

FORMATO

INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo quirónsalud

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	11/06/2025
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Mayo
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Revisado por/Fecha:	Trabajadora Social/ 07/06/2025
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 11/06/2025
Dirigido a:	Todo el personal

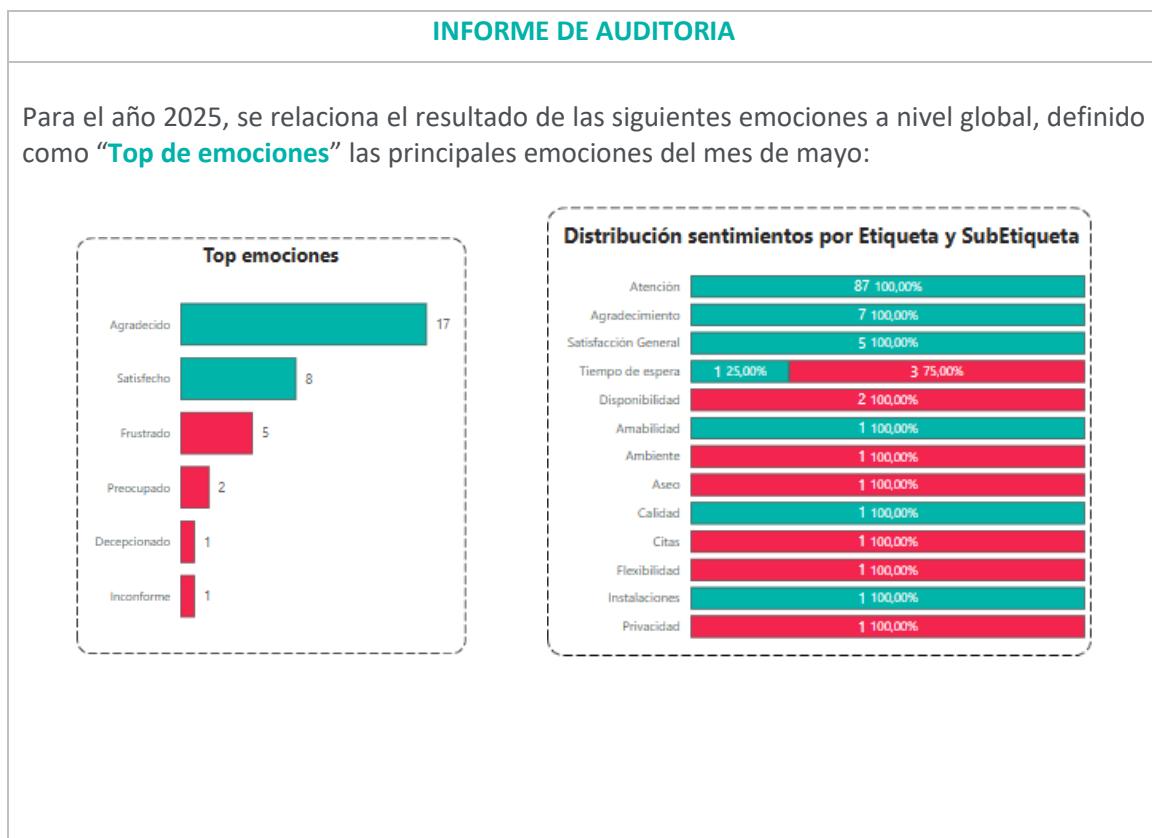
OBJETIVO:

Verificar el resultado de las emociones de los pacientes del mes de mayo 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:



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo Quirónsalud



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 

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

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA

Campaña

Campaña mail Consultas Externas COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

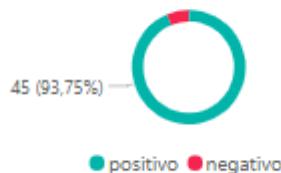


Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



Emoción	#Comentarios Evaluados
Agradecido	5
Satisfecho	5
Frustrado	2

Distribución según categoría



NEV (Net Emotional Value)



Análisis:

En mayo de 2025, el servicio de consulta externa reflejó una variedad de emociones entre los pacientes atendidos, se observó que (5) pacientes expresaron su agradecimiento, seguidamente (5) pacientes mostraron satisfacción con el servicio.

Sin embargo, también se reportaron (2) casos de frustración.

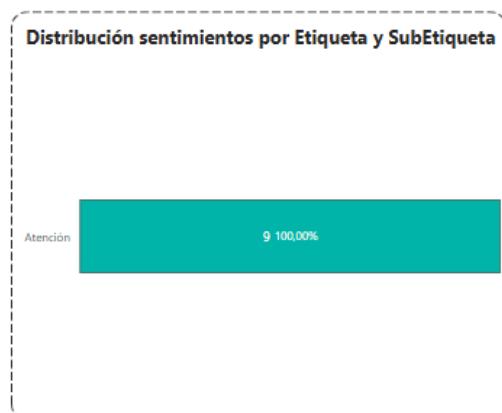
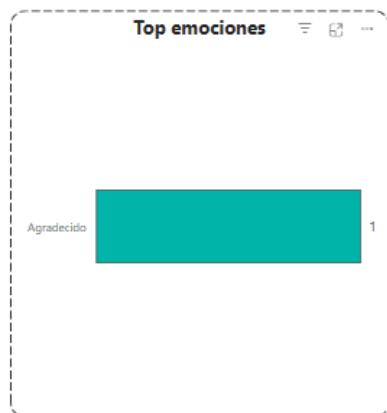
La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar un valor de **87,50**, superando la meta establecida de 10 en **75,5** puntos, lo que representa una superación considerable de la meta establecida.

Este resultado pone de manifiesto un rendimiento **positivo** consolidado por categoría con **(93,75%)**.

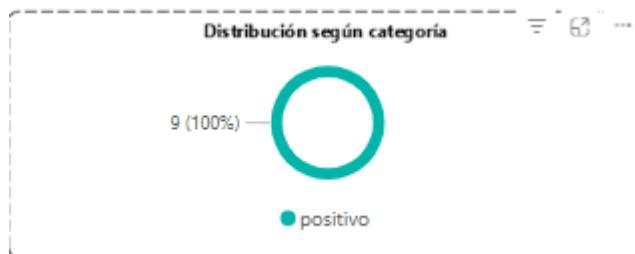
CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN

Campaña
Campaña mail hospitalización COL

Filtro por centro
Centro Oncológico de Antioquia



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	1



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 



Análisis:

En el mes de mayo de 2025, la emoción que predominó en el servicio de hospitalización fue el agradecimiento, alcanzó un notable (**100%**).

La campaña de hospitalización ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (**90**) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA

Campaña

Campaña mail pacientes CMA, COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta

Atención

7 100,00%

Distribución según categoría

7 (100%)



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 

Análisis:

En mayo de 2025, el servicio de cirugía experimentó la emoción de atención, equivalente a un (100%) el Net Emotional Value (NEV) se posiciona de manera favorable, reflejando un desempeño emocional positivo.

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

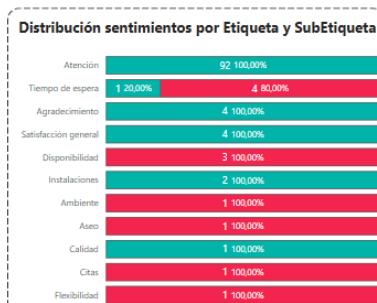
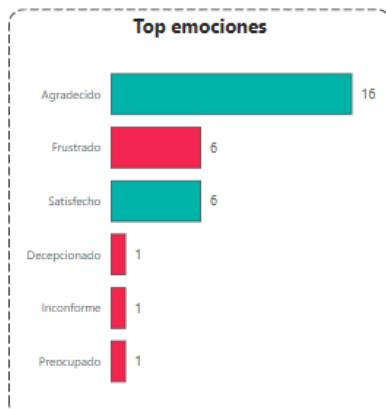
CAMPAÑA DE URGENCIAS

Campaña

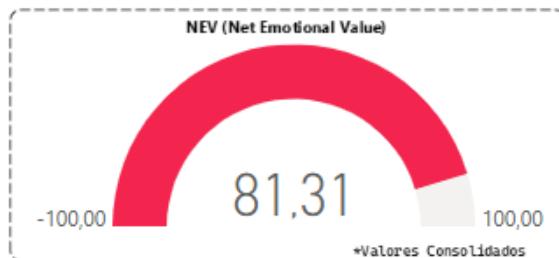
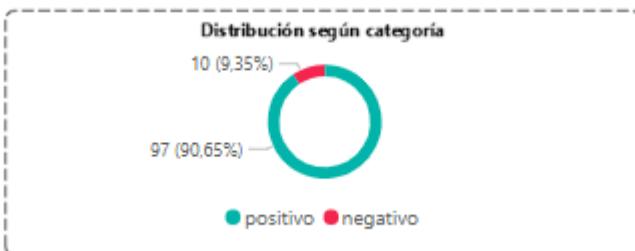
Campaña mail pacientes urgencias COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia



Emoción	#Comentarios Evaluados
Agradecido	16
Frustrado	6
Satisfecho	6
Decepcionado	1
Inconforme	1
Preocupado	1



Análisis:

En mayo de 2025, se registró en el servicio de urgencias la emoción de agradecimiento, reflejando un total de (16) pacientes y (6) pacientes expresaron satisfacción, lo que supone un cumplimiento por categoría del (90,65%).

Paralelamente, se presentaron diversas emociones **negativas** en el servicio de urgencias equivalente al (9,35%).

La escala de emociones se muestra así:

(6) pacientes expresaron emoción de frustración y para las emociones de decepción, inconformidad y preocupación (1) para cada una.

La campaña de urgencias ha logrado alcanzar un valor de (81,31) superando la meta establecida de 10 en (71,31) puntos, lo que constituye un resultado positivo.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN

Campaña

Campaña NPS Diagnóstico por la imagen ... ▾

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

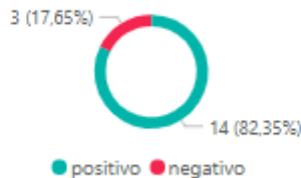


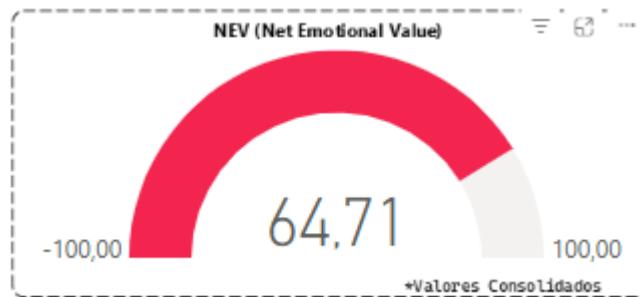
Distribución sentimientos por



Emoción	#Comentarios Evaluados
Agradecido	2
Frustrado	2
Preocupado	1
Satisfecho	1

Distribución según categoría





Análisis:

En mayo de 2025, el servicio de Imágenes Diagnósticas generó una diversidad de emociones entre los pacientes que recibieron atención, se constató que (2) pacientes manifestaron su agradecimiento, seguidamente (1) paciente mostró satisfacción con el servicio.

No obstante, se registraron (2) casos de frustración y (1) paciente expresó su preocupación.

La campaña de Imágenes Diagnósticas ha logrado alcanzar un valor de **64,71**, superando la meta establecida de 10 en **54,71** puntos, lo que refleja una superación excepcional de la meta establecida.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO

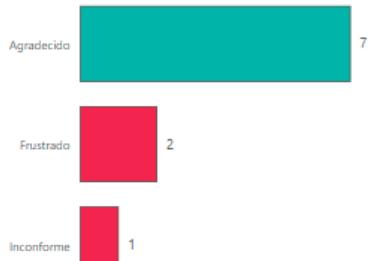
Campaña

Campaña NPS Análisis Clínico COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones



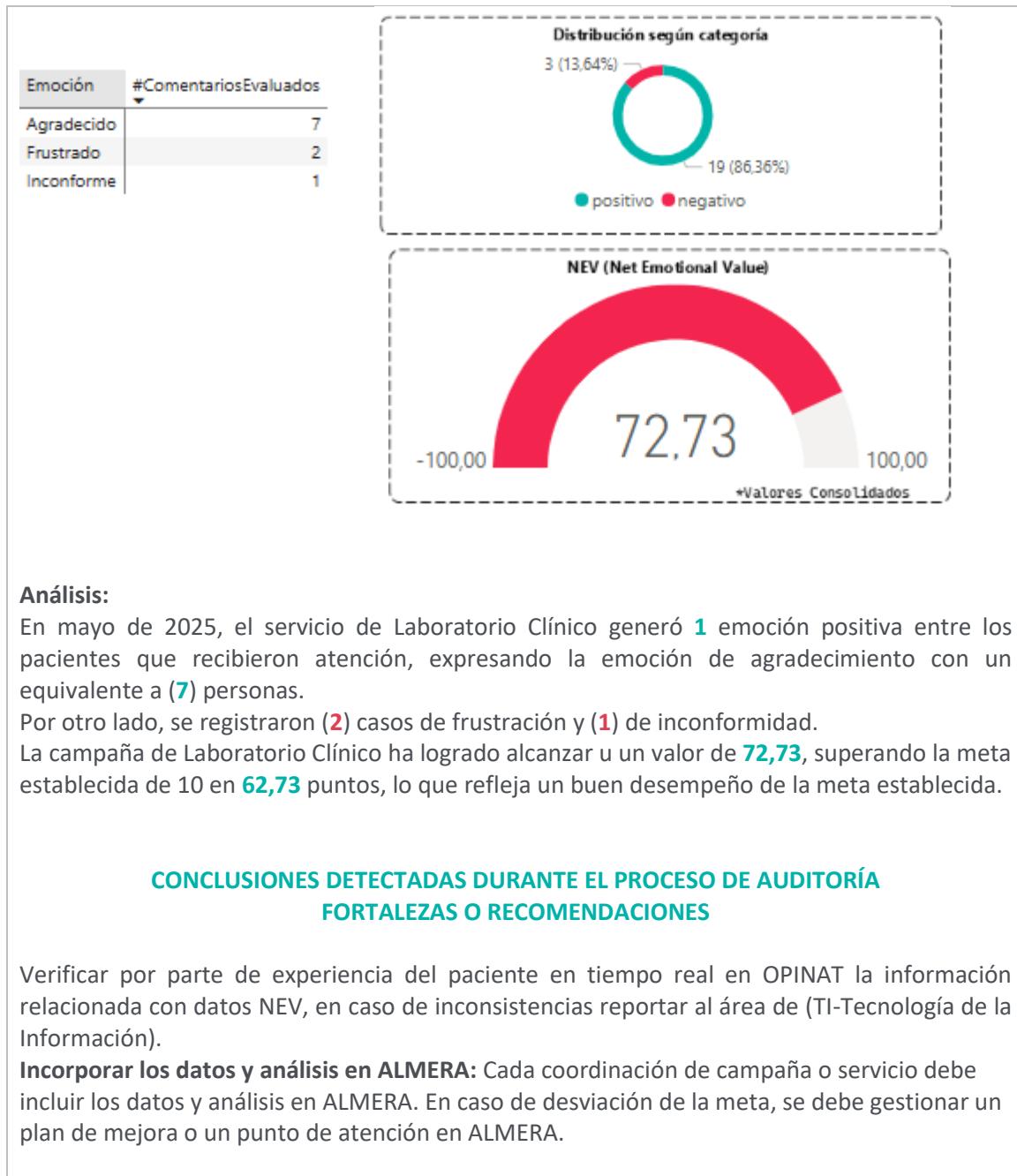
Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



FORMATO

INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo quirónsalud



CÓDIGO: PA-F7-GAU | VERSIÓN: 1 | VIGENCIA:24/04/2025 | COPIA NO CONTROLADA