

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico **Antioquia**
Grupo 

Fecha de realización (DD/MM/AAAA):	23/12/2025
Tipo informe:	Informe NEV-Net Emotional Value
Fuente de información:	OPINAT
Mes que corresponde informe:	Noviembre
Realizado por:	Auxiliar Administrativa SIAU
Verificado por/Fecha:	Estadística/ 24/12/2025
Dirigido a:	Todo el personal

OBJETIVO:

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

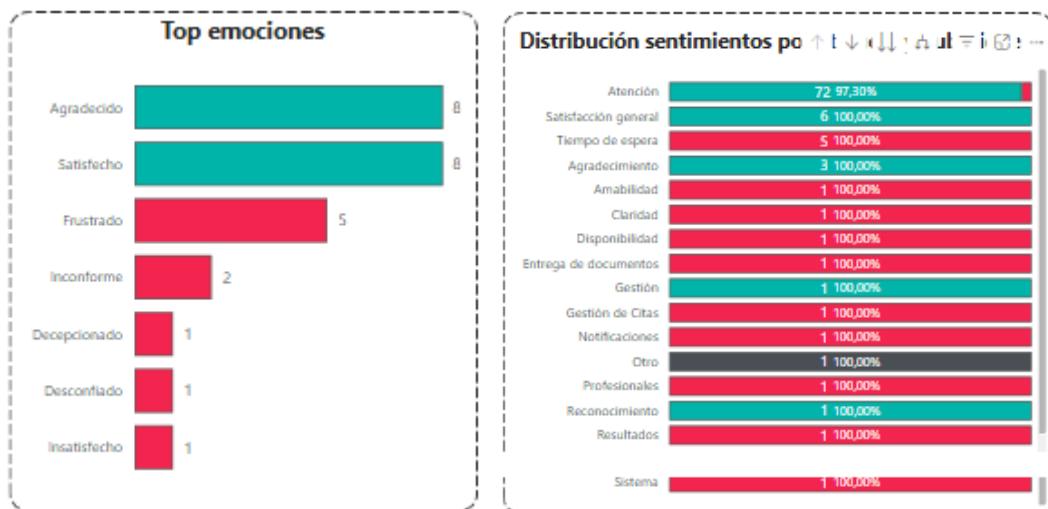
ALCANCE:

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.

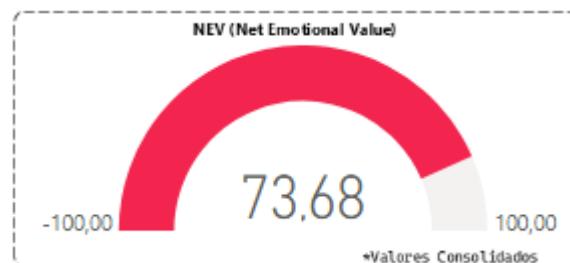
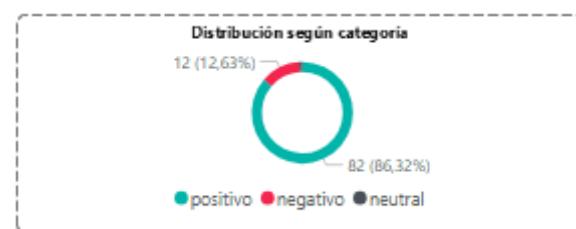
INFORME/ANÁLISIS:

INFORME DE AUDITORIA

Para el año 2025, se relaciona el resultado de las siguientes emociones a nivel global, definido como **“Top de emociones”** las principales emociones del mes de noviembre:



Emoción	#Comentarios Evaluados
Agradecido	8
Satisfecho	8
Frustrado	5
Inconforme	2
Decepcionado	1
Desconfiado	1
Insatisfecho	1



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

Según los resultados correspondientes al mes de noviembre de 2025, **NEV Global** alcanzó un valor de **(73,68%)**, superando la meta establecida de 10 en **(63,68)** puntos.

Las **emociones positivas** y **negativas** se discriminan de la siguiente manera:

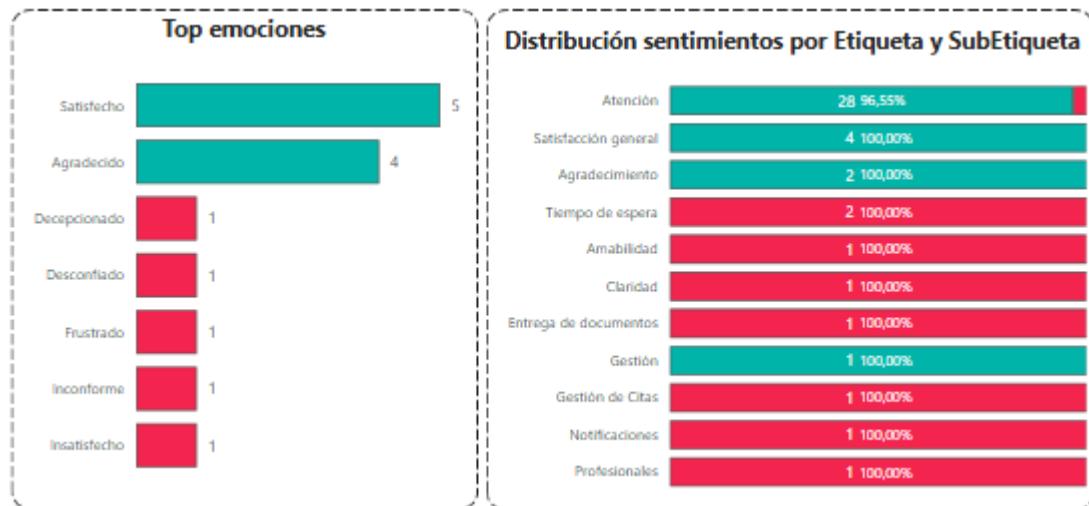
(8) pacientes manifestaron sentir agradecimiento y **(8)** pacientes expresaron satisfacción. Seguidamente, **(5)** pacientes manifestaron sentimiento de frustración, **(2)** pacientes expresaron inconformidad, **(1)** paciente manifestó decepción, **(1)** paciente expresó desconfianza y **(1)** paciente reportó insatisfacción.

Si bien se cuenta con un buen indicador de **emociones positivas**, es importante ajustar la estrategia como una oportunidad de mejora continua y reforzar las estrategias al plan de acción según las **emociones negativas** obtenidas de la muestra.

Fórmula NEV: 82 emociones positivas (86,32%) – 12 emociones negativas (12,63%) = 100%

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

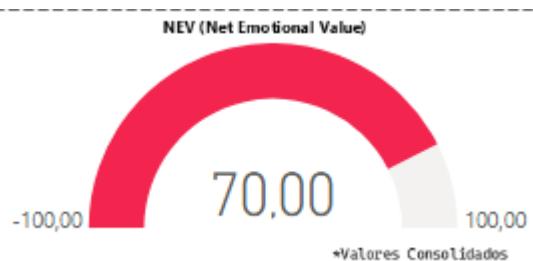
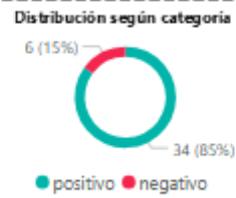
CAMPAÑA CONSULTA EXTERNA



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico **Antioquia**
Grupo 

Emoción	#Comentarios Evaluados
Satisfecho	5
Agradecido	4
Decepcionado	1
Desconfiado	1
Frustrado	1
Inconforme	1
Insatisfecho	1



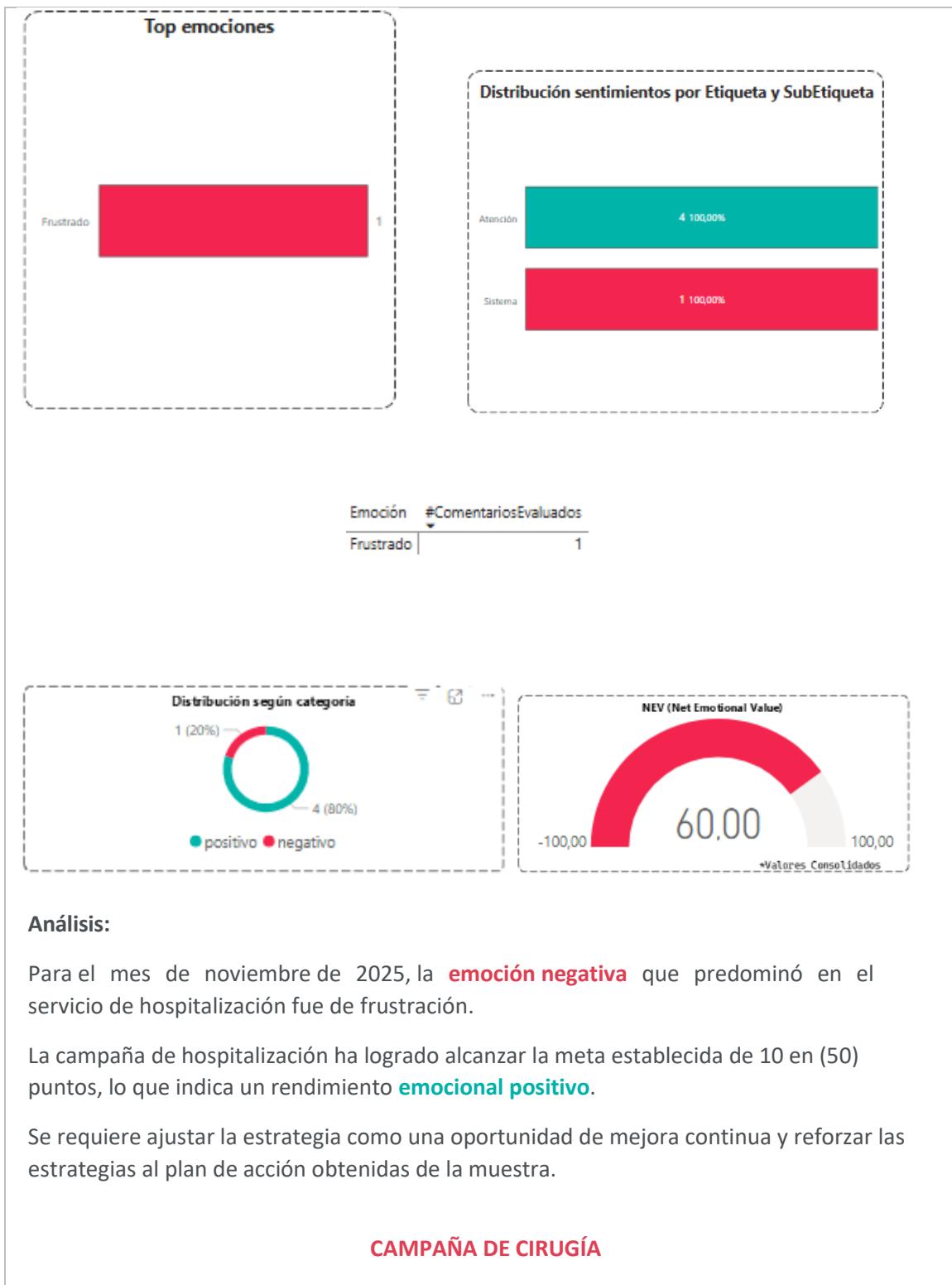
Análisis:

En el mes de noviembre de 2025, el servicio de consulta externa registró variedad de emociones entre los pacientes atendidos, (5) pacientes manifestaron sentir satisfacción y (4) pacientes expresaron sentimiento de agradecimiento.

Acto seguido, (5) pacientes expresaron **emociones negativas** (1) para cada una, las cuales se discriminan así; decepción, desconfianza, frustración, inconformidad e insatisfacción.

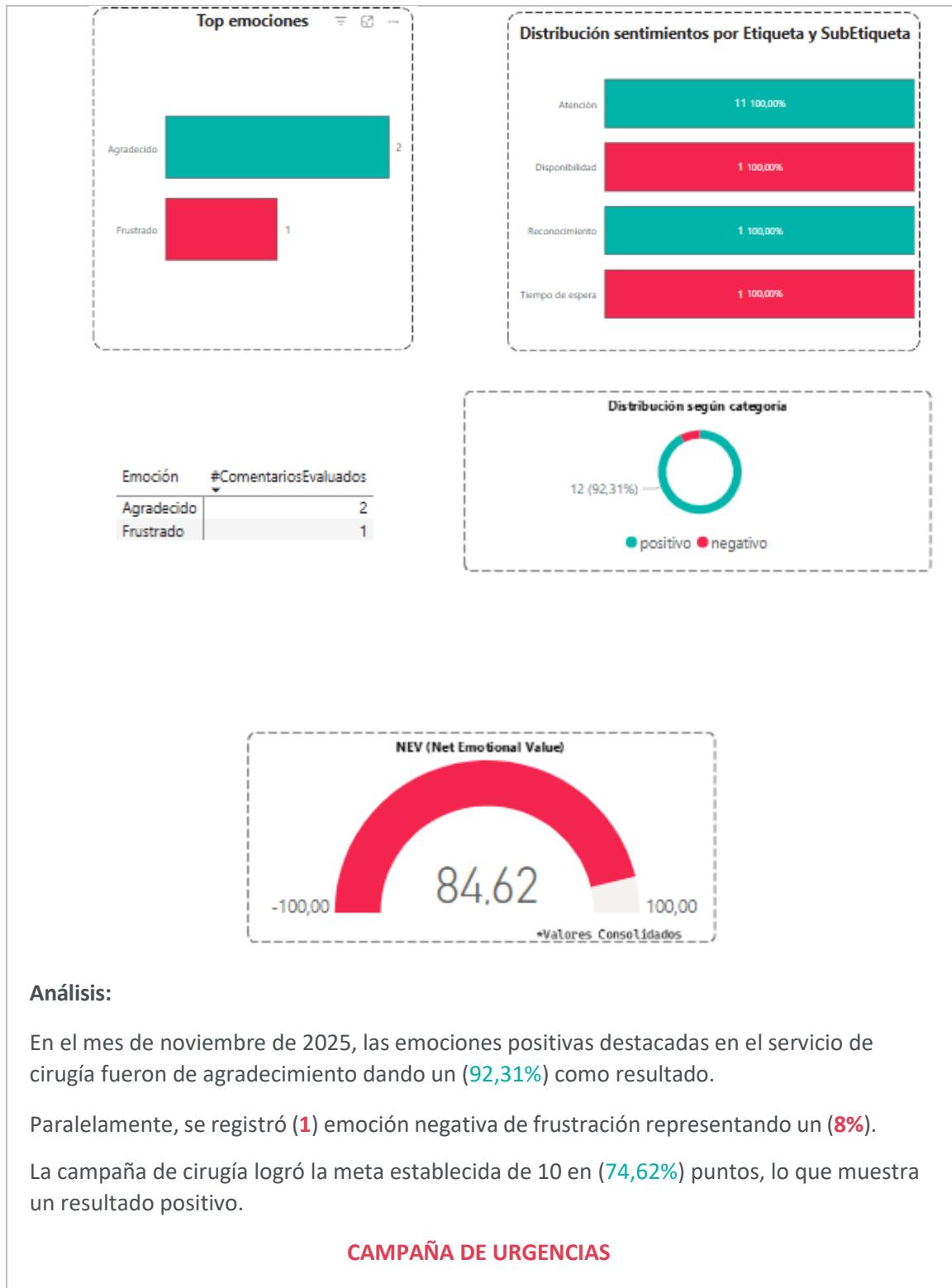
La campaña de consulta externa ha logrado alcanzar la meta establecida de 10 en (60) puntos, lo que constituye un avance significativo en relación con el objetivo propuesto.

CAMPAÑA HOSPITALIZACIÓN



FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 



Distribución sentimientos por Etiqueta y SubEtiqueta

Atención 3 100,00%

Distribución según categoría



NEV (Net Emotional Value)

-100,00 100,00

*Valores Consolidados

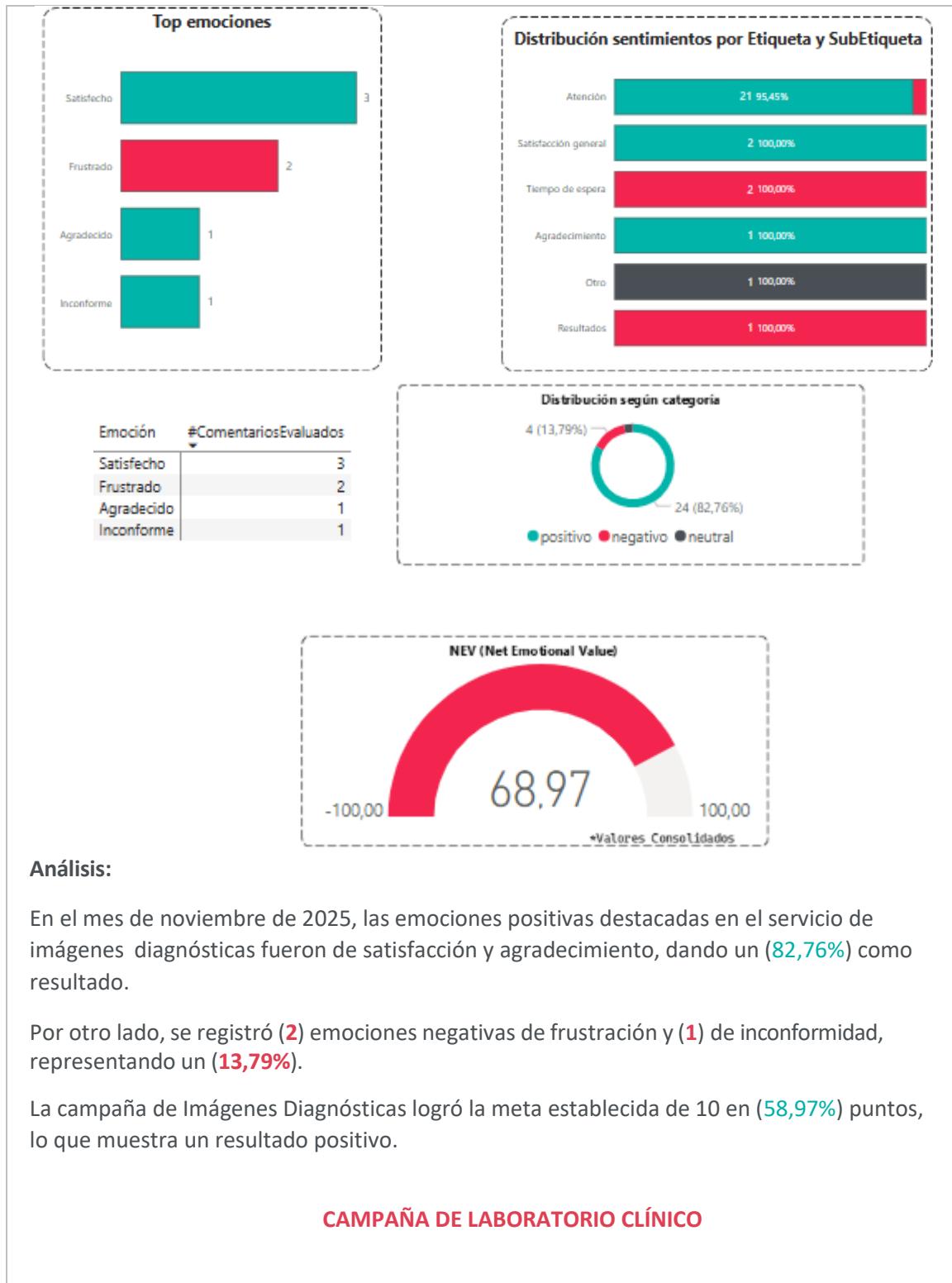
Análisis:

En el mes de noviembre de 2025, predominó en el servicio de urgencias la atención. La campaña de urgencias logró la meta establecida de 10 en (90%) puntos, lo que muestra un resultado positivo.

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN

FORMATO
INFORME EXPERIENCIA DEL PACIENTE

Centro Oncológico Antioquia
Grupo 





Análisis:

En el mes de noviembre de 2025, la emoción positiva destacada en el servicio de laboratorio clínico fue de agradecimiento dando un (100%) como resultado.

La campaña en el servicio de laboratorio logró la meta establecida de 10 en (90%) puntos, lo que muestra un resultado positivo.

**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.