

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	04/09/2025
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Agosto
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Revisado por/Fecha:	Trabajadora Social/ 05/09/2025
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 05/09/2025
Dirigido a:	Todo el personal

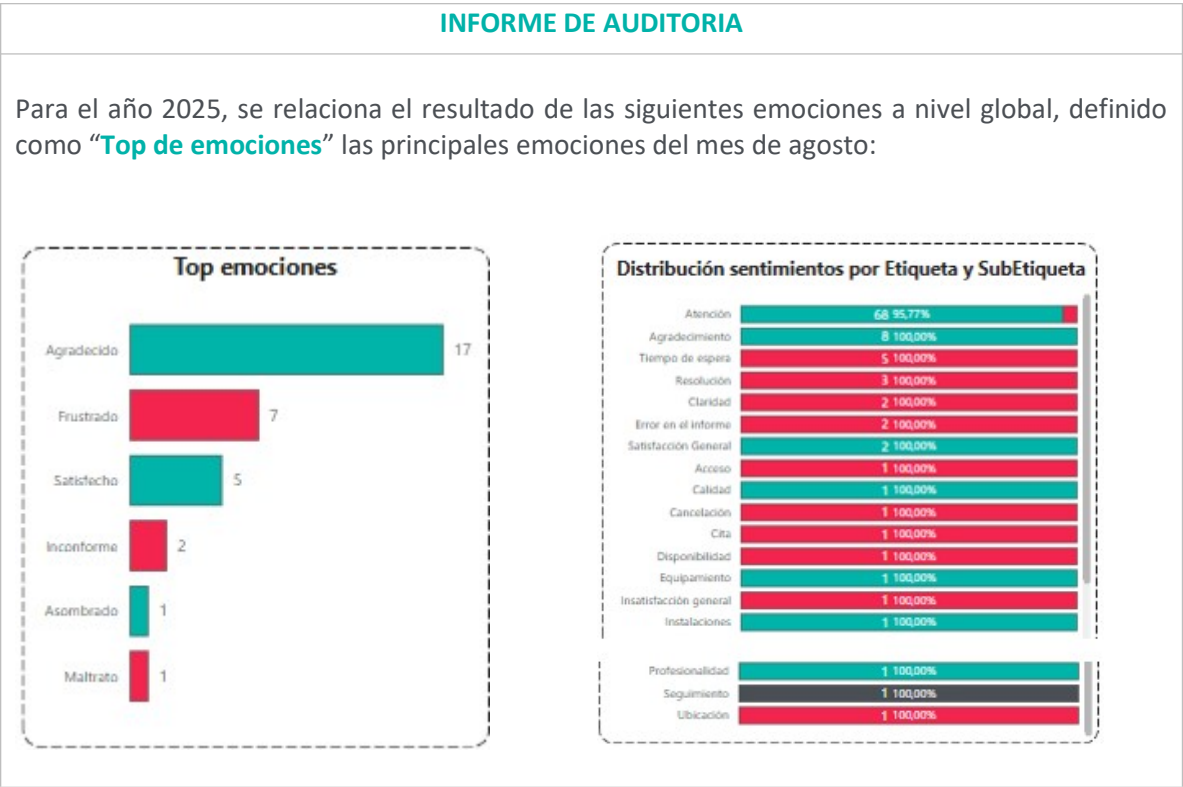
OBJETIVO:

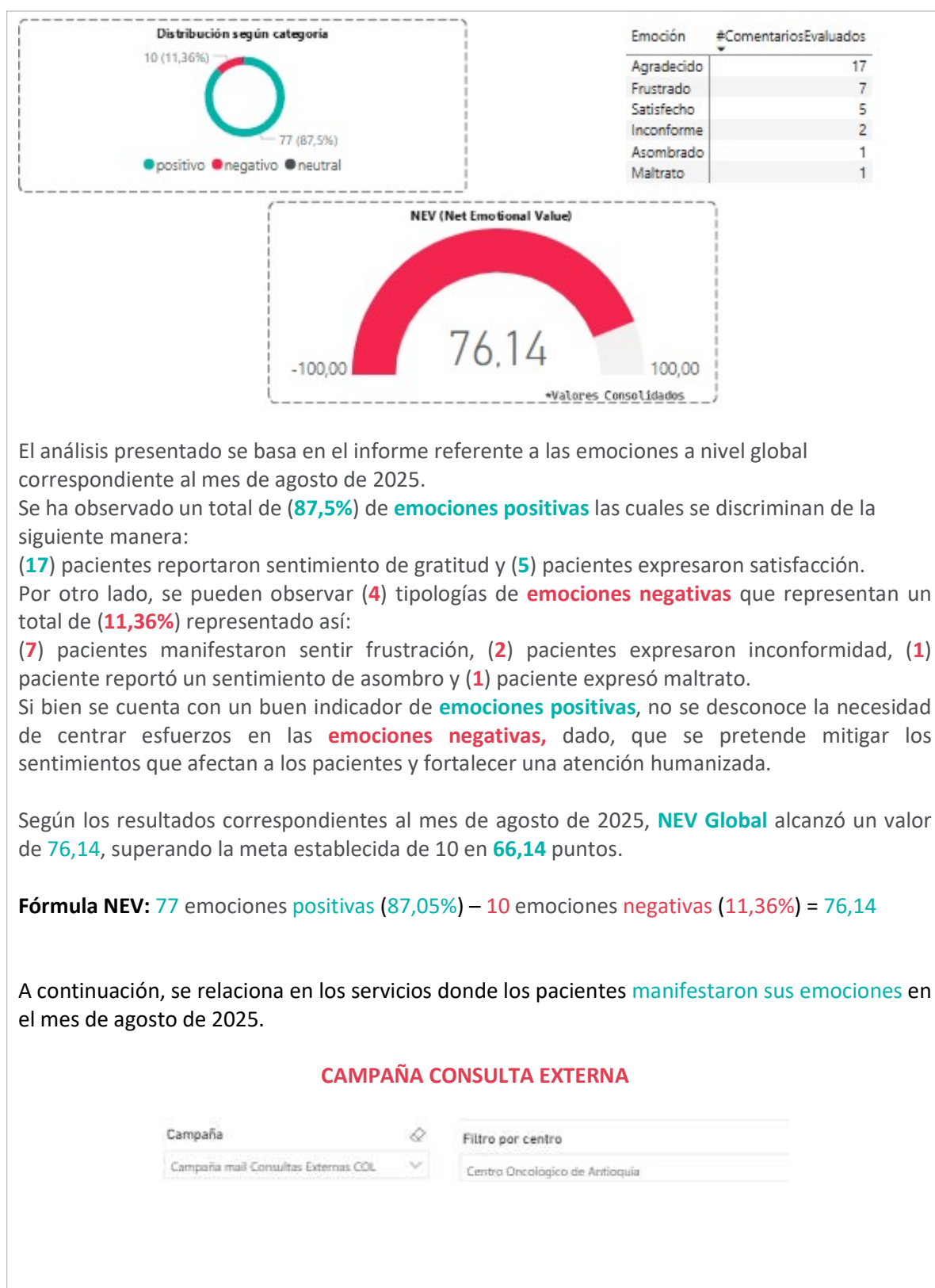
Verificar el resultado de las emociones de los pacientes del mes de agosto 2025 que confieren a indicador corporativo NEV.

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:





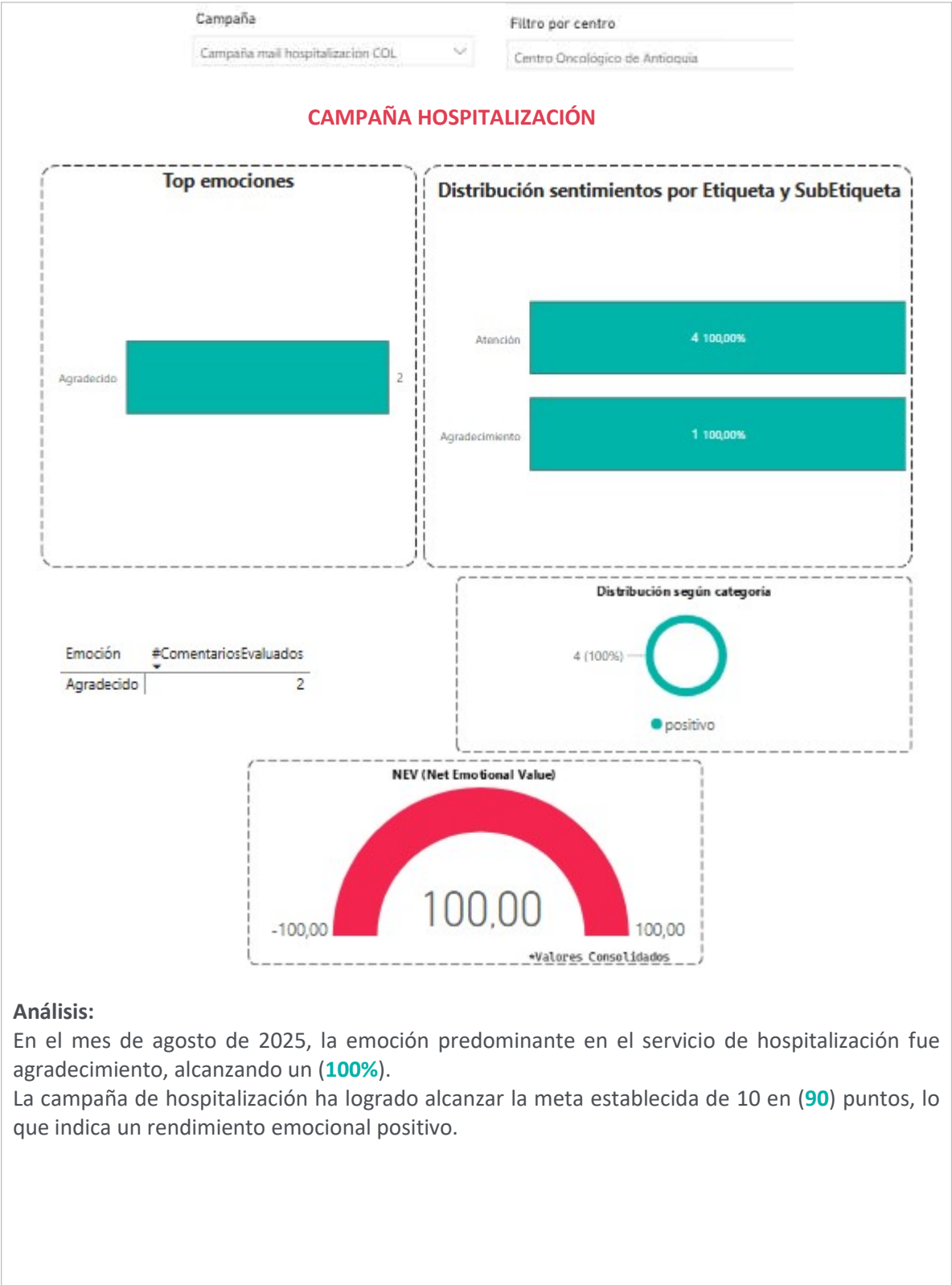


Análisis:

Para el mes de agosto de 2025, el servicio de consulta externa registró diversas emociones entre los pacientes atendidos, (8) pacientes destacaron su agradecimiento y (4) pacientes expresaron satisfacción.

En contraste, se obtuvo una variedad de **emociones negativas**, (3) pacientes manifestaron sentir frustración, (2) pacientes expresaron inconformidad y (1) paciente reportó maltrato.

La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (67,36) 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

Top emociones

Agradecido

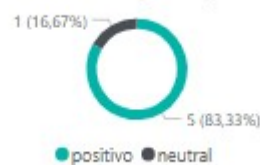
2

Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	2

Distribución según categoría



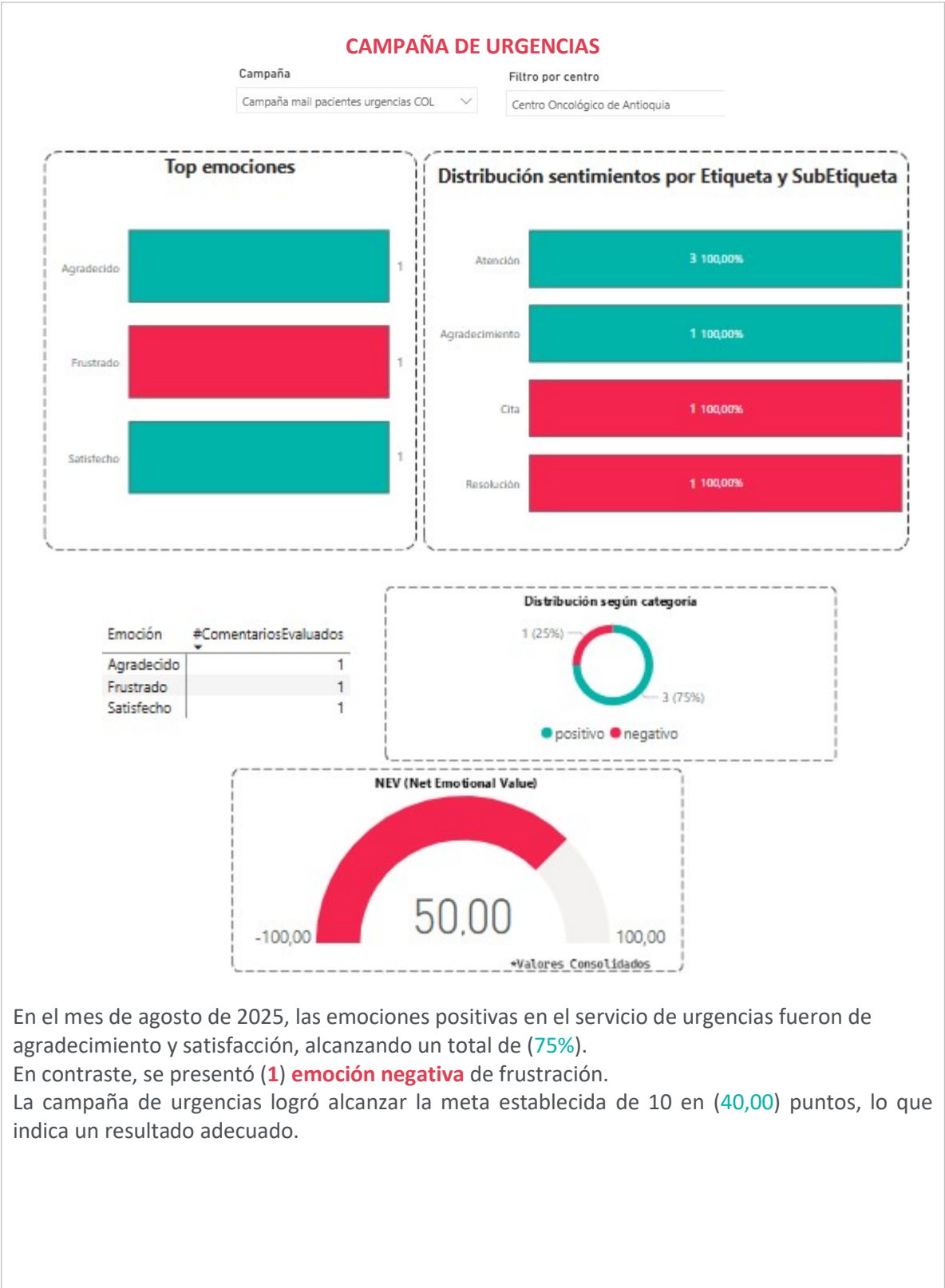
NEV (Net Emotional Value)



Análisis:

Para el mes de agosto de 2025, en el servicio de cirugía la emoción preeminente fue de agradecimiento.

La campaña de cirugía ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (73,33) puntos, superando el objetivo propuesto.



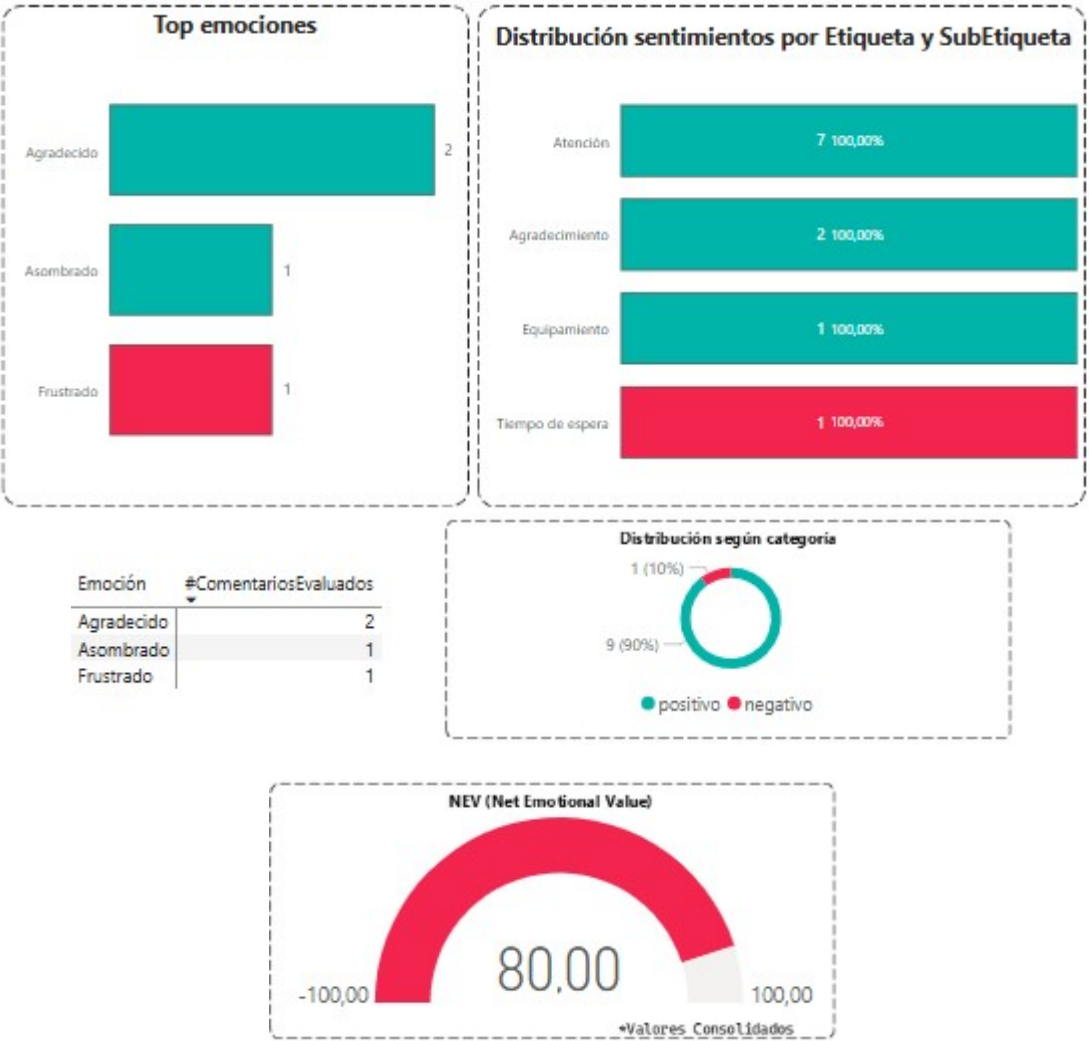
CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN

Campaña

Campaña NPS Diagnostico por la imagen ...

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia



Análisis:
En el mes de agosto de 2025, la emoción predominante en el servicio de imágenes diagnósticas fue de agradecimiento con un (90%).
También, se reflejó, (1) emoción de asombro y (1) emoción de frustración.
La campaña de Imágenes Diagnósticas logró la meta establecida de 10 en (70) puntos, lo que muestra un resultado positivo.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO



Análisis:
En el mes de agosto de 2025, en el servicio de Laboratorio Clínico expresaron la emoción de agradecimiento con un equivalente a (81,82%).
Por otro lado, se registró (1) emoción negativa de frustración.
La campaña de Laboratorio Clínico ha logrado superar la meta de 10 en (53,64) 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.