

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	20/08/2026
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Julio
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Verificado por/Fecha:	Estadística 20/08/2026
Dirigido a:	Todo el personal

OBJETIVO:

Verificar los resultados de la medición de emociones de los pacientes correspondientes al mes de julio de 2026, con el fin de apoyar el análisis y seguimiento del indicador corporativo NEV y evaluar la percepción de los usuarios frente a la atención recibida.

ALCANCE:

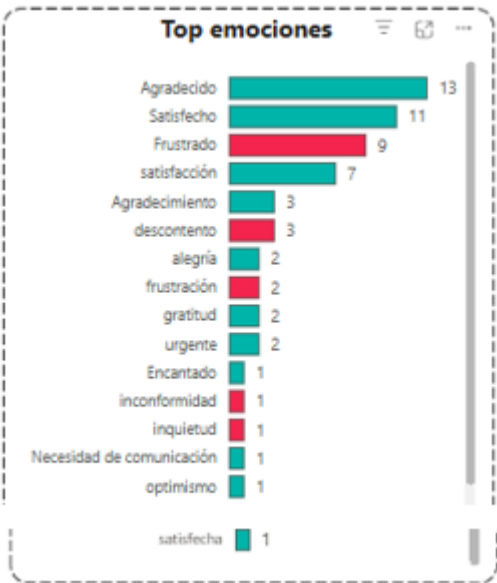
El proceso inicia con la exportación del NEV global y su respectiva discriminación por servicio. Posteriormente, se realiza el análisis de la información desde la perspectiva de la experiencia del paciente, identificando oportunidades de mejora y aspectos relevantes en la percepción del usuario.

Finalmente, los resultados consolidados y su análisis son comunicados a los líderes y responsables de los servicios mediante correo electrónico.

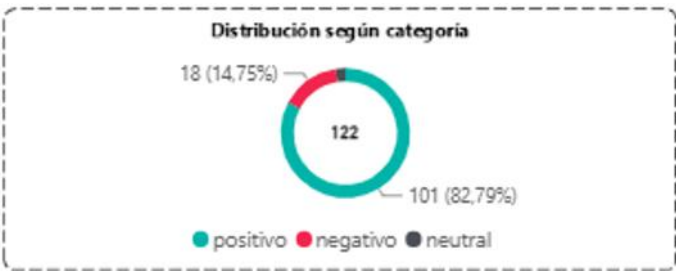
INFORME/ANÁLISIS:

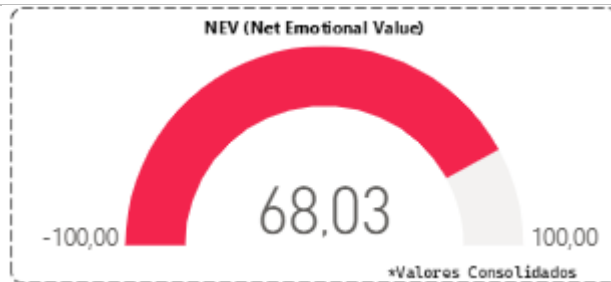
INFORME DE AUDITORIA

Para el mes de julio 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	13
Satisfecho	11
Frustrado	9
satisfacción	7
Agradecimiento	3
descontento	3
alegría	2
frustración	2
gratitud	2
urgente	2
Encantado	1
inconformidad	1
inquietud	1
Necesidad de comunicación	1
optimismo	1
satisfecha	1





Durante el mes de julio, se evidencia una tendencia favorable en la experiencia de los usuarios, caracterizada principalmente por sentimientos de **agradecimiento y satisfacción**. No obstante, la **frustración** continúa siendo la principal emoción negativa reportada, lo que indica la necesidad de revisar procesos específicos que están afectando la percepción de algunos usuarios y fortalecer las estrategias de comunicación y atención oportuna.

Las emociones relacionadas con el agradecimiento alcanzan 16 registros (13 de 'Agradecido' y 3 de 'Agradecimiento', constituyéndose como la categoría emocional más representativa. De igual forma, las emociones asociadas a la **satisfacción** suman **19 registros**, reflejando una percepción positiva sobre la atención, el acompañamiento y la resolución de necesidades.

No obstante, se identifican aspectos que requieren atención. La emoción **de frustración** registra **9 casos**, siendo la principal emoción negativa reportada. Esta situación está relacionada con dificultades en los tiempos de respuesta, barreras en la gestión de solicitudes o expectativas no satisfechas por parte de algunos usuarios.

Asimismo, aunque con menor frecuencia, aparecen emociones como **descontento, inconformidad, inquietud y necesidad de comunicación**, las cuales sugieren oportunidades de fortalecimiento en los procesos de información, orientación y seguimiento.

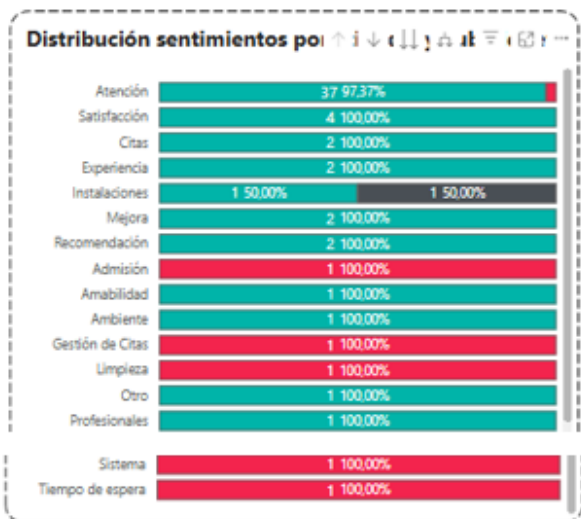
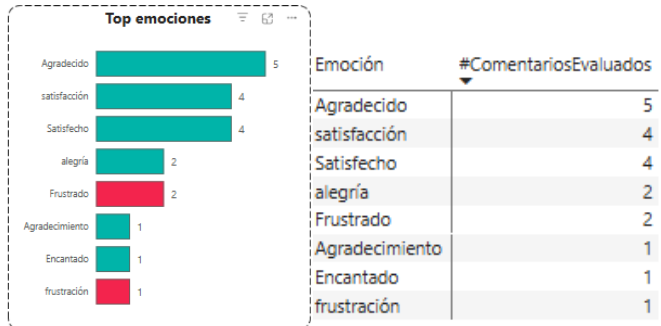
El **82,79%** de las emociones reportadas corresponden a percepciones positivas.

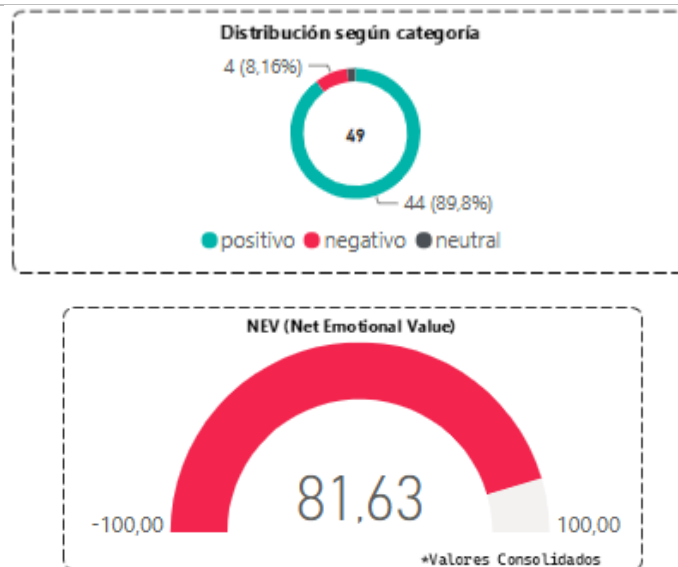
El **14,75%** reflejan situaciones de insatisfacción, preocupación o necesidad de mejora.

Formula NEV: emociones positivas (82,79%) - emociones negativas (14,75%) = 68,03%

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

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA





Análisis

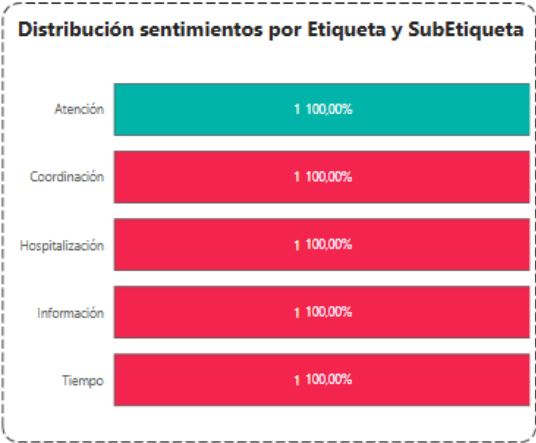
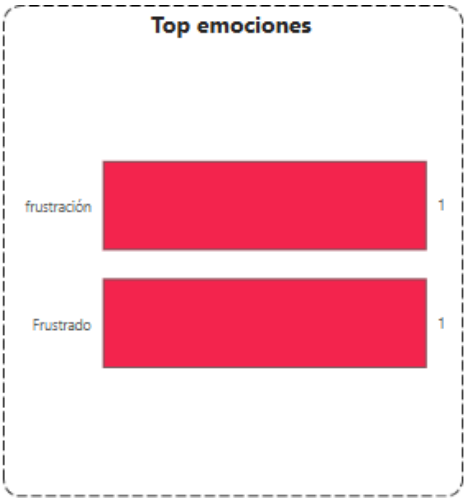
Durante el mes de julio, el servicio de Consulta Externa presentó una percepción positiva por parte de la mayoría de los usuarios, destacándose la satisfacción y el agradecimiento como las emociones más frecuentes. No obstante, es importante analizar las situaciones asociadas a los casos de frustración para fortalecer continuamente la calidad de la atención y la experiencia de los pacientes.

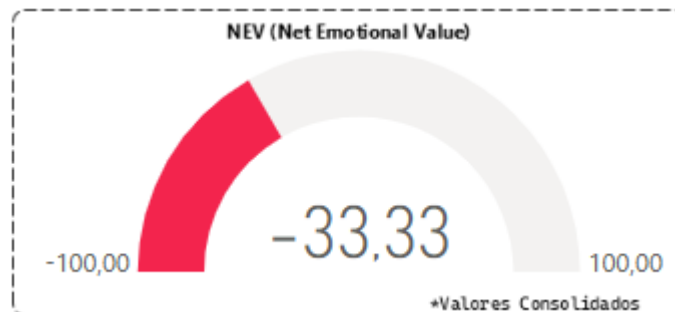
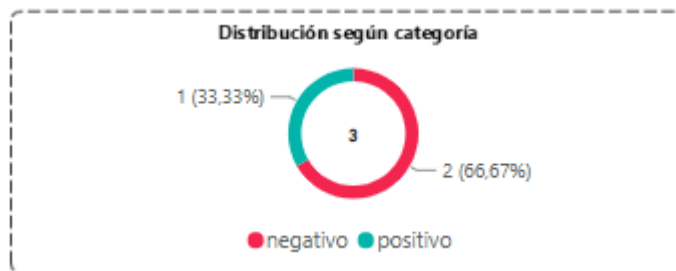
Los resultados evidencian una percepción mayoritariamente positiva por parte de los usuarios atendidos en Consulta Externa. Las emociones de satisfacción, agradecimiento, alegría y encantado representan la mayoría de los registros, lo que refleja una buena experiencia durante la atención y una valoración favorable de los servicios prestados.

La emoción predominante fue la satisfacción, seguida por el agradecimiento, indicadores que sugieren cumplimiento de las expectativas de los usuarios y reconocimiento hacia el personal de salud y administrativo.

Por otra parte, se registraron 3 casos de frustración, aspecto que requiere seguimiento para identificar posibles oportunidades de mejora relacionadas con tiempos de atención, procesos administrativos, comunicación o resolución de necesidades de los usuarios.

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN





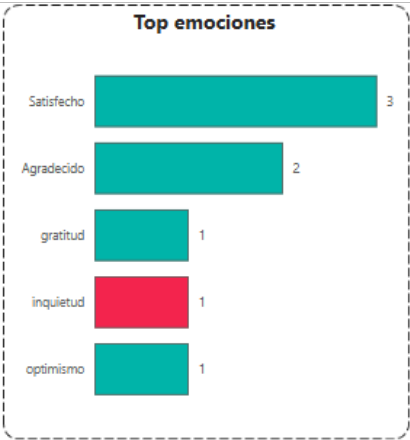
Análisis

Los resultados obtenidos muestran una percepción que requiere atención y seguimiento por parte del servicio de Hospitalización.

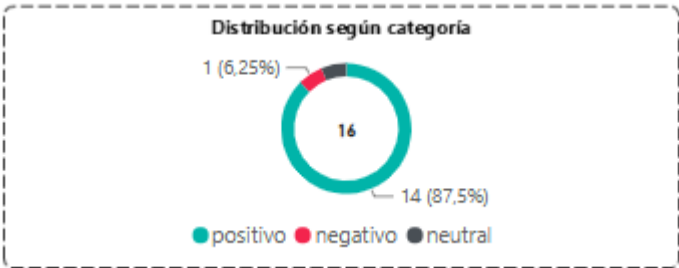
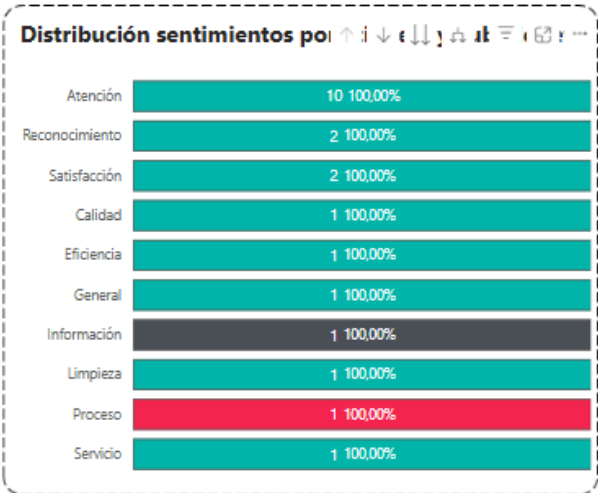
Durante el mes de julio, en el servicio de Hospitalización se evidenció una variabilidad en las emociones manifestadas por los usuarios, predominando percepciones poco favorables frente a la experiencia de atención. En este período, 2 pacientes expresaron sentimientos de frustración, lo que refleja la existencia de situaciones que pudieron generar insatisfacción o dificultades durante su estancia hospitalaria.

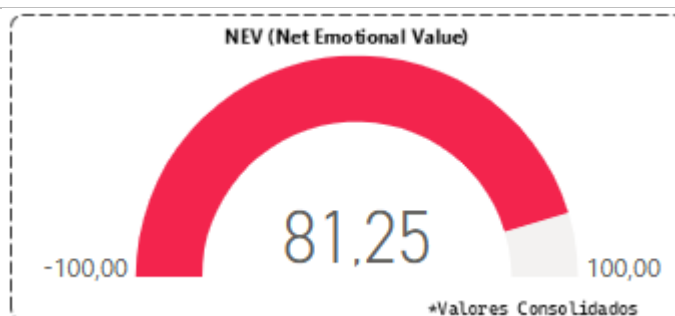
La presencia de esta emoción negativa está relacionada con diversos factores, como expectativas no cumplidas, tiempos de respuesta, procesos asistenciales o aspectos de comunicación con el personal. Por ello, resulta importante profundizar en las causas que originaron estas manifestaciones para implementar acciones de mejora orientadas a fortalecer la experiencia del usuario.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Satisfecho	3
Agradecido	2
gratitud	1
inquietud	1
optimismo	1





Análisis

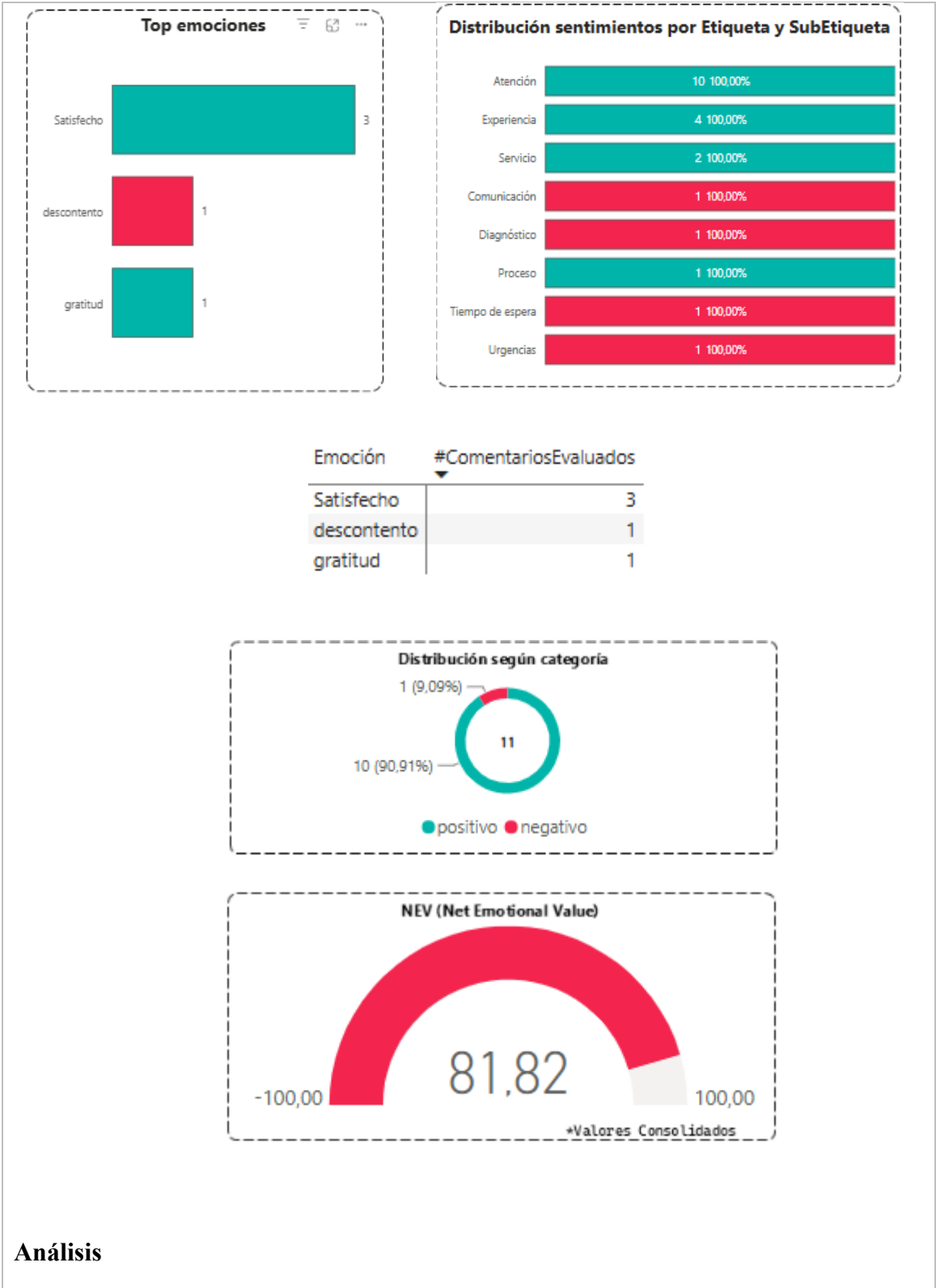
Los resultados del mes de julio en el servicio de Cirugía evidencian una percepción mayoritariamente positiva por parte de los usuarios, ya que el 87,5% de las emociones registradas correspondieron a experiencias favorables. Se destaca la satisfacción y el agradecimiento como las emociones predominantes, lo que refleja una atención centrada en el paciente y una adecuada calidad del servicio. No obstante, se recomienda continuar fortaleciendo los procesos de información y acompañamiento para atender oportunamente las inquietudes manifestadas por algunos usuarios y seguir mejorando su experiencia de atención.

La emoción más frecuente fue la satisfacción, expresada por 3 pacientes, lo que indica que la atención brindada cumplió con las expectativas de los usuarios en aspectos relacionados con la calidad del servicio, el trato recibido y el acompañamiento durante su proceso de atención. Asimismo, 2 pacientes manifestaron agradecimiento, evidenciando reconocimiento hacia el personal de salud por la atención brindada.

De igual manera, se registraron manifestaciones de gratitud y optimismo, emociones que reflejan confianza en el proceso de recuperación y una percepción positiva de la atención prestada. Estas emociones son indicadores importantes de una experiencia satisfactoria y de una adecuada interacción entre los usuarios y el equipo asistencial.

Es importante fortalecer las estrategias de comunicación y educación al paciente para disminuir la ansiedad y generar mayor tranquilidad durante su proceso quirúrgico.

CAMPAÑA DE URGENCIAS

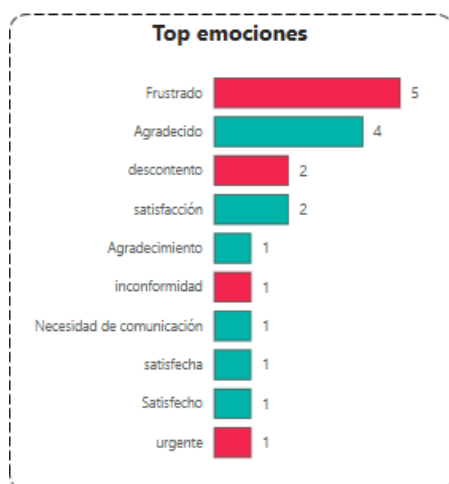


Los resultados obtenidos en el servicio de Urgencias durante el mes de julio muestran una tendencia favorable, ya que el 90,91% de las emociones registradas correspondieron a percepciones positivas (satisfacción y gratitud). Sin embargo, la presencia de manifestaciones de descontento resalta la importancia de continuar fortaleciendo los procesos de atención y seguimiento a las experiencias de los usuarios, promoviendo estrategias de mejora continua que contribuyan a una atención más humanizada, oportuna y centrada en las necesidades de los pacientes.

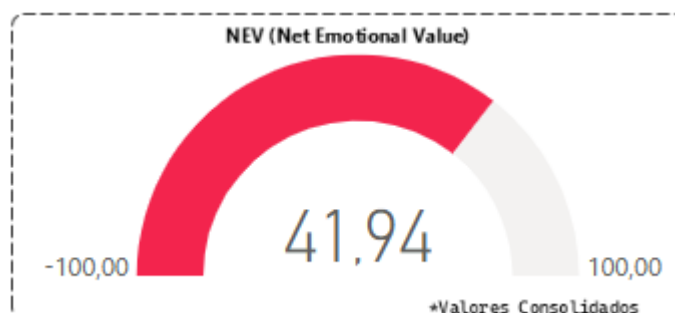
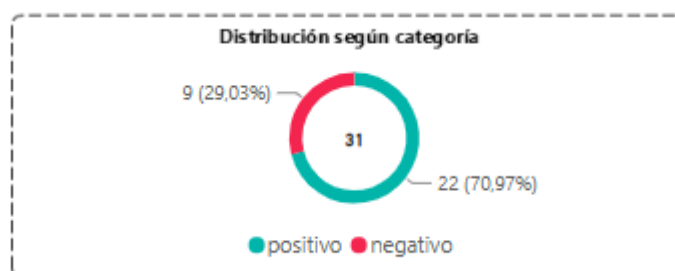
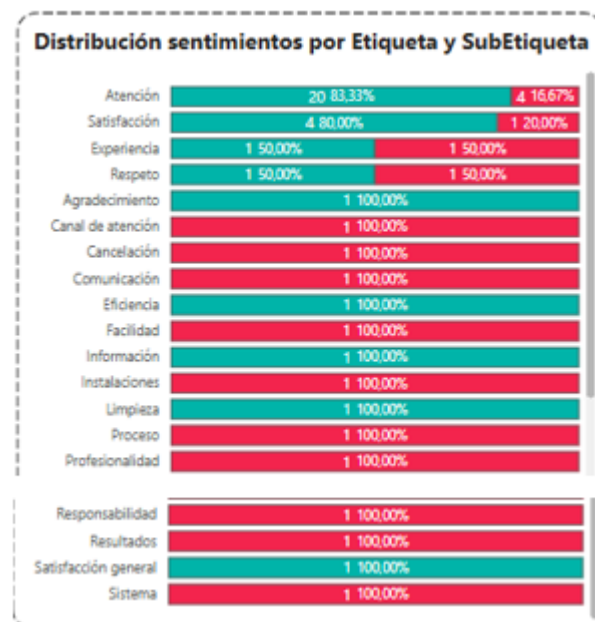
La emoción predominante fue la satisfacción, expresada por 3 pacientes, lo que indica que la mayoría de los usuarios percibieron favorablemente la atención brindada, evidenciando cumplimiento de sus expectativas y una experiencia satisfactoria durante su estancia en el servicio. Adicionalmente, 1 paciente manifestó gratitud, emoción que refleja reconocimiento y valoración hacia el personal asistencial y el acompañamiento recibido durante el proceso de atención.

Por otro lado, un paciente expresó descontento, situación que sugiere la existencia de aspectos susceptibles de mejora relacionados con la experiencia del usuario. Este resultado hace necesario analizar las posibles causas asociadas, tales como tiempos de espera, comunicación, oportunidad en la atención o condiciones del servicio, con el fin de implementar acciones correctivas que permitan fortalecer la satisfacción de los usuarios.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGENOLÓGÍA



Emoción	#ComentariosEvaluados
Frustrado	5
Agradecido	4
descontento	2
satisfacción	2
Agradecimiento	1
inconformidad	1
Necesidad de comunicación	1
satisfecha	1
Satisfecho	1
urgente	1



Análisis

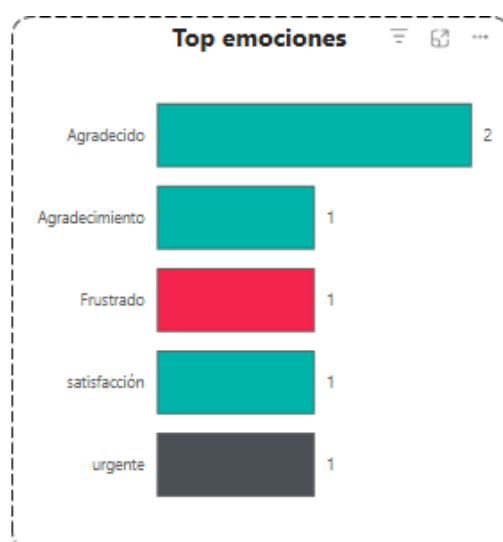
Durante el mes de julio, el servicio de Imagenología registró una importante diversidad de emociones expresadas por los usuarios, lo que permite obtener una visión integral de su experiencia durante la atención. En total se recopilieron 31 manifestaciones emocionales, reflejando tanto aspectos altamente valorados por los pacientes como oportunidades de mejora para el servicio.

Estos resultados evidencian que un número significativo de usuarios reconoció positivamente la atención recibida, el trato del personal y la calidad de los servicios prestados, aspectos especialmente valiosos en un contexto de atención oncológica donde la empatía y la humanización juegan un papel fundamental.

Sin embargo, también se identificaron emociones que requieren un análisis más profundo. Se registraron 5 casos de frustración, siendo esta una de las emociones más recurrentes junto con el agradecimiento. Asimismo, 2 pacientes manifestaron descontento, 1 paciente se mostró inconforme, 1 expresó necesidad de comunicación y 1 manifestó urgencia.

Las manifestaciones de frustración, descontento e inconformidad pueden estar relacionadas con factores como tiempos de espera para la realización o entrega de resultados, barreras en los procesos de atención, demoras administrativas o inquietudes durante el proceso diagnóstico. De igual manera, la necesidad de comunicación expresada por uno de los usuarios señala la importancia de fortalecer la información brindada, garantizando que los pacientes comprendan claramente los procedimientos, tiempos y pasos a seguir en su atención. La emoción de urgencia podría estar asociada a la importancia que tienen los resultados diagnósticos para los pacientes oncológicos, quienes suelen experimentar altos niveles de incertidumbre frente a su estado de salud.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO



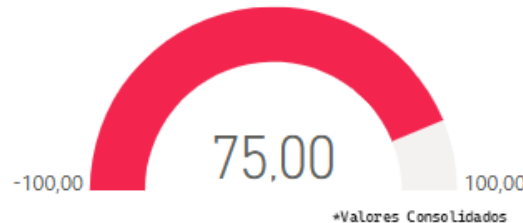
Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



Distribución según categoría



NEV (Net Emotional Value)



Análisis

Durante el mes de julio, en el servicio de Laboratorio se registraron 12 manifestaciones emocionales por parte de los usuarios, evidenciando una tendencia predominantemente positiva, aunque también se identificaron algunas situaciones que requieren seguimiento para fortalecer la experiencia de atención.

La emoción más frecuente fue el agradecimiento, expresada por 3 pacientes, lo que refleja el reconocimiento de los usuarios hacia la atención recibida, la amabilidad del personal y el acompañamiento brindado durante el proceso de toma o entrega de exámenes. Asimismo, un paciente manifestó satisfacción, indicando que el servicio cumplió con sus expectativas en cuanto a calidad y oportunidad de la atención.

Por otra parte, se registró 1 caso de frustración, emoción que está asociada a situaciones relacionadas con tiempos de espera, procesos administrativos o dificultades durante la prestación del servicio. Además, un paciente expresó urgencia, lo que podría reflejar la necesidad de una atención más oportuna o la preocupación frente a la obtención de resultados diagnósticos.

En términos generales, las emociones positivas representaron el 83,33% de los registros, mientras que las emociones que sugieren oportunidades de mejora correspondieron al 8,3%. Estos resultados muestran una percepción favorable de la mayoría de los usuarios, aunque resaltan la importancia de continuar fortaleciendo la oportunidad en la atención, la comunicación y el acompañamiento a los pacientes.

Conclusiones Generales

Durante julio de 2026 el indicador NEV institucional alcanzó un resultado de 68,03%, evidenciando una percepción predominantemente positiva por parte de los usuarios. Los servicios de Consulta Externa, Cirugía y Urgencias mostraron resultados favorables, mientras que Hospitalización presentó oportunidades de mejora relacionadas con las emociones de frustración manifestadas por los pacientes. Se recomienda continuar fortaleciendo la comunicación, la oportunidad en la atención y el seguimiento a los casos de insatisfacción identificados.

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.