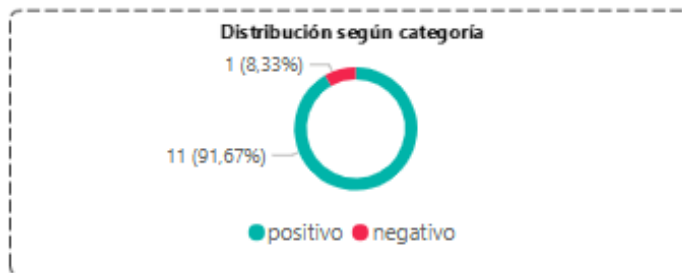
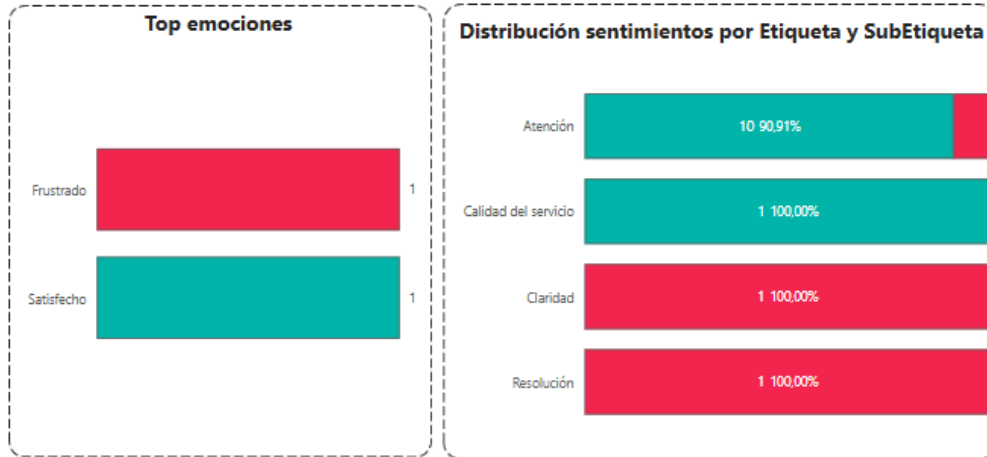
Análisis:

Para el mes de febrero de 2026, la campaña de Imágenes Diagnósticas ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (74,85) puntos.

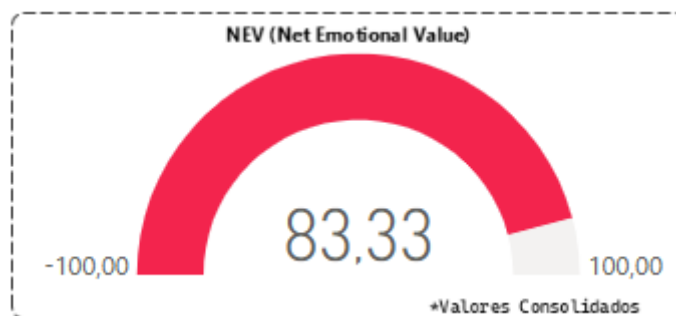
El top de la **emoción positiva** predominante corresponde a (2) pacientes que expresaron sentimiento de agradecimiento.

Ahora bien, para las **emociones negativas** se registraron (2) pacientes con sentimiento de frustración y (1) paciente expreso seriedad.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO



Emoción	#ComentariosEvaluados
Frustrado	1
Satisfecho	1



Análisis:

Para el mes de febrero de 2026, la campaña de Laboratorio Clínico ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en **(73,33)** puntos, lo que indica un rendimiento **emocional positivo**.

Se registró (1) **emoción positiva** de satisfacción logrando un **91,67%** y (1) **emoción negativa** de frustración con **8,33%**.

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.