

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	29/04/2025
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Marzo
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Revisado por/Fecha:	Trabajadora Social/ 29/04/2025
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 29/04/2025
Dirigido a:	Todo el personal

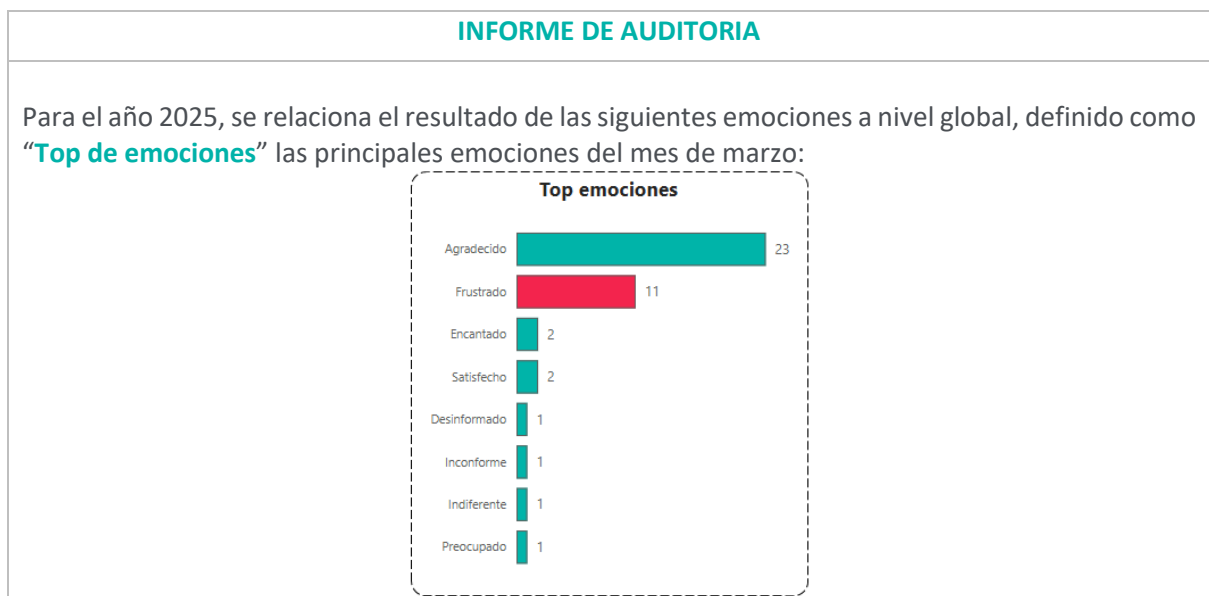
OBJETIVO:

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

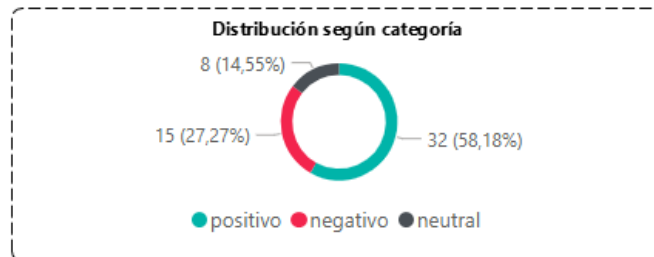
ALCANCE:

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:

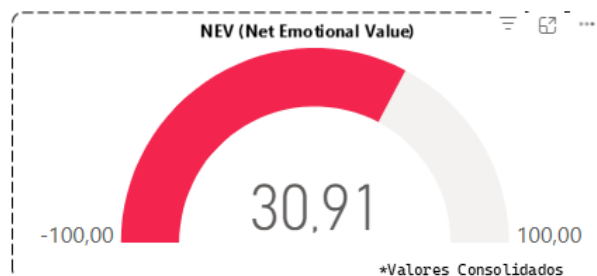


Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	23
Frustrado	11
Encantado	2
Satisfecho	2
Desinformado	1
Inconforme	1
Indiferente	1
Preocupado	1



En marzo de 2025, la mayoría de los pacientes (**58.18%**) manifestaron **emociones positivas** en la encuesta, destacando principalmente la gratitud (23 pacientes), seguidos por sentimientos de encanto y satisfacción (2 pacientes cada uno). En contraste, el **27.27%** de los pacientes reportaron **emociones negativas**, predominando la frustración (11 pacientes), junto con sentimientos de desinformación, inconformidad, indiferencia y preocupación (1 paciente cada uno). Este análisis sugiere que, aunque la mayoría de los pacientes experimentaron emociones positivas, existe una proporción significativa que enfrenta emociones negativas, lo cual podría requerir atención adicional.

NEV (NET EMOTIONAL VALUE)



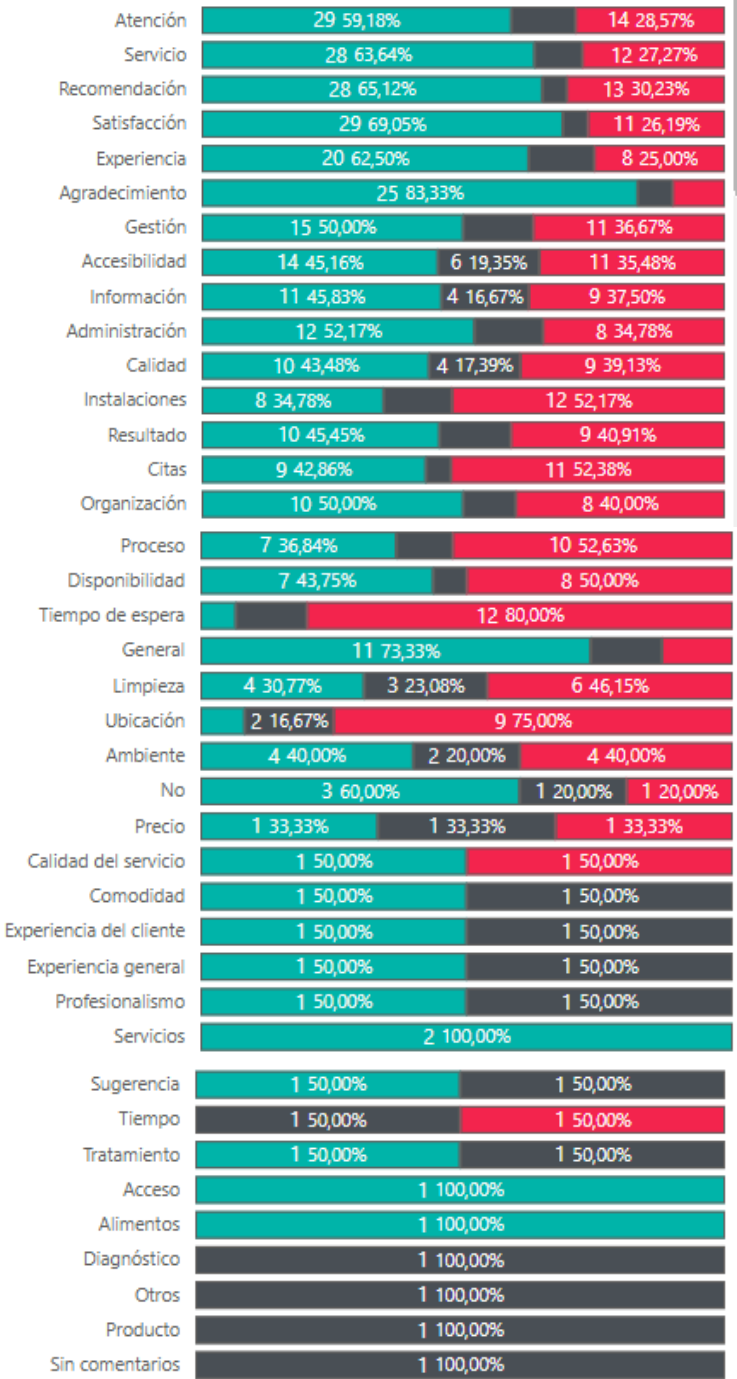
Según los resultados de marzo de 2025, **NEV Global** alcanzó un valor de **30.91**, superando la meta establecida de 10 en 20,91 puntos.

Fórmula NEV: 32 emociones positivas (58.18%) - 15 emociones negativas (37.5%) = **30,91**.

DISTRIBUCIÓN SENTIMIENTOS POR ETIQUETA Y SUBETIQUETA.

Para el mes de marzo 2025 se relaciona el resultado de los siguientes sentimientos por etiqueta y subetiqueta a **nivel global**, definido como “**Distribución sentimientos por etiqueta y subetiqueta**”:

Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



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

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA

Campaña

Campaña mail Consultas Externas COL

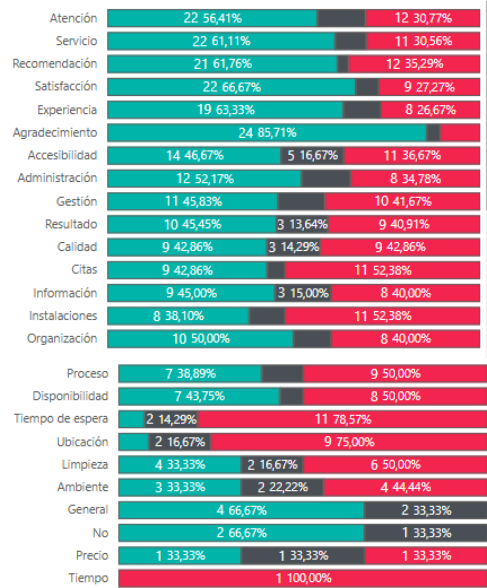
Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

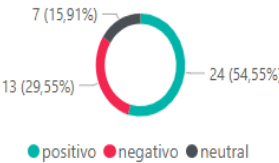


Distribución sentimientos por



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	16
Frustrado	10
Encantado	2
Satisfecho	2
Desinformado	1
Inconforme	1
Preocupado	1

Distribución según categoría



NEV (Net Emotional Value)



Análisis:

En marzo de 2025, el servicio de consulta externa registró diversas emociones entre los pacientes, destacando 16 pacientes agradecidos, 10 frustrados, 2 encantados, 2 satisfechos, 1 desinformado, 1 inconforme y 1 preocupado. Además, **NEV Global** alcanzó un valor de **25,00**, superando la meta establecida de 10 en 15.00 puntos, lo que refleja un rendimiento positivo consolidado y un cumplimiento significativo por encima de la meta.

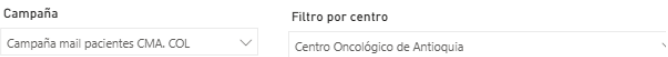
CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN



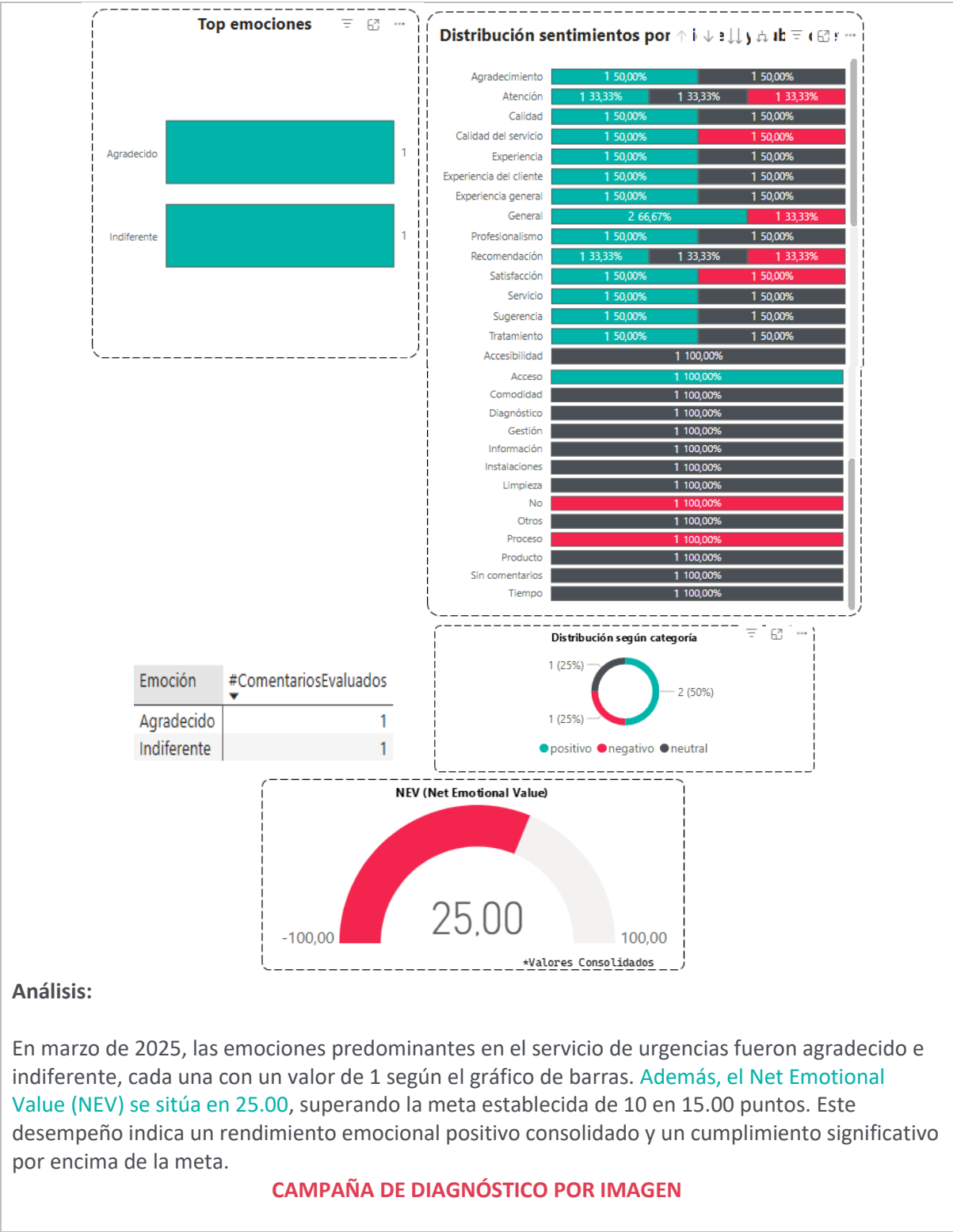
Análisis:

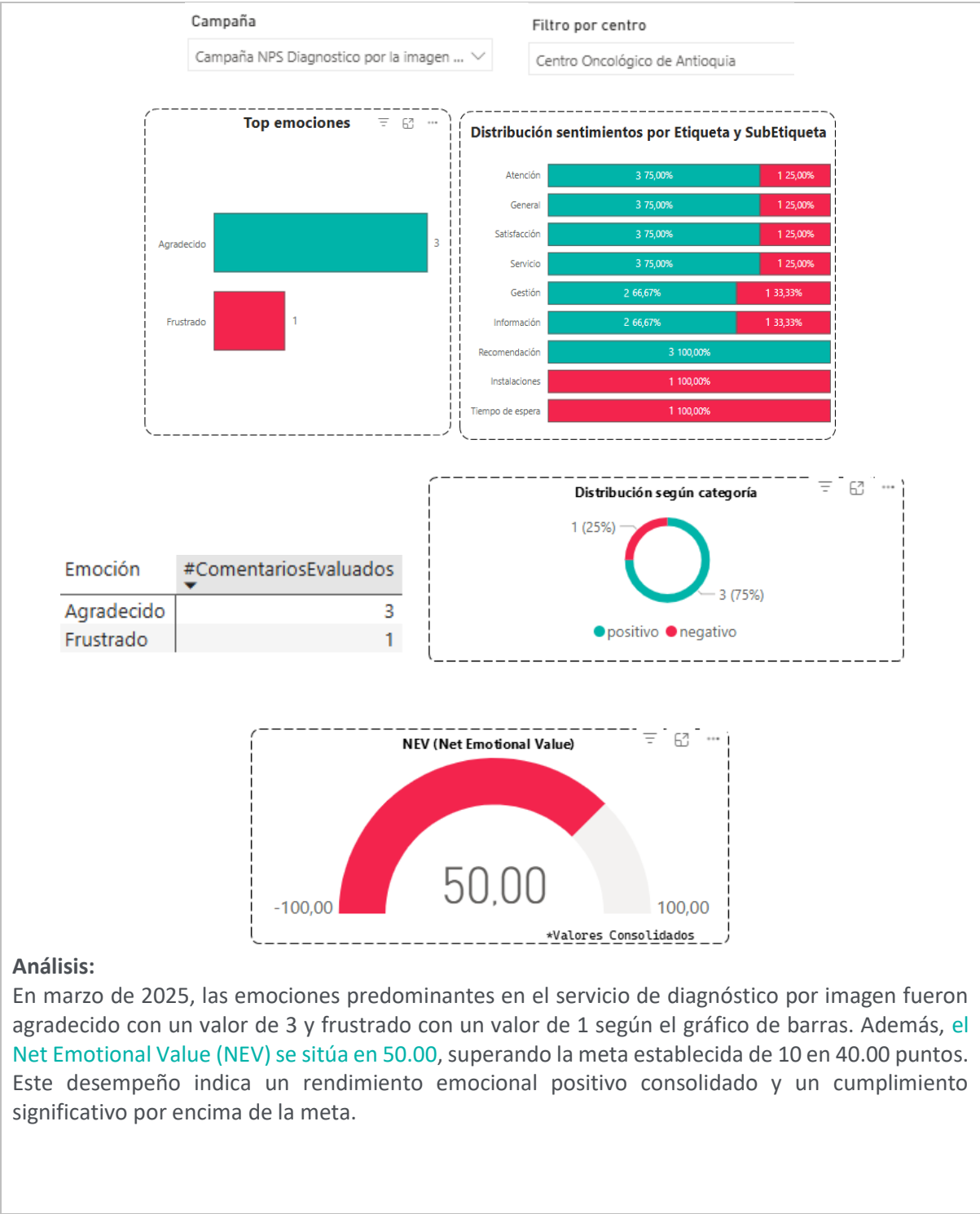
En marzo de 2025, la emoción predominante en el área de hospitalización fue agradecido, con un valor de 2 según el gráfico de barras. Además, el Net Emotional Value (NEV) se sitúa en 100.00, lo que indica un rendimiento emocional extremadamente positivo y consolidado.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA












CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO

Se ha notificado a TI COA y se está trabajando en buscar una solución frente a la no obtención del dato en OPINAT. Esto indica que se están tomando medidas para resolver el problema y asegurar que los datos necesarios estén disponibles

CONCLUSIONES:

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).
	Mediar con director infraestructura (TI) el funcionamiento de datos de la campaña de laboratorio clínico.
	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.