

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

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

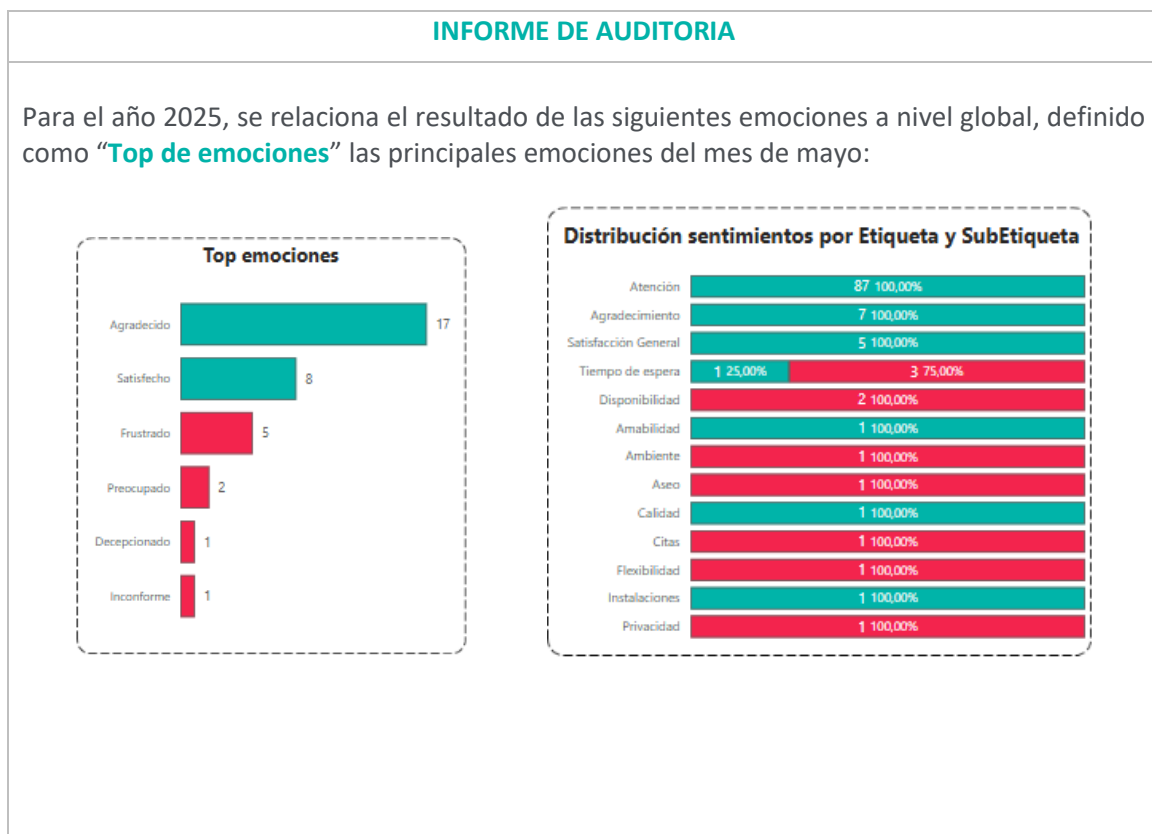
OBJETIVO:

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

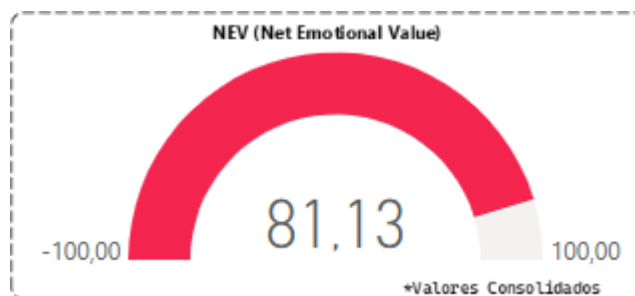
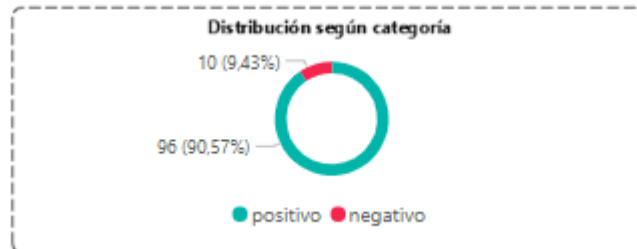
ALCANCE:

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:



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	17
Satisfecho	8
Frustrado	5
Preocupado	2
Decepcionado	1
Inconforme	1



El análisis presentado se basa en el informe sobre las emociones a nivel global correspondiente al mes de mayo de 2025. En este contexto, se ha observado un total del **(90,57%)** de **emociones positivas** las cuales se discriminan de la siguiente manera:
(17) pacientes reportaron sentimiento de agradecimiento, acto seguido, (8) pacientes expresaron satisfacción.

Por otro lado, se obtuvo una escala de 4 ranking en las **emociones negativas** con un total de **(9,43%)** segmentado así:
5 pacientes reportaron experimentar emociones de frustración, asimismo, (2) pacientes manifestaron preocupación y para el sentimiento de decepción e inconformidad (1) para cada uno.

Resulta preciso destacar las **emociones positivas**, toda vez, que cumple con el indicador, no obstante, se precisa objetivar las **emociones negativas**, en función de disminuir las brechas que subyacen en las emociones de los pacientes.

Según los resultados correspondientes al mes de mayo de 2025, **NEV Global** alcanzó un valor de **81,13**, superando la meta establecida de 10 en **71,13** puntos.

Fórmula NEV: 96 emociones positivas (90,57%) - 10 emociones negativas (9,43%) = 81,13

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

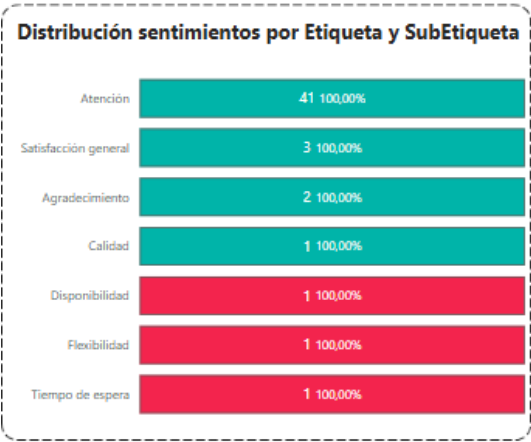
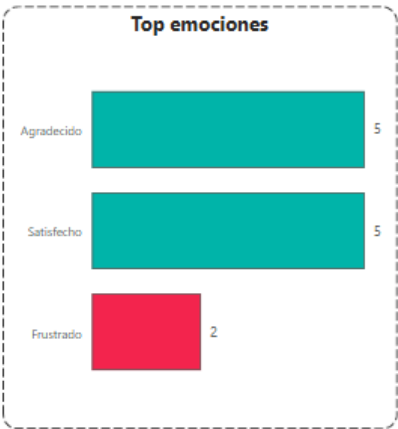
CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA

Campaña

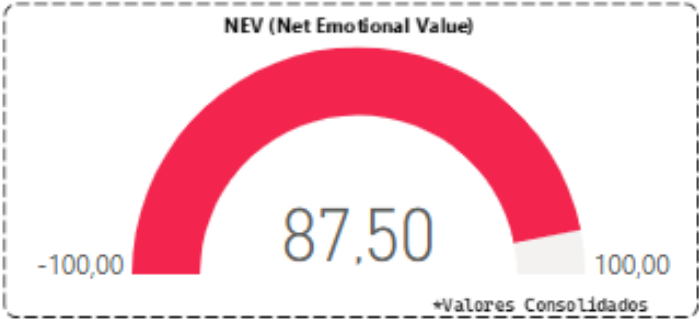
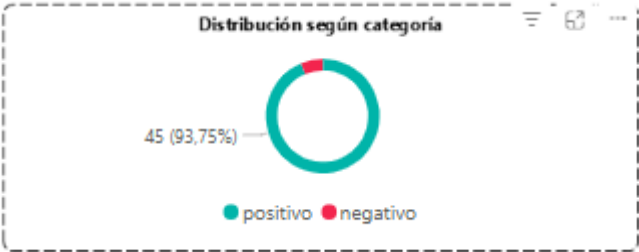
Campaña mail Consultas Externas COL

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	5
Satisfecho	5
Frustrado	2



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.

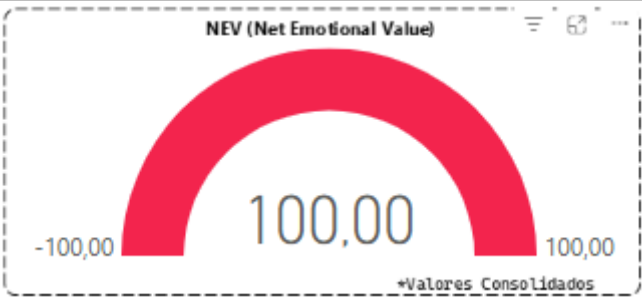
Sin embargo, también se reportaron (2) casos de frustración.

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

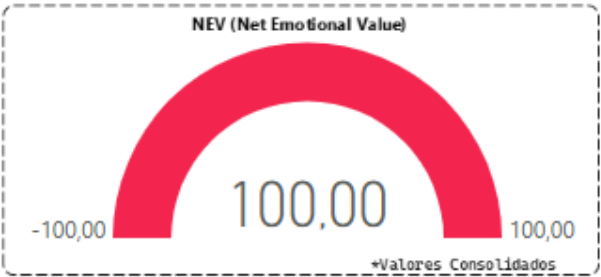
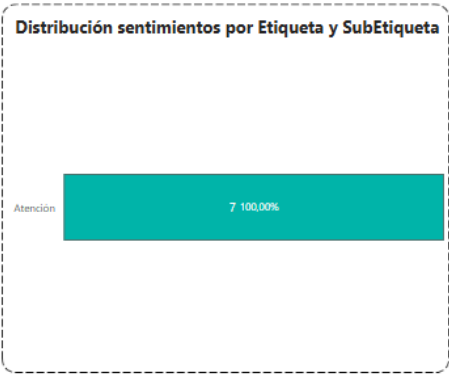




Análisis:
En el mes de mayo de 2025, la emoción que predominó en el servicio de hospitalización fue el agradecimiento, alcanzó un notable (100%).
La campaña de hospitalización ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

CAMPAÑA DE CIRUGÍA

Campaña: Campaña mail pacientes CMA. COL
Filtro por centro: Centro Oncológico de Antioquia



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

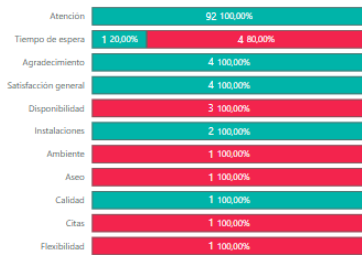
Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

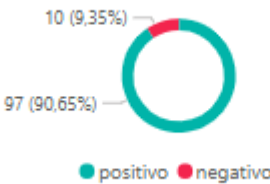


Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta

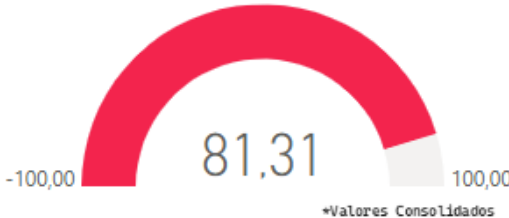


Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	16
Frustrado	6
Satisfecho	6
Decepcionado	1
Inconforme	1
Preocupado	1

Distribución según categoría



NEV (Net Emotional Value)



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 Diagnostico por la imagen ...

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia

Top emociones

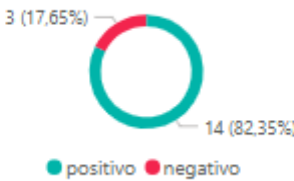


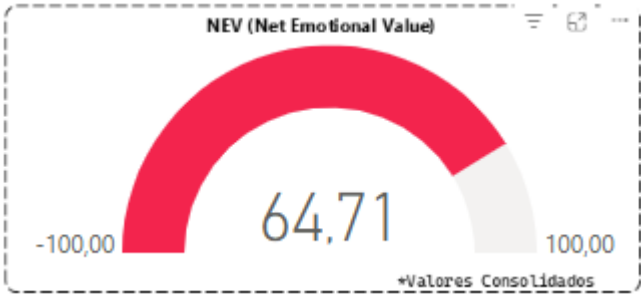
Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	2
Frustrado	2
Preocupado	1
Satisfecho	1

Distribución sentimientos por



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

