

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud

| | |
|---|---------------------------------|
| Fecha de realización (DD/MM/AAAA): | 20/11/2025 |
| Tipo informe: | Informe NEV-Net Emotional Value |
| Fuente de información: | OPINAT |
| Mes que corresponde informe: | Octubre |
| Realizado por: | Auxiliar Administrativa SIAU |
| Verificado por/Fecha: | Estadística/ 20/11/2025 |
| Dirigido a: | Todo el personal |

OBJETIVO:

Verificar el resultado de las emociones de los pacientes del mes de octubre 2025 que confieren a indicador corporativo NEV.

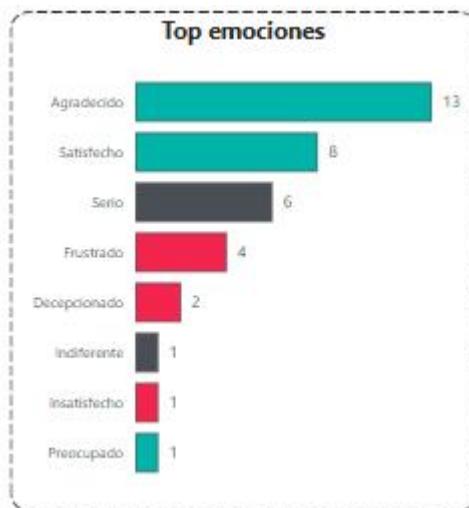
ALCANCE:

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 gerencial y dirección de calidad corporativa.

INFORME/ANÁLISIS:

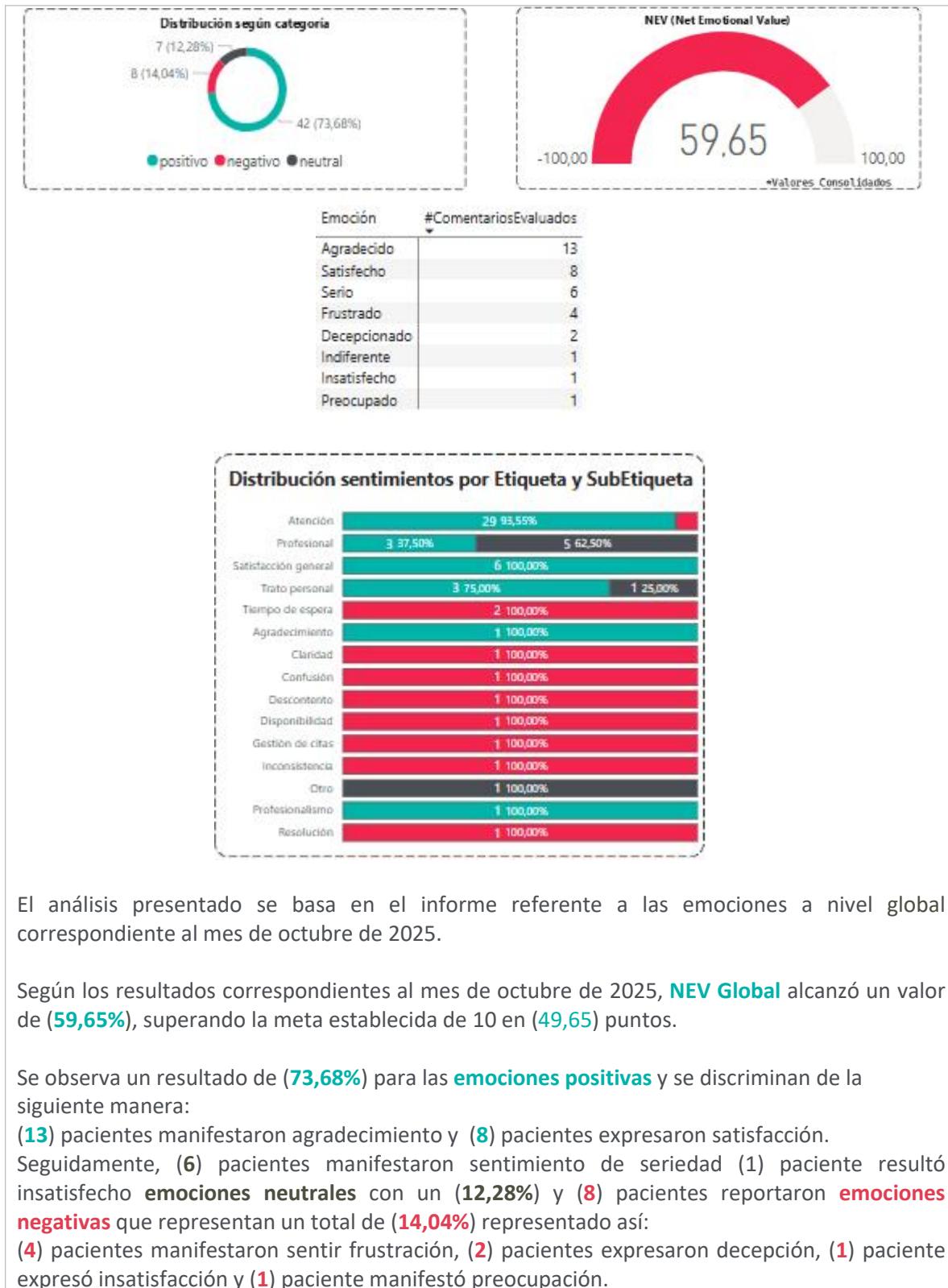
INFORME DE AUDITORIA

Para el año 2025, se relaciona el resultado de las siguientes emociones a nivel global, definido como “**Top de emociones**” las principales emociones del mes de octubre:



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud

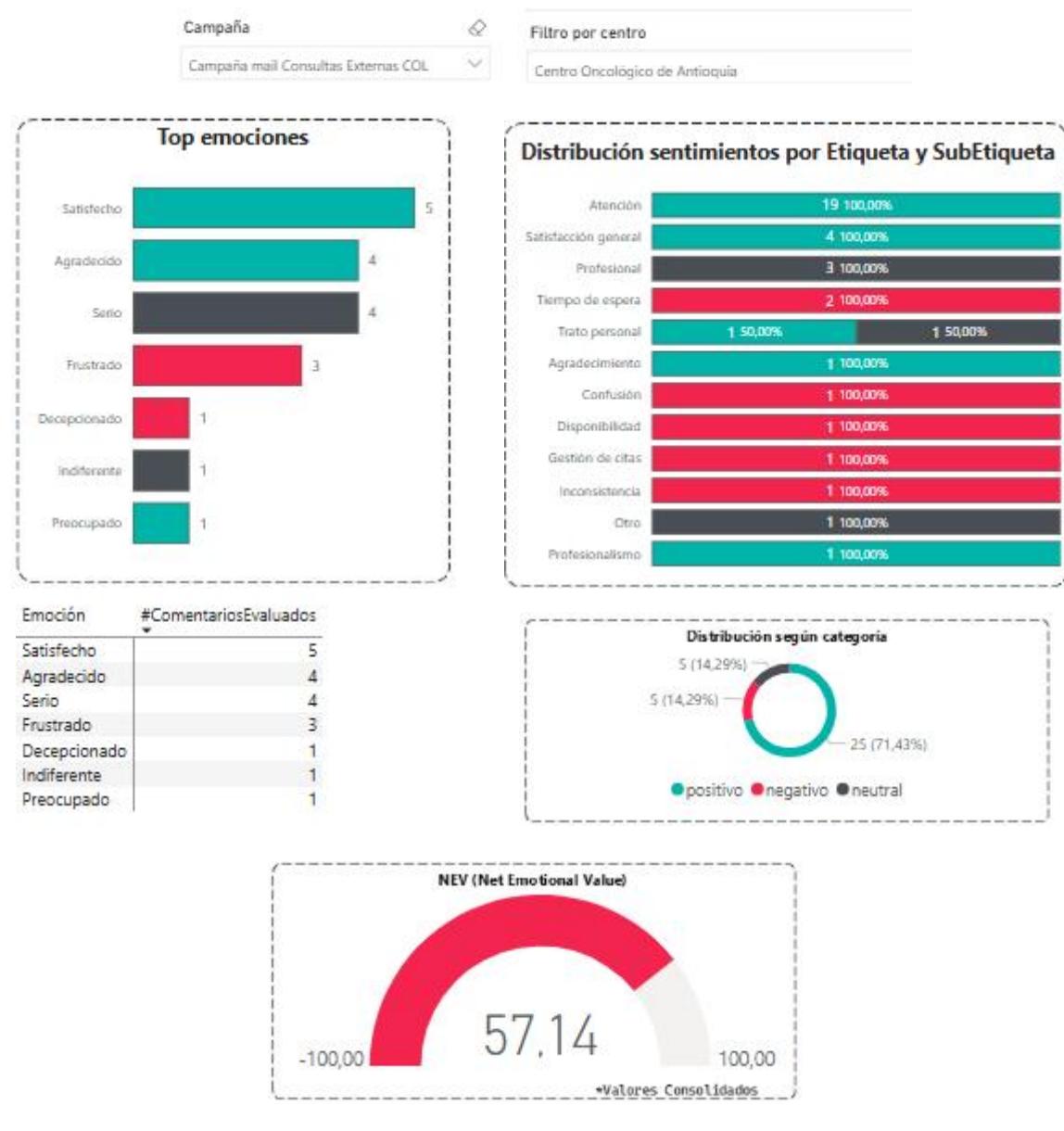


Si bien se cuenta con un buen indicador de **emociones positivas**, es importante ajustar la estrategia como una oportunidad de mejora continua y reforzar las estrategias al plan de acción según las **emociones negativas** obtenidas de la muestra.

Fórmula NEV: 42 emociones positivas (73,68%) – 9 emociones negativas (14,04%) = 59.65%

A continuación, se relaciona en los servicios donde los pacientes **manifestaron sus emociones** en el mes de octubre de 2025.

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud

Análisis:

En el mes de octubre de 2025, el servicio de consulta externa registró variedad de emociones entre los pacientes atendidos, (5) pacientes manifestaron sentir satisfacción, (4) pacientes expresaron sentimiento de agradecimiento y (1) paciente expresó sentir preocupación.

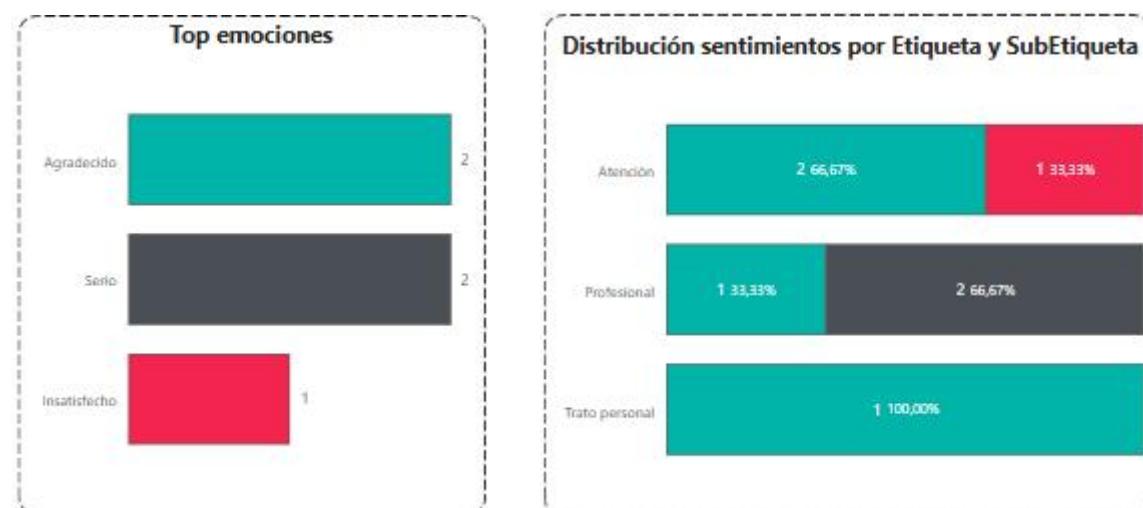
Por otro lado, los pacientes expresaron **emociones neutras** en la siguiente escala (4) paciente manifestó seriedad y (1) paciente expresó indiferencia.

Acto seguido, (5) pacientes expresaron **emociones negativas** las cuales se desglosan así; (3) pacientes manifestaron sentir frustración, (1) paciente expresó decepción.

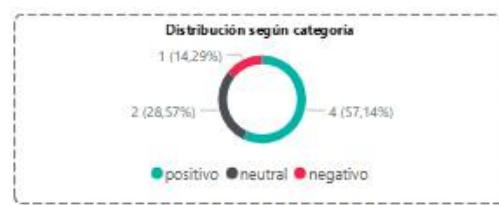
La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (47,14) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

Campaña: Filtro por centro:

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN



| Emoción | #ComentariosEvaluados |
|--------------|-----------------------|
| Agradecido | 2 |
| Serio | 2 |
| Insatisfecho | 1 |



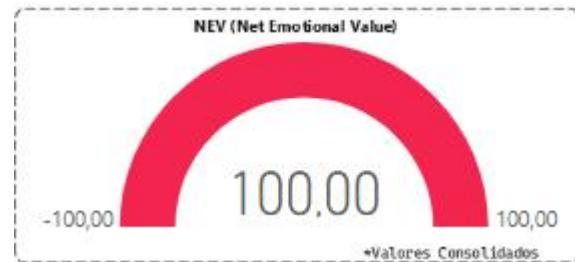
FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud



Análisis:

Para el mes de octubre de 2025 en el servicio de cirugía la emoción positiva fue de agradecimiento, consolidándose con un (100%).

La campaña de cirugía ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, superando el objetivo propuesto.

CAMPAÑA DE URGENCIAS

Campaña

Campaña mail pacientes urgencias COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

Decepcionado

Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta

Atención 1 50,00% 1 50,00%

Descontento 1 100,00%

Resolución 1 100,00%

| Emoción | #Comentarios Evaluados |
|--------------|------------------------|
| Decepcionado | 1 |

Distribución según categoría

1 (50%) — 1 (50%)

● negativo ● positivo

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud



En el mes de octubre de 2025, la emoción expresada en el servicio de urgencias fue de decepción.

La campaña de urgencias no logró alcanzar la meta establecida, lo que indica un resultado negativo y se debe gestionar un plan de mejora o un punto de atención en ALMERA.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN

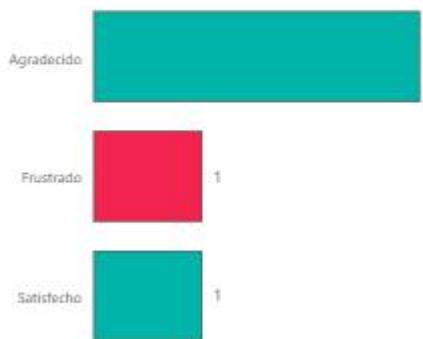
Campaña

Campaña NPS Diagnóstico por la imagen ...

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones



Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



| Emoción | #Comentarios Evaluados |
|------------|------------------------|
| Agradecido | 3 |
| Frustrado | 1 |
| Satisfecho | 1 |

Distribución según categoría



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 



Análisis:

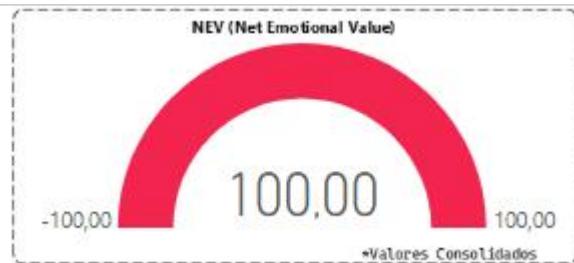
En el mes de octubre de 2025, las emociones positivas destacadas en el servicio de imágenes diagnósticas fueron de agradoamiento y satisfacción dando un (**85,71%**) como resultado.

Ahora bien, se registró (**1**) emoción negativa de frustración representando un (**14,29%**).

La campaña de Imágenes Diagnósticas logró la meta establecida de 10 en (**61,43%**) puntos, lo que muestra un resultado positivo.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO





Análisis:

En el mes de octubre de 2025, en el servicio de Laboratorio Clínico las emociones positivas fueron de agradecimiento y satisfacción alcanzando un (**100%**).

La campaña de Laboratorio Clínico ha logrado superar la meta de 10 en (**90**) puntos, lo que refleja un buen desempeño.

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

Verificar por parte de experiencia del paciente en tiempo real en OPINAT la información relacionada con datos NEV, en caso de inconsistencias reportar al área de (TI-Tecnología de la Información).

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.