

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	15/10/2025
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Septiembre
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Revisado por/Fecha:	Trabajadora Social/ 15/10/2025
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 16/10/2025
Dirigido a:	Todo el personal

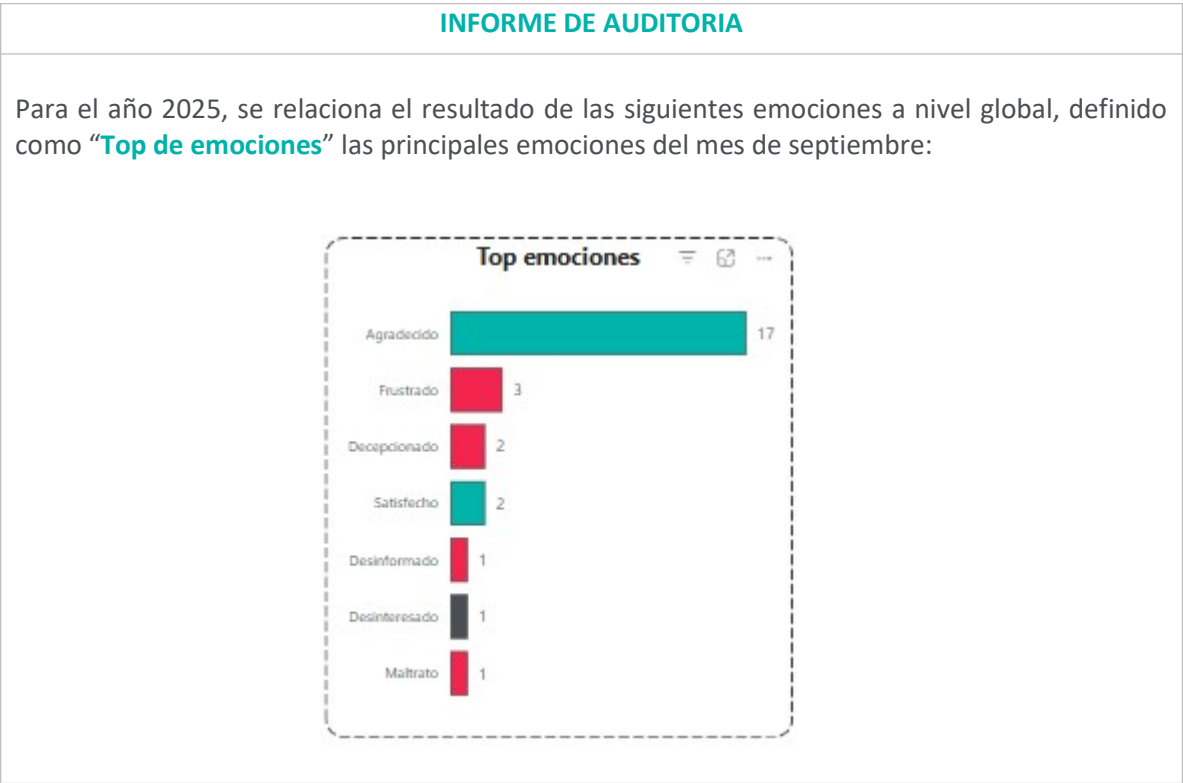
OBJETIVO:

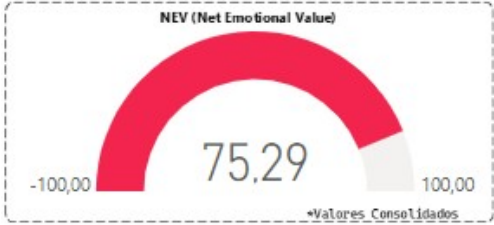
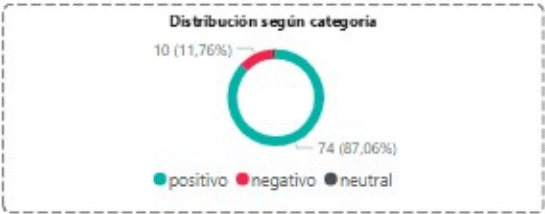
Verificar el resultado de las emociones de los pacientes del mes de septiembre 2025 que confieren a indicador corporativo NEV.

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
Frustrado	3
Decepcionado	2
Satisfecho	2
Desinformado	1
Desinteresado	1
Maltrato	1



El análisis presentado se basa en el informe referente a las emociones a nivel global correspondiente al mes de septiembre de 2025.

Se observa un NEV de (75,29%), donde las emociones positivas se discriminan de la siguiente manera:

(17) pacientes manifestaron agradecimiento y (2) pacientes expresaron satisfacción. Seguidamente, (8) pacientes reportaron emociones negativas que representan un total de (11,76%) representado así:

(3) pacientes manifestaron sentir frustración, (2) pacientes expresaron decepción, (1) paciente reportó un sentimiento de desinformación (1) paciente expresó desinterés y (1) paciente maltrato.

Si bien se cuenta con un buen indicador de emociones positivas, es importante ajustar la

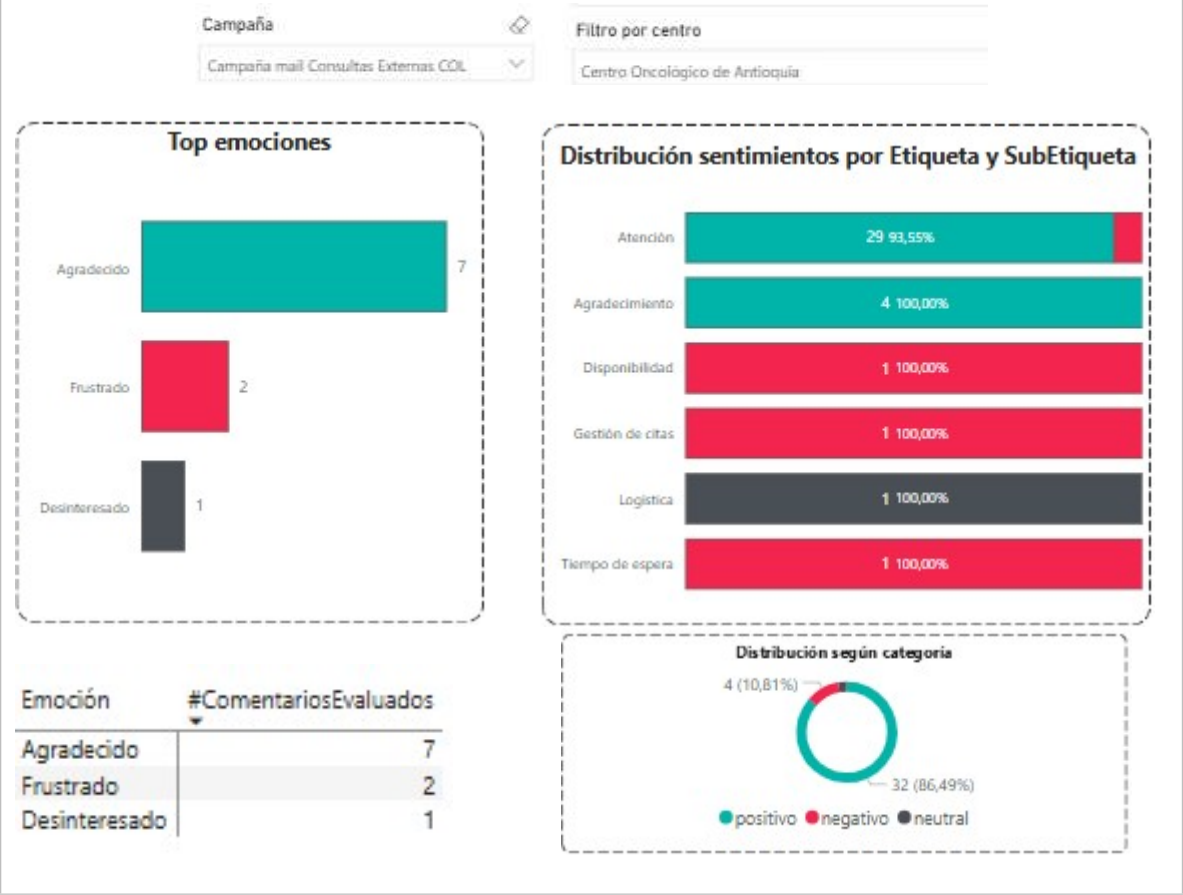
estrategia como una oportunidad de mejora y reorientar decisiones al plan de acción según las **emociones negativas** obtenidas de la muestra.

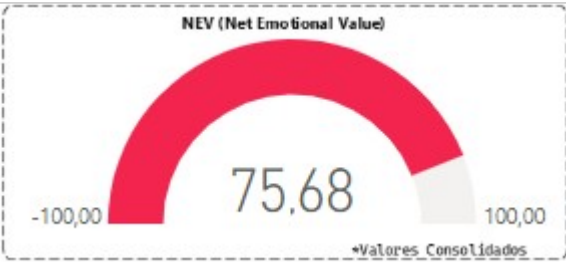
Según los resultados correspondientes al mes de septiembre de 2025, **NEV Global** alcanzó un valor de **75.29**, superando la meta establecida de 10 en **65,29** puntos.

Fórmula NEV: 74 emociones **positivas** (87,06%) – 10 emociones **negativas** (11,76%) = 75%

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

CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA





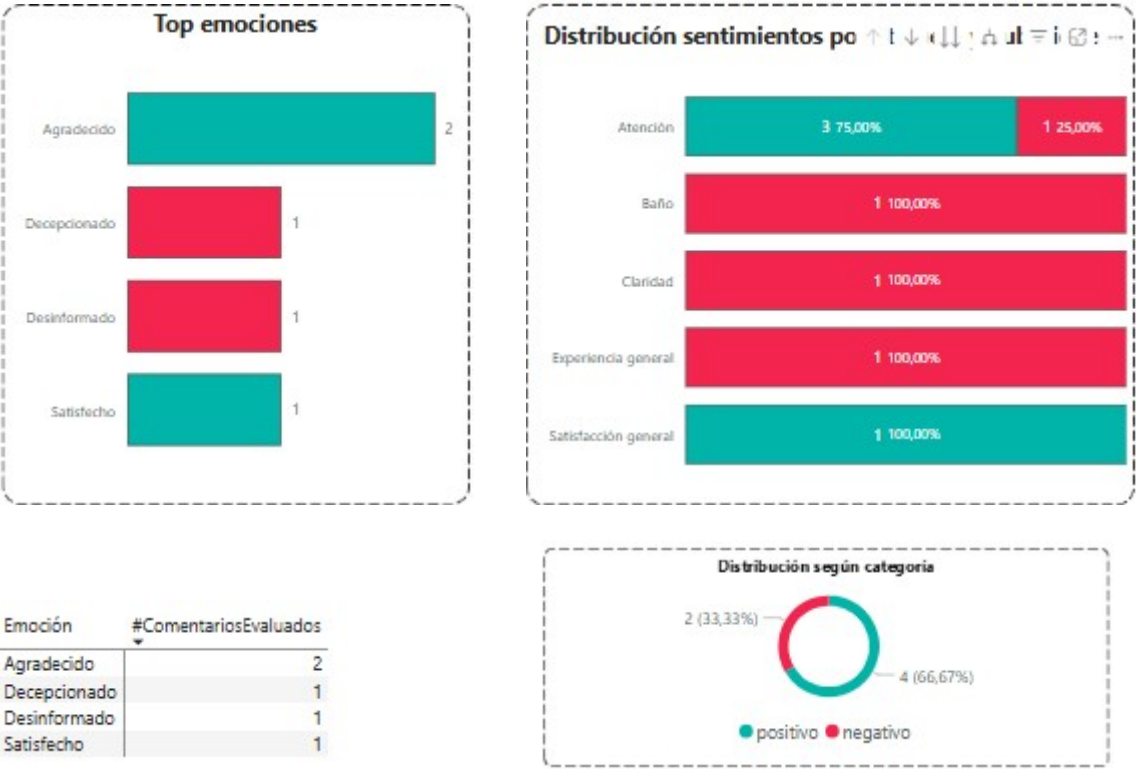
Análisis:

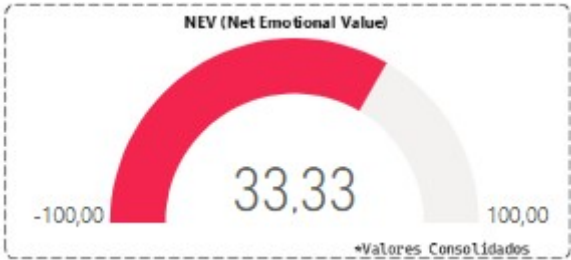
En el mes de septiembre de 2025, el servicio de consulta externa registró variedad de emociones entre los pacientes atendidos, (7) pacientes manifestaron sentir agradecimiento. Por otro lado, los pacientes expresaron **emociones negativas** en la siguiente escala (2) pacientes manifestaron sentir frustración y (1) paciente expresó desinterés. La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (65,68) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

Campaña: Campaña mail hospitalización COL

Filtro por centro: Centro Oncológico de Antioquia

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN





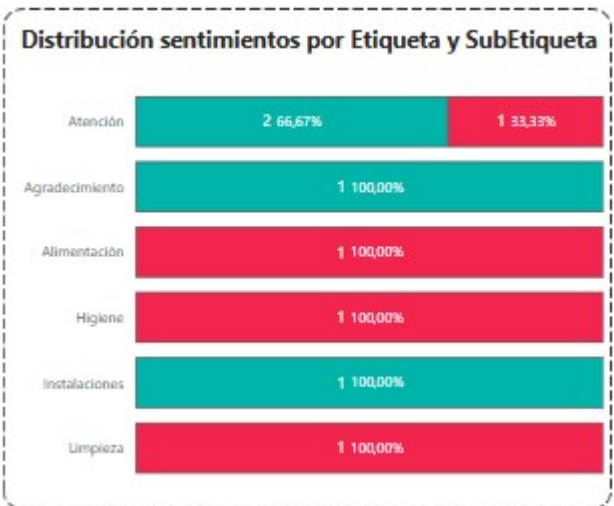
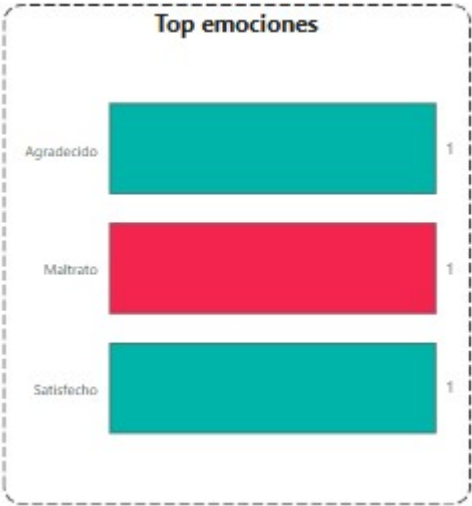
Análisis:

En el mes de septiembre de 2025, las emociones positivas en el servicio de hospitalización fue de agradecimiento y satisfacción dando un resultado de (66,67). Seguidamente, se obtuvo un total del (33,33%) de emociones negativas, las cuales se discriminan así; (1) paciente expresó decepción y (1) paciente manifestó desinformación. La campaña de hospitalización ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (23,33) puntos, lo que indica un rendimiento emocional positivo.

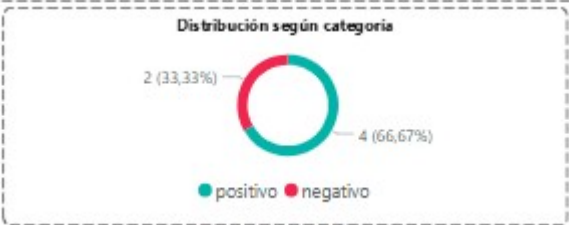
CAMPAÑA DE CIRUGÍA

Campaña: Campaña mail pacientes CMA. COL

Filtro por centro: Centro Oncológico de Antioquia



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	1
Maltrato	1
Satisfecho	1





Análisis:
Para el mes de septiembre de 2025 en el servicio de cirugía las emociones positivas son de agradecimiento (1) y (1) de satisfacción, consolidándose con un (66,67 %).
Ahora bien, se obtuvo (1) paciente que reportó emoción de maltrato.
La campaña de cirugía ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (23,33) puntos, superando el objetivo propuesto.

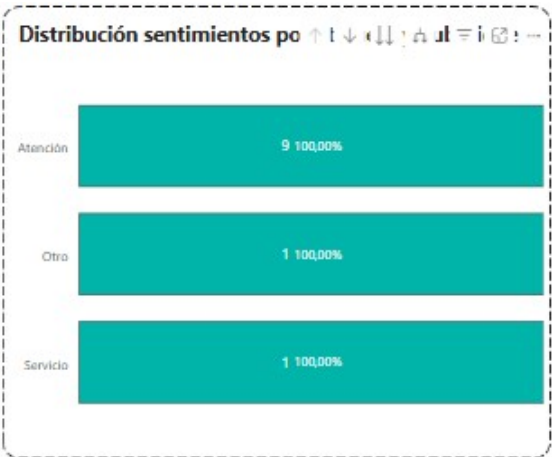
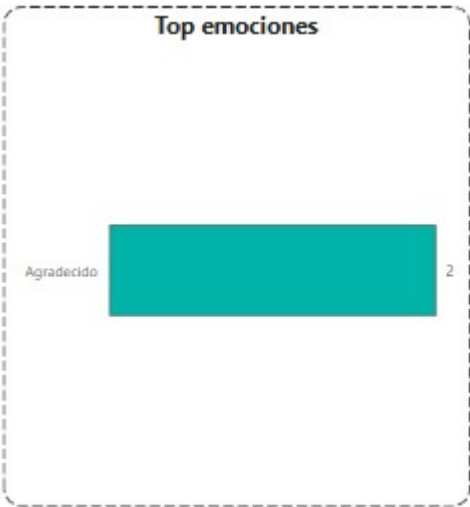
CAMPAÑA DE URGENCIAS

Campaña

Campaña mail pacientes urgencias COL

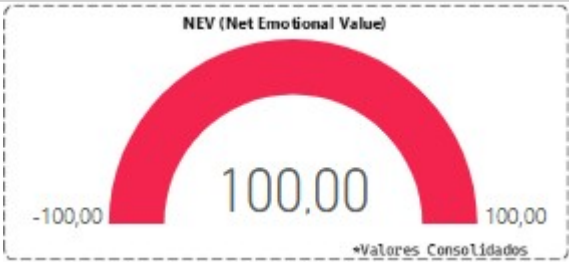
Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia



Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	2





En el mes de septiembre de 2025, las emoción que predominó en el servicio de urgencias fue de agradecimiento, alcanzando un total de (100 %).
La campaña de urgencias logró alcanzar la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que indica un resultado adecuado.

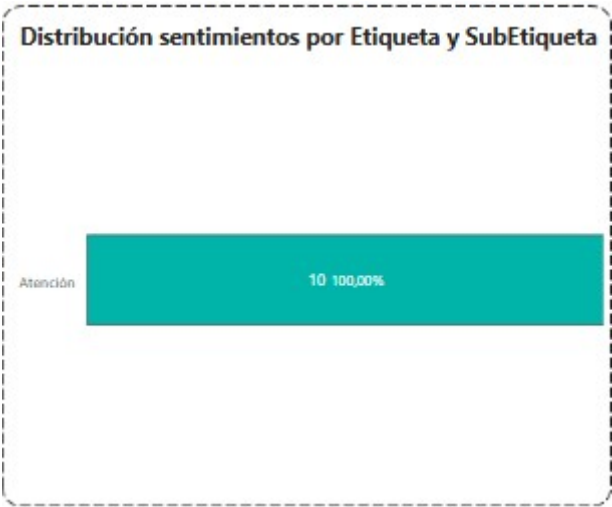
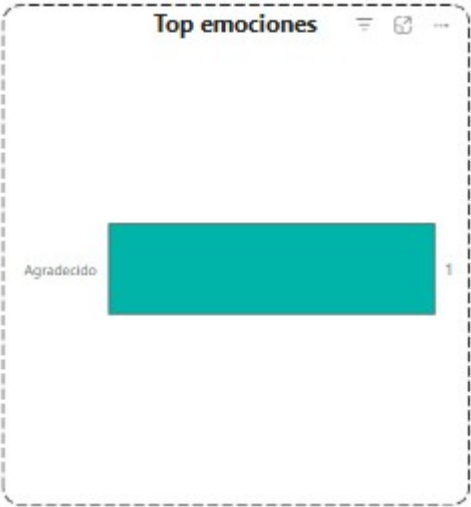
CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN

Campaña

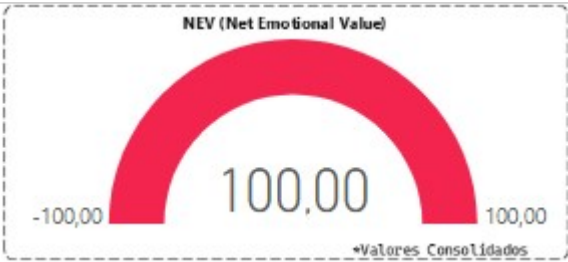
Campaña NPS Diagnostico por la imagen ...

Filtro por centro

Centro Oncológico de Antioquia



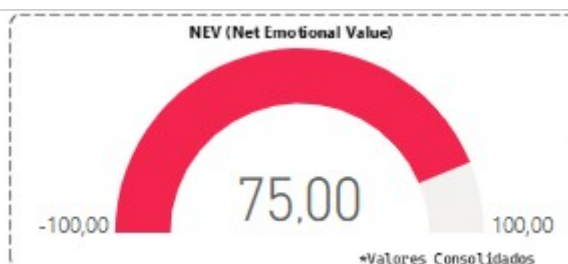
Emoción	#ComentariosEvaluados
Agradecido	1



Análisis:
En el mes de septiembre de 2025, la emoción destacada en el servicio de imágenes diagnósticas es de agradecimiento, alcanzando un total del (100%).
La campaña de Imágenes Diagnósticas logró la meta establecida de 10 en (90) puntos, lo que muestra un resultado positivo.

CAMPAÑA DE LABORATORIO CLÍNICO





Análisis:

En el mes de septiembre de 2025, en el servicio de Laboratorio Clínico la emoción positiva fue de agradecimiento, con total del (87,5%).

Se registraron (2) **emociones negativas** las cuales se discriminan así; (1) paciente manifestó sentimiento de decepción y (1) paciente expresó sentir frustración.

La campaña de Laboratorio Clínico ha logrado superar la meta de 10 en (65) 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.