

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	22/05/2026
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Abril
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Verificado por/Fecha:	Estadística 01/06/2026
Dirigido a:	Todo el personal

OBJETIVO:

Verificación de los resultados de la medición de emociones de los pacientes correspondientes al mes de abril de 2026, los cuales contribuyen al análisis y seguimiento del indicador corporativo NEV, permitiendo evaluar la percepción y experiencia del usuario frente a la atención recibida.

ALCANCE:

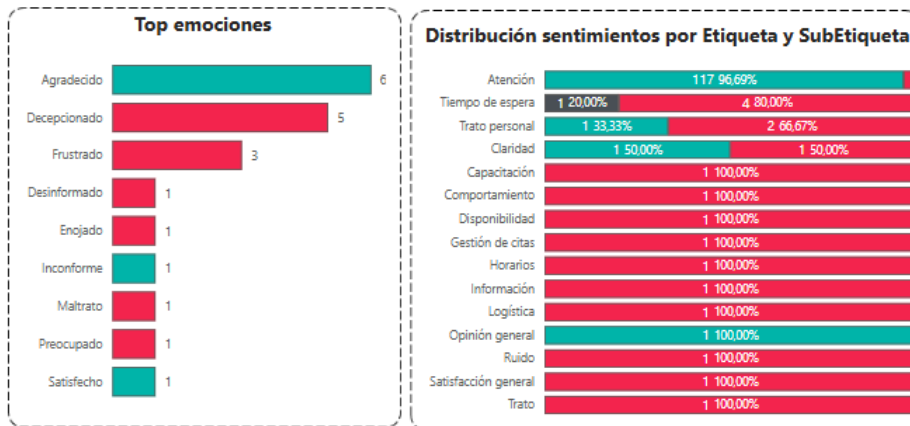
El proceso inicia con la exportación del NEV global y su respectiva discriminación por servicio. Posteriormente, se realiza el análisis de la información desde la perspectiva de la experiencia del paciente, identificando oportunidades de mejora y aspectos relevantes en la percepción del usuario.

Finalmente, los resultados consolidados son enviados a través de correo electrónico institucional.

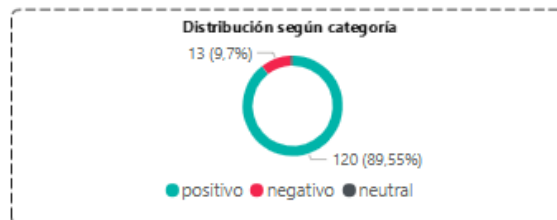
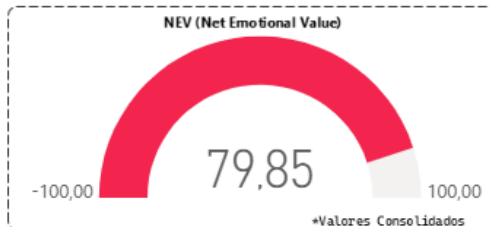
INFORME/ANÁLISIS:

INFORME DE AUDITORIA

Para el mes de abril de 2026, se presentan los resultados de las emociones a nivel global, identificando el “Top de emociones” como aquellas con mayor frecuencia de manifestación por parte de los pacientes, las cuales permiten evaluar la percepción y experiencia frente a la atención recibida.



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	6
Decepcionado	5
Frustrado	3
Desinformado	1
Enojado	1
Inconforme	1
Maltrato	1
Preocupado	1
Satisfecho	1



De acuerdo con los resultados obtenidos, el NEV Global alcanzó un valor de (79,85%), superando la meta establecida de 10 puntos, lo que evidencia un comportamiento favorable en la experiencia del paciente.

En cuanto a las emociones positivas, se identificaron manifestaciones de agradecimiento (6) y satisfacción (1), reflejando percepciones favorables frente a la atención recibida.

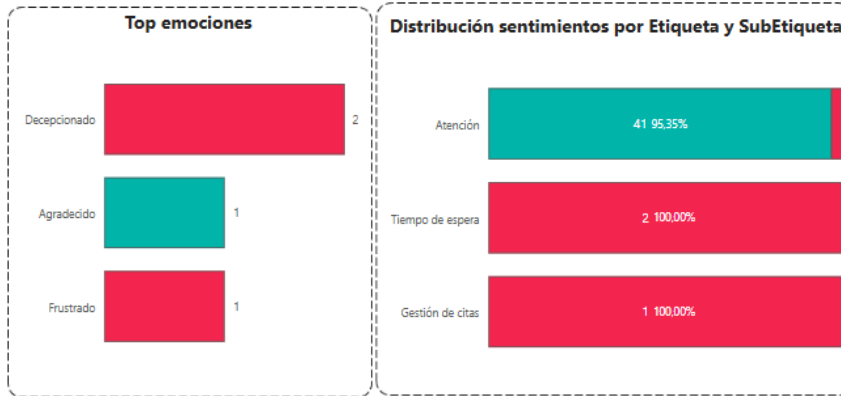
No obstante, también se evidenció una presencia relevante de emociones negativas. Se registraron (5) casos de decepción, (3) de frustración, así como manifestaciones individuales de desinformación (1), enojo (1), inconformidad (1), percepción de maltrato (1) y preocupación (1).

Lo anterior indica que, aunque el resultado global del indicador es positivo, persisten oportunidades de mejora relacionadas con la comunicación, la oportunidad en la atención y la calidad del servicio percibido por los pacientes.

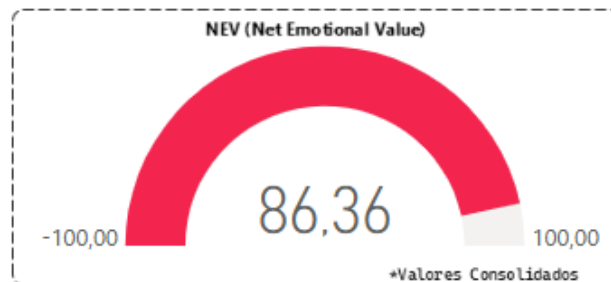
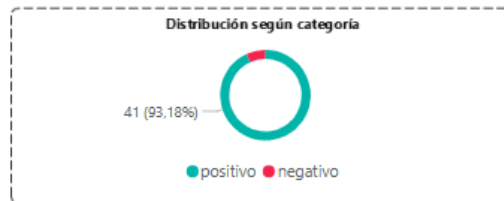
Fórmula NEV: emociones positivas (89,55%) – emociones negativas (9,7%) = 79,85%

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

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Decepcionado	2
Agradecido	1
Frustrado	1



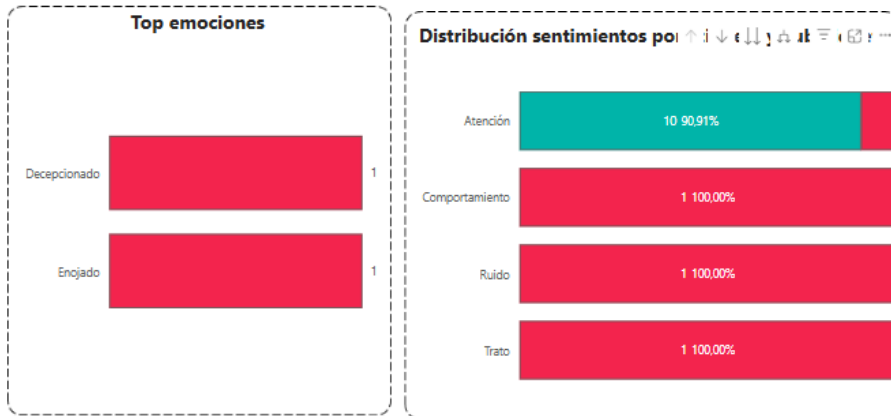
Análisis

Durante el mes de abril de 2026, el servicio de Consulta Externa evidenció la presencia tanto de emociones positivas como negativas.

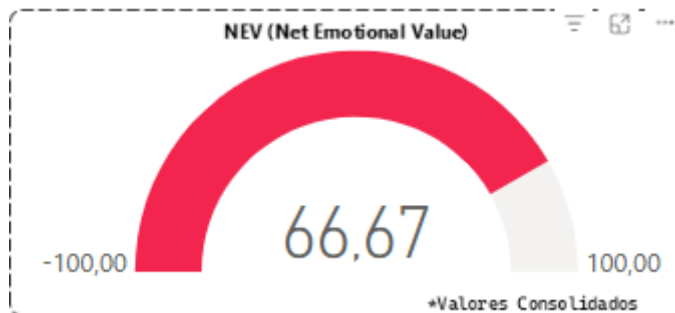
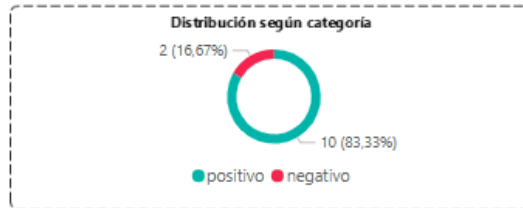
Se registró (1) emoción de agradecimiento, lo que refleja una percepción favorable en un caso; sin embargo, también se identificaron (2) emociones de decepción y (1) de

frustración, evidenciando oportunidades de mejora en la experiencia del paciente dentro del servicio.

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN



Emoción	#ComentariosEvaluados
Decepcionado	1
Enojado	1



Análisis

Para el mes de abril de 2026, el servicio de Hospitalización evidenció una predominancia de emociones negativas, registrando (1) emoción de decepción y (1) de enojo, de acuerdo con la categorización establecida.

Estas manifestaciones indican la necesidad de gestionar de manera prioritaria las percepciones negativas, así como de identificar las causas específicas que están generando insatisfacción en los pacientes, con el fin de implementar planes de mejora orientadas a la calidad del servicio.

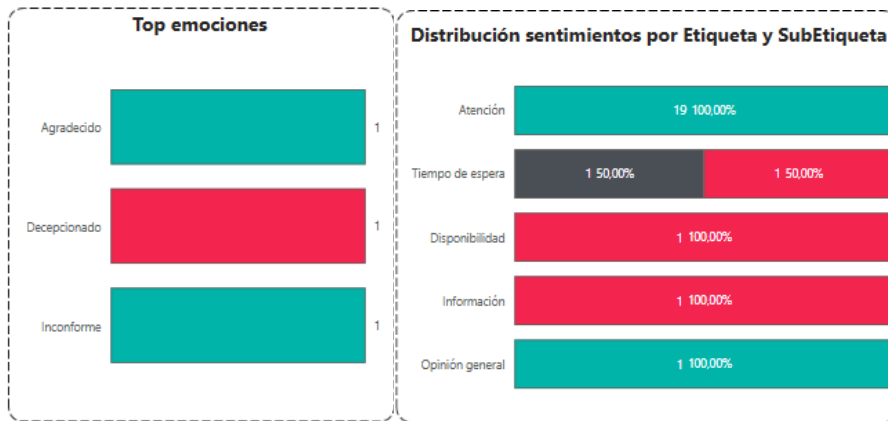
Asimismo, el indicador del servicio de Hospitalización alcanzó un valor de (66,67), superando la meta establecida de 10 puntos, lo que refleja un desempeño global favorable; sin embargo, se deben fortalecer las estrategias enfocadas en la experiencia del paciente para reducir la incidencia de emociones negativas.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA

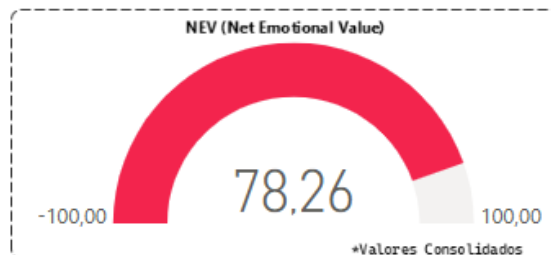
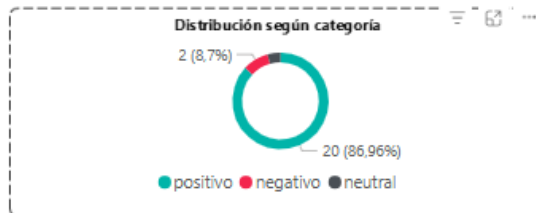


En contraste con lo anterior, el indicador alcanzó un valor de (76,47) puntos, superando la meta establecida de 10 puntos, lo que refleja un rendimiento emocional global positivo. Sin embargo, se hace necesario ajustar estrategias que mitiguen las experiencias negativas identificadas.

CAMPAÑA DE URGENCIAS



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	1
Decepcionado	1
Inconforme	1



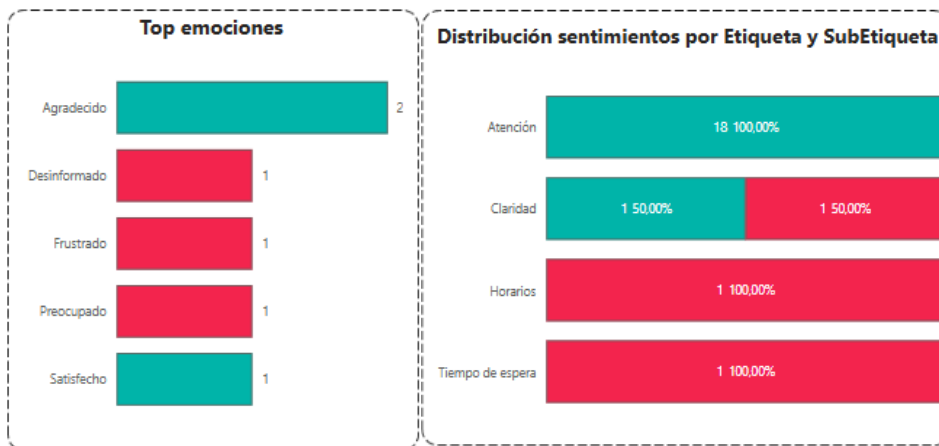
Análisis

Para el mes de abril de 2026, el servicio de Urgencias logró alcanzar un resultado de (78,26) puntos, superando la meta establecida de 10 puntos, lo que evidencia un desempeño favorable en el indicador.

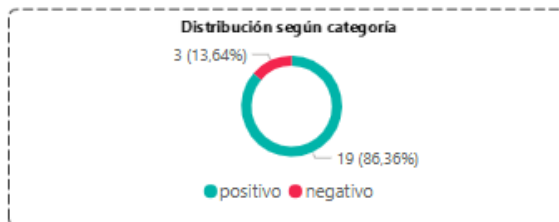
En cuanto a la percepción emocional, se identificó una emoción positiva de agradecimiento, reflejando una experiencia satisfactoria. No obstante, también se registraron (2) emociones negativas, correspondientes a (1) de decepción y (1) de inconformidad.

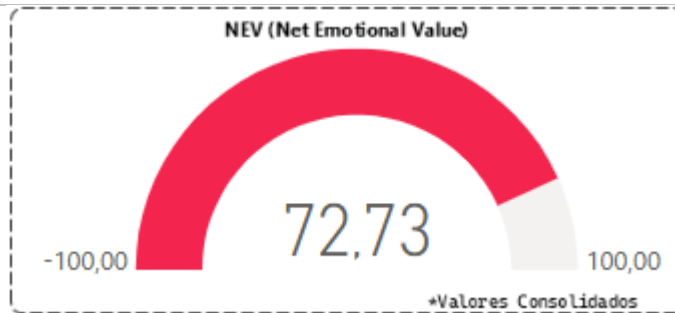
Lo anterior indica la necesidad de profundizar en el análisis de las causas que generan estas emociones negativas, con el fin de establecer e implementar planes de mejora orientados a fortalecer la calidad del servicio y la experiencia del paciente.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGENOLÓGÍA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	2
Desinformado	1
Frustrado	1
Preocupado	1
Satisfecho	1





Análisis

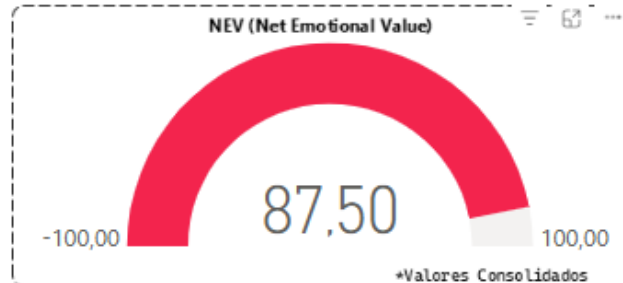
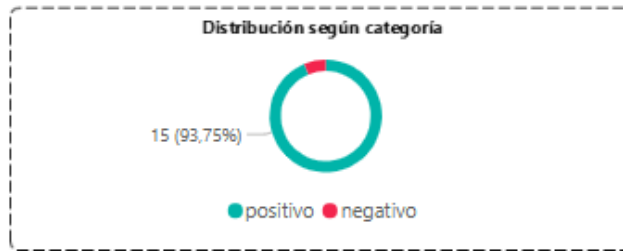
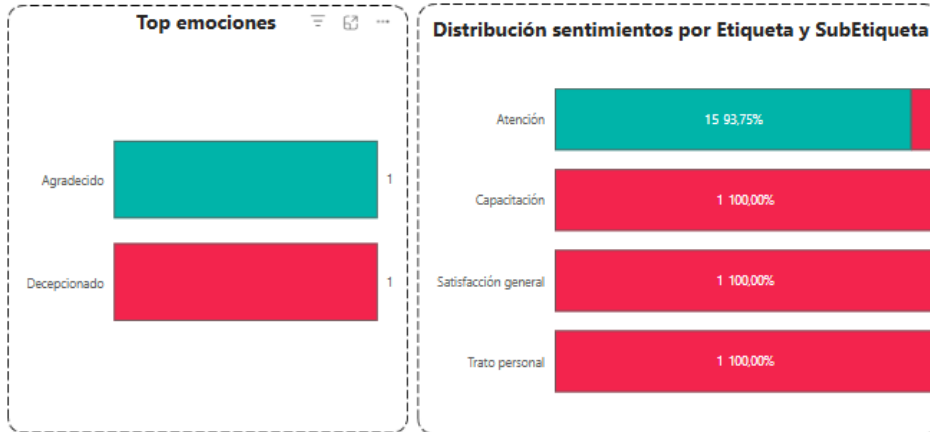
Para el mes de abril de 2026, el servicio de Imágenes Diagnósticas alcanzó un resultado de (72,73) puntos, superando la meta establecida de 10 puntos, lo que evidencia un desempeño favorable en el indicador.

En cuanto a la experiencia del paciente, se identificó como top de emociones positivas la presencia de (2) manifestaciones de agradecimiento y (1) de satisfacción, reflejando percepciones favorables frente a la atención recibida.

Considerando lo anterior, también se registraron emociones negativas, entre ellas (1) de desinformación, (1) de frustración y (1) de preocupación, lo cual evidencia la necesidad de fortalecer aspectos relacionados con la comunicación, orientación al paciente y manejo de expectativas.

Lo anterior sugiere la importancia de implementar planes de mejora enfocadas en la experiencia del usuario, con el fin de reducir la incidencia de emociones negativas y consolidar la calidad del servicio.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO



Análisis

Para el mes de abril de 2026, el servicio de Laboratorio Clínico presentó un total de dos (2) emociones, correspondientes a una (1) positiva y una (1) negativa. La emoción positiva identificada fue de agradecimiento, mientras que la emoción negativa correspondió a decepción.

La presencia de decepción en los pacientes evidencia la necesidad de analizar y comprender las causas que están generando esta percepción, con el fin de implementar planes de mejora orientadas a fortalecer la calidad del servicio y la satisfacción del paciente.

Aun así, el servicio de Laboratorio Clínico alcanzó un resultado de (77,50) puntos, superando ampliamente la meta establecida de 10 puntos, lo que refleja un desempeño global favorable en el indicador. Sin embargo, se hace necesario continuar trabajando en la reducción de experiencias negativas para garantizar una atención integral y de calidad.

**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.