

Bello, 7 de Julio del 2021

Doctora

DIANA PATRICIA ESCUDERO

Sistema de Información y Atención al Usuario

Secretaria de Salud

ALCALDIA DE BELLO

Asunto: Informe SIAU Segundo Trimestre 2021 de la Clínica Antioquia SA

Respetada Doctora

Reciba un cordial saludo de parte de la Clínica Antioquia S.A., de acuerdo a la información solicitada en la circular 059 de 2017, adjuntamos el informe del análisis de las Quejas, Reclamos, Peticiones, Derechos de Petición, Sugerencias y Felicitaciones presentadas por los usuarios de la clínica Antioquia en el segundo trimestre del año 2021.

Cualquier información adicional con gusto será suministrada.

Cordialmente,

LADY RUTH BEDOYA RAMIREZ

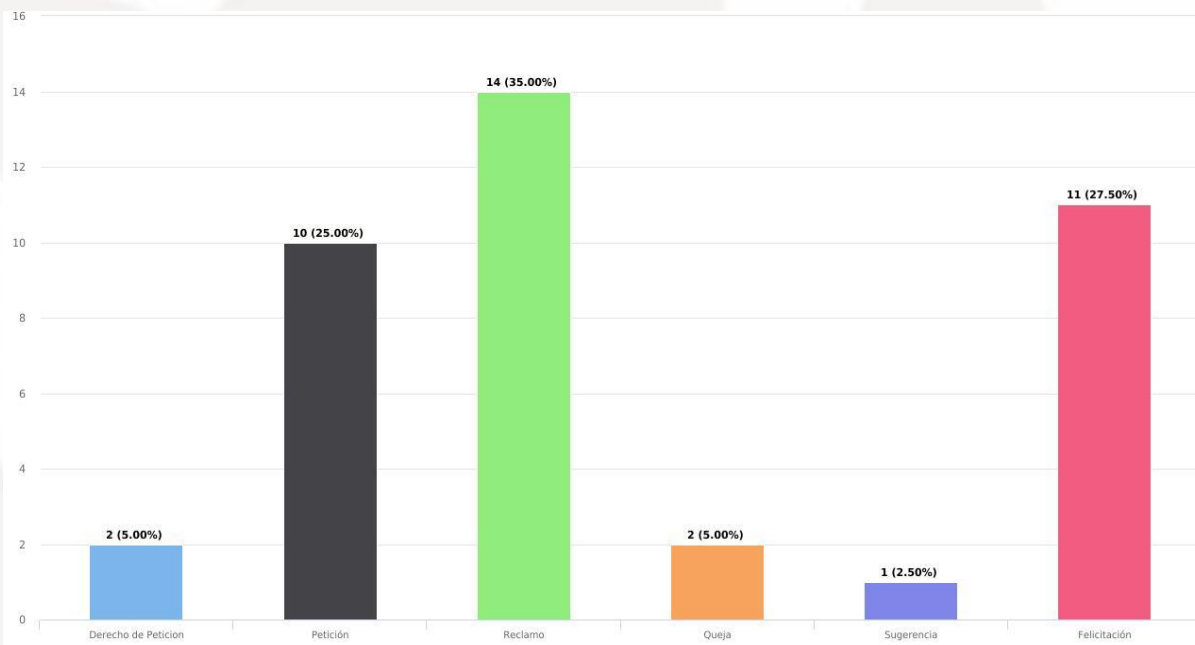
Gerente

CLINICA ANTIOQUIA S.A.

1. CLASIFICACION DE LAS MANIFESTACIONES DE LOS USUARIOS

En el periodo comprendido entre el 01 de abril y el 30 de junio de 2021 se recibieron 40 manifestaciones de los usuarios, de las cuales el **35%** (14) corresponden a reclamos, seguido de las peticiones con un **25%** (10), posteriormente con un **28%** (11) felicitaciones, un **5%** (2) tanto para los trámites correspondientes a quejas y Derechos de Petición y finalmente con un **3%** (1) sugerencias, que fueron gestionados por la oficina de atención al usuario de la clínica Antioquia en el aplicativo de PQRSF que se tiene definido.

MANIFESTACIÓN / MES	Abril	Mayo	Junio	Total	Porcentaje
Reclamos	3	4	7	14	35
Peticiones	4	3	3	10	25
Felicitaciones	4	1	6	11	28
Quejas	1	1	0	2	5
Sugerencias	0	0	1	1	3
Derechos de Petición	0	0	2	2	5
Total	12	9	19	40	100



PQRSF Segundo Trimestre 2021

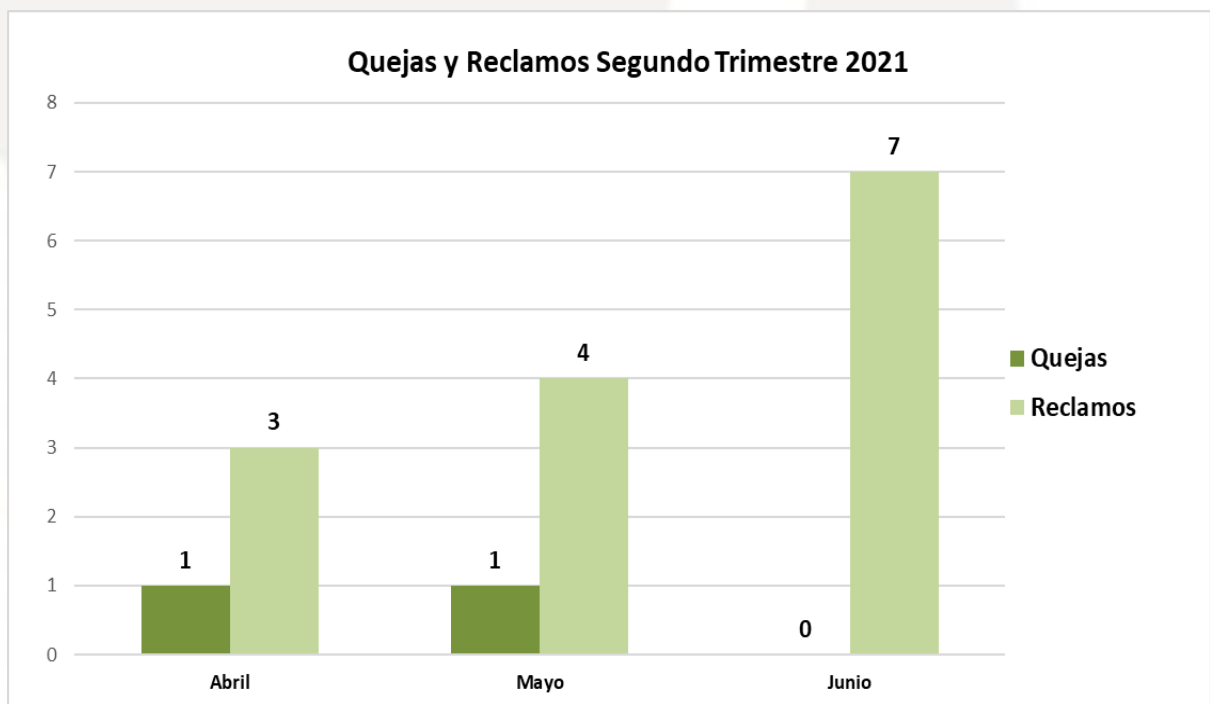
Durante el segundo trimestre y debido a la emergencia por la pandemia hemos reforzado los otros canales de atención con los cuales contamos para poder gestionar de manera inmediata las solicitudes de nuestros usuarios y así mitigar el riesgo de contagio de nuestros pacientes, sus familias y nuestros colaboradores:

- ❖ **Línea telefónica:** 322 22 11 Ext: 2201
- ❖ **Línea celular:** 3185163582 (esta línea cuenta con WhatsApp)
- ❖ **Correo electrónico:** usuarios1@clinicantioquia.com.co
- ❖ **Página WEB:** www.clinicantioquia.com.co a través del link PQR

2. QUEJAS Y RECLAMOS

Durante el segundo trimestre del 2021 se realizó la clasificación de quejas y reclamos presentados por los usuarios, haciendo referencia la primera, a las inconformidades que relacionan directamente un funcionario de la institución y el segundo a las inconformidades evidenciadas desde los diferentes procesos de atención.

En este periodo se evidencia que, de **16** manifestaciones recibidas de los usuarios, clasificadas como quejas y reclamos, el 35% (**14**) son reclamos y el 5% (**2**) son quejas



2.1 QUEJAS

Con relación a las Quejas (Actitud del personal) se puede observar que para este trimestre con relación al trimestre anterior obtuvimos disminución en la cantidad de casos (pasando de 3 casos en el primer trimestre 2021 a 2 casos en el segundo trimestre 2021), con el objetivo de impactar las quejas por actitud de los funcionarios se continua con el programa de humanización que incluye diferentes estrategias, que permiten garantizar el cumplimiento de la política de humanización.

Las estrategias que orientan el cumplimiento de la política de humanización son:

Estrategias Virtuales y Presenciales: Debido a la contingencia por la pandemia del COVID-19 y con la finalidad de garantizar el distanciamiento social se implementaron algunas medidas virtuales y/o presenciales para cumplir con la política de humanización:

❖ **Campaña de Semáforos:** El objetivo es entregar un distintivo, que califica la actitud con los usuarios, según el informe del PQRS del mes anterior. La figura de **empatía** se otorga a los servicios que no tienen quejas por actitud en el mes; **puedes lograrlo** se le asigna al servicio que mejoro en el mes con respecto al número de quejas y la **estrella negra** se le entrega al servicio que no obtuvo mejoría con respecto a sus quejas por actitud en el mes.

Durante este trimestre los resultados se dieron a conocer en los comités de calidad y ética mensuales que se realizaron de manera virtual por el aplicativo Google meet.



- ❖ **Red de apoyo psicológico, espiritual y familiar:** Estrategia que consiste en brindar apoyo psicológico, espiritual y familiar de manera virtual al personal de la clínica.



La CLÍNICA
TE ACOMPAÑA
EN LOS MOMENTOS
QUE MÁS LO NECESITAS

Comunícate con nuestra
red de apoyo

Psicólogo Jaime Giraldo :
3002037003

Apoyo Espiritual Padre Camilo Arbeláez:
3122864982

Psicóloga Mariela Gómez:
3154621494

Psicóloga Adriana Ramírez:
3207665644

- ❖ **Incentivo al Personal:** Se hace entrega de incentivo virtual al personal felicitado por los usuarios en los diferentes servicios de la institución por medio de la intranet de la clínica, su publicación se realiza mes vencido.



- ❖ **Cumpleaños Personal:** Por medio de incentivo entregado por el área de Gestión Humana, se realiza reconocimiento de cumpleaños al personal; adicional desde los beneficios de momentos mágicos, se brinda una tarde libre para disfrutar de su día al personal administrativo o tarde de helado para el personal asistencial.

HUMANIZANDO
ando

COMENCEMOS POR ENTENDER
¿qué es un mapa de cultura?

Es el lugar donde registramos los **valores, creencias y principios** que nos orientan en nuestro día a día, para alcanzar el objetivo que nos hemos propuesto como clínica.

Este es nuestro
MAPA DE CULTURA Y SUS PILARES PRINCIPALES

VALORES
Honramos nuestros valores en todas nuestras acciones.

LIDERAZGO
Liderazgo al servicio de nuestros equipos.

TRABAJO
Trabajamos comprometidos con la búsqueda de soluciones.

RELACIONES
La conversación: la base de nuestras relaciones.

TRABAJO
Trabajamos comprometidos con la búsqueda de soluciones.

Ahora que sabes cuál es nuestro mapa de cultura y sus principales pilares, cuéntanos ¿cuál es tu aporte a la humanización?

HOLA
soy Empatía, tu guía de humanización, y hoy vengo a enseñarte sobre nuestro mapa de cultura

Honramos nuestros valores, honramos la honestidad

En CASA la **honestidad** es uno de los valores que guían nuestras acciones. Habilitamos un nuevo canal de comunicación para ti y nuestros usuarios, un correo electrónico a través del cual podrás expresar situaciones que evidencien dentro de la clínica cómo:

- ▶ Recibir dádivas o algún tipo de beneficio, a cambio de favores o de toma de decisiones que favorezcan a una persona o entidad en particular.
- ▶ Conductas no éticas
- ▶ Conductas de corrupción y de soborno.

Escribenos de forma confidencial al correo de transparencia: transparencia@clinicantioquia.com.co
Y continuemos construyendo juntos **una cultura basada en la verdad**, garantizando integridad y rectitud en nuestro actuar.

- ❖ **Promoviendo el Autocuidado:** También se viene enviando a través de los grupos de whatsapp, imágenes que sirvan como recordatorio al personal de la importancia del autocuidado.

Tu bienestar es importante para nosotros, por eso, hoy queremos recordarte la importancia del **uso correcto de los elementos de protección personal**

Te cuidas, me cuidas

- ❖ **Vacunación contra el COVID:** Durante el segundo trimestre se continuo con las jornadas de vacunación contra el Covid para nuestro personal, según la priorización de las fases realizada por el Ministerio de Salud.

**ASÍ AVANZA EL PROCESO DE
VACUNACIÓN**

El proceso de vacunación de nuestros colaboradores avanza a paso

En nuestra sede norte ya culminamos la vacunación del personal asistencial y administrativo que a la fecha estaban aptos para vacunarse.

Y en nuestra sede sur el 9 de abril finalizaremos la vacunación de nuestro personal asistencial, administrativo y terceros que a este momento se encuentren aptos para recibir la vacuna.

Esta es sin duda, nos llena de emoción, poder brindar tranquilidad a nuestros héroes de salud, que hoy lo entregan todo por los que más lo necesitan.




- ❖ **CANAL DE COMUNICACIÓN DIRECTA:** Se implementa desde el área de Comunicación y Gestion Humana, un Whatsapp corporativo como canal de información directa de nuestros colaboradores

Un nuevo canal de comunicación directa
Nos emociona mucho contar con WhatsApp corporativo como un canal de información directa con nuestros colaboradores

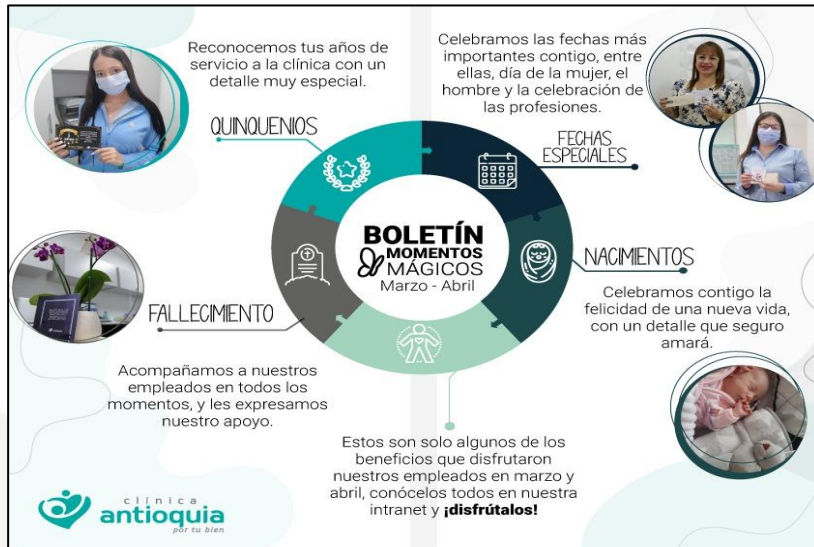
Por eso, necesitamos de tu ayuda **reforzando con tus equipos la veracidad de este nuevo canal de comunicación y la importancia de su permanencia en estos grupos de WhatsApp**, ya que a través de estos difundiremos información relevante sobre lo que sucede en la clínica.

Estos grupos están siendo administrados por el área de Gestión Humana, por lo cual, si tienes alguna información corporativa que deba ser difundida, debes hacerlo a través de la comunicadora y ella lo enviará por este medio.




- ❖ **MOMENTOS MAGICOS:** El bienestar de nuestro colaboradores, es nuestra prioridad, por eso, contamos con momentos mágicos, estrategia enfocada en las necesidades

particulares y colectivas de los integrantes de la familia C.A.S.A (Horarios flexibles, tarde de cumpleaños, solidaridad CASA, reconocimiento a los años de servicios, felicitados, Acompañamiento en el duelo, acompañamiento en recuperaciones...)



❖ **ALIMENTACIÓN:** Estrategia transitoria, la cual busca brindarle al personal en el turno de la noche la merienda.



Estrategias dirigidas a los usuarios: Ante la contingencia por el COVID-19 se realizaron cambios institucionales para garantizar la seguridad de los pacientes, sus familias y el personal de la salud, teniendo como premisa la humanización en la atención, estas estrategias favorecen la comunicación con las familias y la comunidad, estas son:

- ❖ **Comunicación con las familias y usuarios:** Se decide realizar la llamada a los pacientes con diagnóstico sospechoso o confirmado de Covid19, y a las familias de los pacientes de hospitalización que no tienen acompañante, ni medio de comunicación con su familia. La información que se da es una información general del estado del paciente, tranquilizando a la familia e informándole que diariamente contara con esta llamada, para darle noticias de la evolución de su paciente.



Información importante para familiares de pacientes hospitalizados en el área COVID

Debido a la actual pandemia, como institución hemos tomado las siguientes medidas que son importantes que usted como familiar tenga en cuenta durante el proceso de hospitalización.

clínica antioquia
por tu bien

- Para disminuir el riesgo y la exposición de las familias, no se permite la visita o acompañamiento de familiares al paciente durante el tiempo de hospitalización.
- El ingreso de familiares priorizados se podrá realizar en el Departamento Administrativo de la Clínica, en un horario de lunes a sábado de 9:00 a. m. a 11:00 a. m. y de 4:00 p. m. a 6:00 p. m. y los días domingos y festivos de 9:00 a. m. a 11:00 a. m.
- Se autoriza (bajo la responsabilidad del paciente) el ingreso de celulares con su respectivo cargador, tabletas, radios, libros, hojas de letras, etc.
- La información médica de los pacientes será entregada telefónicamente al familiar responsable (una sola persona designada por la familia). Durante el transcurso de la información médica, el médico responsable explicará con claridad al familiar, para el entendimiento de la familia, el estado actual de salud del paciente, el plan de atención y cualquier otro aspecto que sea necesario en relación al proceso de hospitalización.
- Campaña de humanización "Te acompaño en la distancia" en la cual a través de la página web www.clinicantioquia.com.co usted podrá enviarnos un mensaje de saludo a su familiar y nosotros se lo entregaremos.
- Para dudas, queries, sugerencias o felicitaciones use los siguientes canales:
Sede Bogotá: WhatsApp: 3185 835 7221, usuarios@clinicantioquia.com.co
Sede Barranquilla: WhatsApp: 3185 163562, usuarios@clinicantioquia.com.co
Página web www.clinicantioquia.com.co

- ❖ **Comunicación con la Comunidad:** En cuanto a la comunicación con la comunidad, se define que el canal de comunicación para orientar de manera general a la ciudadanía es la línea 3122898497 y el correo referencia@clinicantioquia.com.co, ellos darán información sobre redes de servicio, protocolos, procedimientos, así como el direccionamiento para las pruebas domiciliarias cuando hubiere lugar.

La línea esta publicada en la página web de la institución y en las salas de espera de las dos sedes. El personal de referencia tiene definido un cuestionario para redireccionar al paciente.

- ❖ **Te acompaño en la distancia:** Se creó un link en la página de internet de la clínica, y además se realiza una llamada a familiares de los pacientes hospitalizados, con el fin de invitarlos a participar en la campaña de humanización, enviando mensajes de manera virtual a sus familiares hospitalizados, teniendo en cuanto que ellos no puede ser visitados por sus familiares debido a la situación de la pandemia.

Los familiares dejan su mensaje de cariño y motivación por medio del link: <http://www.clinicantioquia.com.co/te-acompano-en-la-distancia/> o vía WhatsApp, y la institución le hace llegar el mensaje al paciente ya sea por medio de tarjeta.



- ❖ **Al Derecho y al deber:** Los derechos y deberes de nuestros usuarios se encuentran divulgados en la página WEB en el siguiente link <http://www.clinicantioquia.com.co/derechos-y-deberes-del-paciente/>.

Adicional se realiza difusión AL DERECHO Y AL DEBER por medio de video TIKTOK, el cual se envía por Intranet y a través de los diferentes grupos de Whatsapp y por la línea de los usuarios.

- ❖ **Celebramos tu Vida:** Se realiza la celebración de cumpleaños de los pacientes hospitalizados en la institución.
- ❖ **Código lila en el contexto de la pandemia por Covid-19:** Se actualizó el instructivo de Código lila para incluirle el capítulo de Código Lila en caso de pacientes con diagnóstico sospechoso o confirmado de COVID 19. El personal de salud debe asegurarse de que los familiares reciben y realicen el uso apropiado de los EPP, en caso de pacientes con diagnóstico sospechoso o confirmado de Covid 19 se permitirá el ingreso de 2 familiares designados con las debidas recomendaciones.

- ❖ **Clínica Antioquia Contigo:** Durante el segundo trimestre se realizaron charlas virtual a la comunidad referente a temas de: Aprendamos de seguridad y salud en el trabajo, Hipertensión, y Pie diabético, los cuales son dirigidos por especialistas y/o profesionales de la salud.

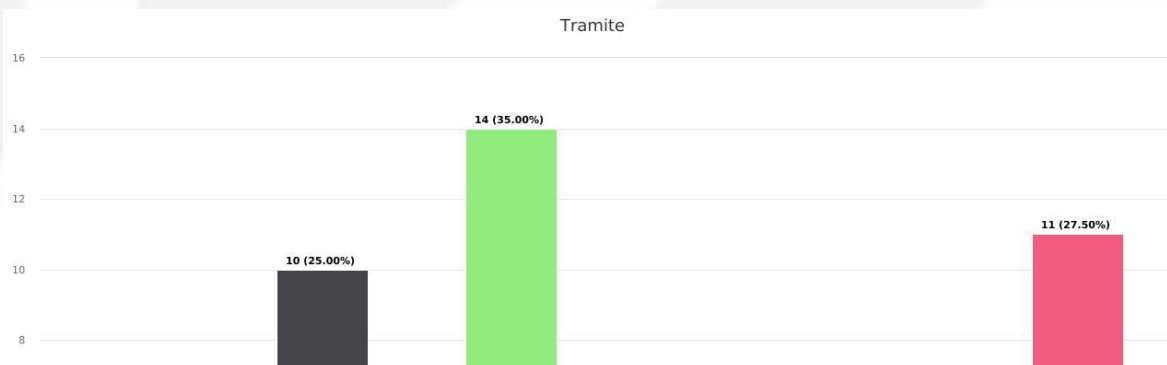


- ❖ **Comunicación y bienestar emocional del paciente con sospecha y confirmación de diagnóstico de COVID-19**

Se entrega carta a los pacientes con sospecha o diagnóstico confirmado de COVID-19, para transmitir al paciente tranquilidad y motivación ante este proceso de enfermedad y aislamiento complejo. El paciente cuenta con teléfono de atención de Trabajo Social, para que el paciente que necesite que alguien lo escuche. Adicional se realiza videollamada con las familias.

2.2 RECLAMOS

En relación a los reclamos se puede observar disminución con respecto al trimestre anterior, llegando a 14 reclamos en el segundo trimestre.



Las causas más representativas de los reclamos son: Oportunidad en la programación de la cirugía con **7** reclamos (50%), Oportunidad para establecer comunicación con el Call Center, con **2** reclamos (14.29%) y finalizando con otros **2** reclamos (14.29%) para Direccionamiento e información recibida

Para poder impactar de manera positiva las reclamaciones de los usuarios, se están trabajando las siguientes estrategias:

- ❖ Incentivar en los colaboradores la conducta del trabajo solucionador, así logramos que la inconformidad presentada se solucione de manera inmediata al usuario y no se convierta en un reclamo.
- ❖ Realizar rondas diarias en los servicios con el objetivo de recaudar las situaciones de inconformidad y garantizar de esta manera sean solucionadas a tiempo.
- ❖ Apropiar a las áreas con capacitaciones para dar respuesta inmediata a los usuarios.
- ❖ Verificación de indicadores de reclamos relacionados con el mal direccionamiento e información suministrada para definir acciones pertinentes que permitan brindar una información confiable al usuario.
- ❖ Ampliar disponibilidad de las agendas de las especialidades con mayor demanda para brindar una mayor oportunidad en la asignación de la cita.

Además, para las principales causas de reclamos se definió:

- ❖ Comunicación con las familias para informar manejo médico del paciente durante su hospitalización.
- ❖ Con respecto a Oportunidad en la programación de la cirugía, vale aclarar que debido a la pandemia y a la declaración de alerta roja, se contaba con restricción para programar cirugías ambulatorias, una vez fue levantada la medida se procedió a realizar la programación.
- ❖ Se implementa línea celular corporativa para el servicio de Cirugía (la cual cuenta con Whatsapp), debido a las inconformidades por la falta de comunicación con el servicio.

3. PETICIONES Y DERECHOS DE PETICIÓN

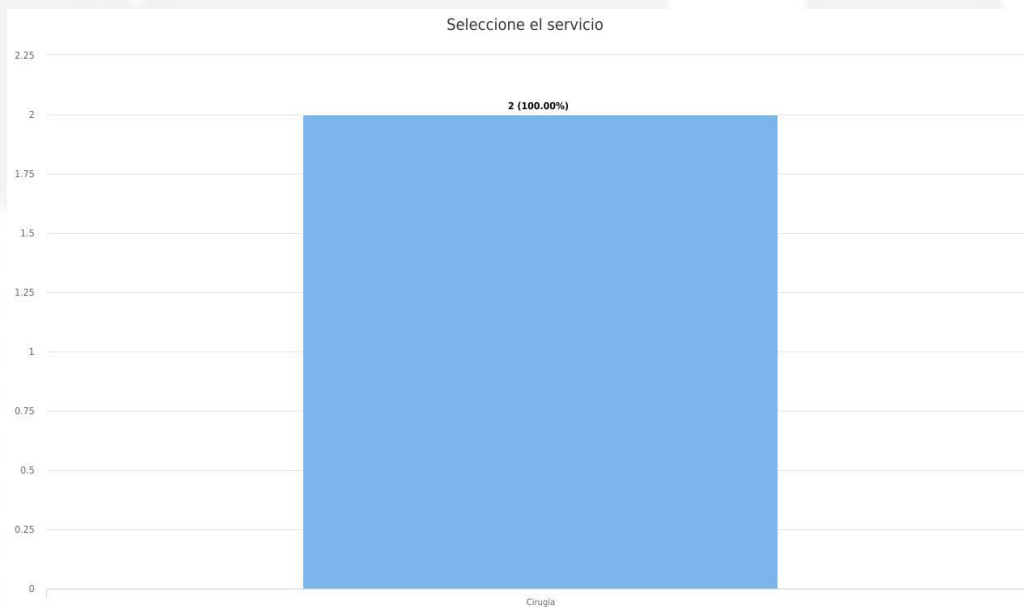
3.1 PETICIONES

Con respecto al comportamiento de las peticiones, se observa aumento pasando de 9 en el primer trimestre 2021 a 10 peticiones en el segundo trimestre 2021. En el mes de abril se presentó el mayor índice con un **40%** (4), y finalizando con un **30%** (3) para el mes de mayo y junio.



3.2 DERECHOS DE PETICIÓN

En relación a los Derechos de Petición, se puede observar aumento con respecto al trimestre anterior, llegando a 2 Derechos de Petición en el segundo trimestre, los cuales corresponden al servicio de Cirugía.



4. QUEJAS, RECLAMOS, PETICIONES Y DERECHOS DE PETICIÓN POR ASEGURADORA.

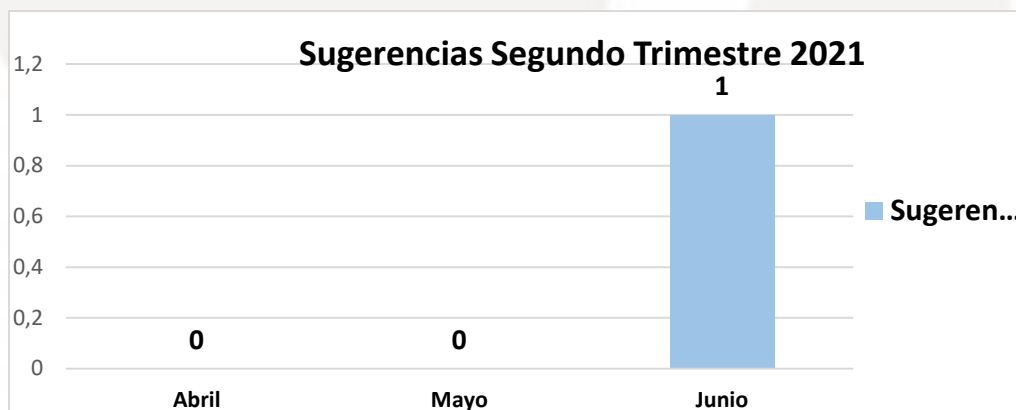
De un total de **28** Quejas, Reclamos, Peticiones y Derechos de Petición en el segundo trimestre 2021, remitidos por usuarios el comportamiento según EAPB a la que se encuentran afiliados fue el siguiente:

EAPB	Abril	Mayo	Junio	Total
EPS Salud Total	3	4	10	17
EPS Sura	2	0	1	3
EPS Nueva EPS	3	4	1	8
TOTAL	8	8	12	28

Se puede observar que el mayor número de quejas, reclamos, y peticiones pertenecen a la población de la EPS Salud Total con un **60.71%** (17), ya que el mayor número de usuarios atendidos en nuestra institución pertenece a esta EAPB.

5. SUGERENCIAS

Con relación a las sugerencias se puede observar que para este trimestre con relación al trimestre anterior obtuvimos aumento en la cantidad de casos (pasando de 0 casos en el primer trimestre 2021 a 1 caso en el segundo trimestre 2021), la cual corresponde al servicio de Cirugía.



6. FELICITACIONES

Para el Segundo Trimestre del 2021 se presentaron un total de **11** felicitaciones que corresponden al **28%** de las manifestaciones, por medio de las cuales se destaca la labor de los colaboradores y los servicios prestados, lo cual contribuye al mejoramiento continuo en la prestación de los servicios.

El reconocimiento de los usuarios se hace extensivo a los colaboradores, en el marco del programa de humanización, buscando resaltar al cliente interno y promoviendo así, la excelente atención a los usuarios de la clínica.

La siguiente gráfica muestra el comportamiento mensual donde se puede observar que en el mes de abril se presentaron 4 felicitaciones correspondientes al **36%**, seguido el mes de mayo con 1 felicitación correspondiente al **9%** y finalizando para el mes de junio **6** felicitaciones que corresponden al **55%**.



7. OPORTUNIDAD EN LA RESPUESTA A LAS MANIFESTACIONES DE LOS USUARIOS

La clínica buscando brindar la mejor opción de solución y respuesta, de acuerdo a la **circular 008 de 2018**, establece los siguientes tiempos de respuesta:

- **PQR con Riesgo de Vida: inmediato cumplimiento.** Situación que representa riesgo inminente para la vida o la integridad de las personas
- El acceso, la gestión del riesgo en salud, y la inadecuada prestación del servicio de salud que afecte la oportunidad, continuidad o integralidad Oportunidad de respuesta efectiva **5 días**
- Consultas de especialista e Imagenología, para mayores de **62 años** deben ser asignados dentro de las **48 horas** siguientes a su solicitud
- Solicitudes de información y que no están relacionadas con la garantía del acceso a los servicios de salud, ni con la atención o prestación de servicios de salud
 - Peticiones generales: **15 días**
 - Solicitudes de información: **10 días**
 - Copias: **dentro de los 3 días.** Si las copias son de historias clínicas o de exámenes y se requieran para una consulta o urgente inmediatos.

La oportunidad de la respuesta en el segundo trimestre la los usuarios se presenta en el siguiente cuadro:

ABRIL	MAYO	JUNIO
3.67	7.33	1.88

8. ASOCIACIÓN DE USUARIOS –CLÍNICA ANTIOQUIA

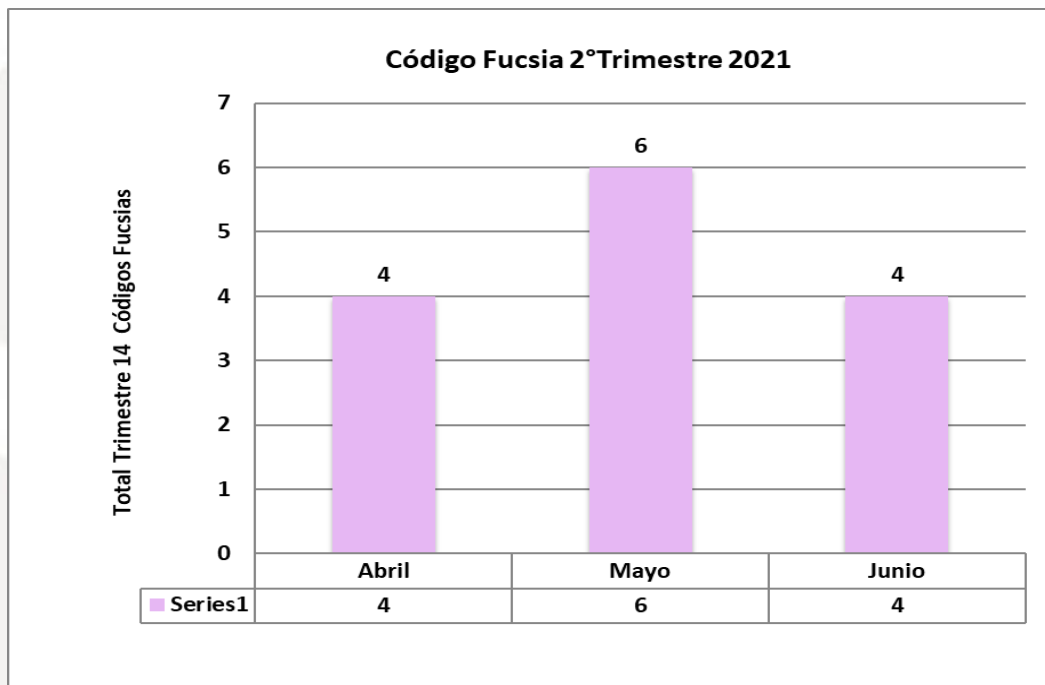
Para el segundo trimestre del 2021 se realizó convocatoria a la asamblea de la Asociación de Usuarios a través de invitación presencial, carteleras informativas de la clínica, página web, línea de usuarios y por medio de la secretaria de Salud y Participación Ciudadana; convocatoria a la cual no se presentó ningún usuario, por lo tanto, se continúa realizando mensualmente convocatoria.



9. COMITÉ DE ÉTICA HOSPITALARIA

Se continua con la realización mensual del comité de ética, donde se hace seguimiento y gestión a las manifestaciones de los usuarios, la satisfacción y el cumplimiento de la política de humanización, se muestra a los líderes de cada servicio los indicadores y definen planes de acción dirigidas al mejoramiento de los servicios. Durante el segundo trimestre del año 2021 y debido a la pandemia del covid-19 este se realiza de manera virtual.

10. CÓDIGO FUCSIA



En el segundo trimestre del año 2021, se registraron un total de 14 códigos fucsias dentro de la institución, de los cuales el **29%** está representado el mes de abril, el **43%** representa el mes de mayo y por último el mes de junio con un **29%**; vale resaltar que cada uno, se le realizó su respectiva intervención con las entidades pertinentes al suceso.

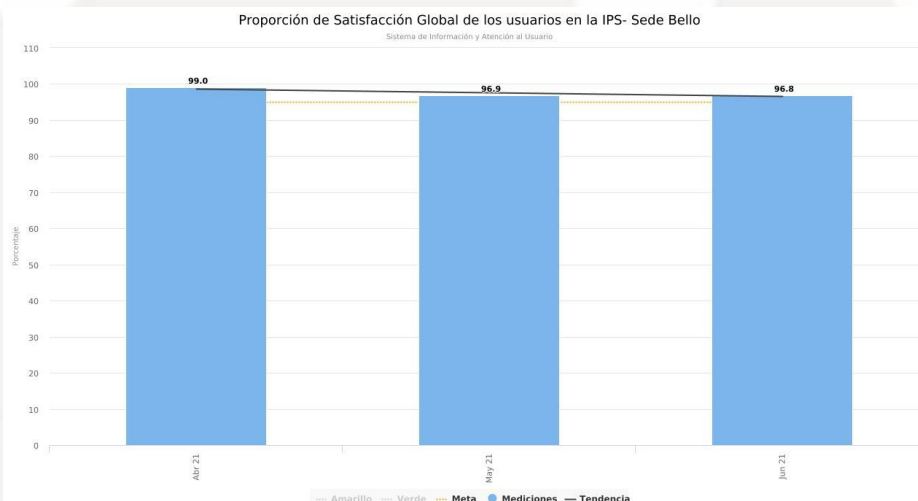
11. SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

En los meses de abril, mayo y junio del 2021, fueron realizadas las encuestas de satisfacción en cada uno de los servicios de la Clínica, para este segundo trimestre se continua con la estructura de la encuesta, donde además de dar respuesta al a pregunta de la norma: **¿cómo califica su experiencia global respecto a los servicios que ha recibido a través de la clínica?** se abordan distintos aspectos como: características de la clínica, instalaciones, humanización, médicos, enfermeras, admisiones y servicio, lo que influye en el resultado final.

Los resultados de las encuestas fueron presentados a los coordinadores de áreas para realizar seguimiento y planes de acción en los ítems con menor calificación.

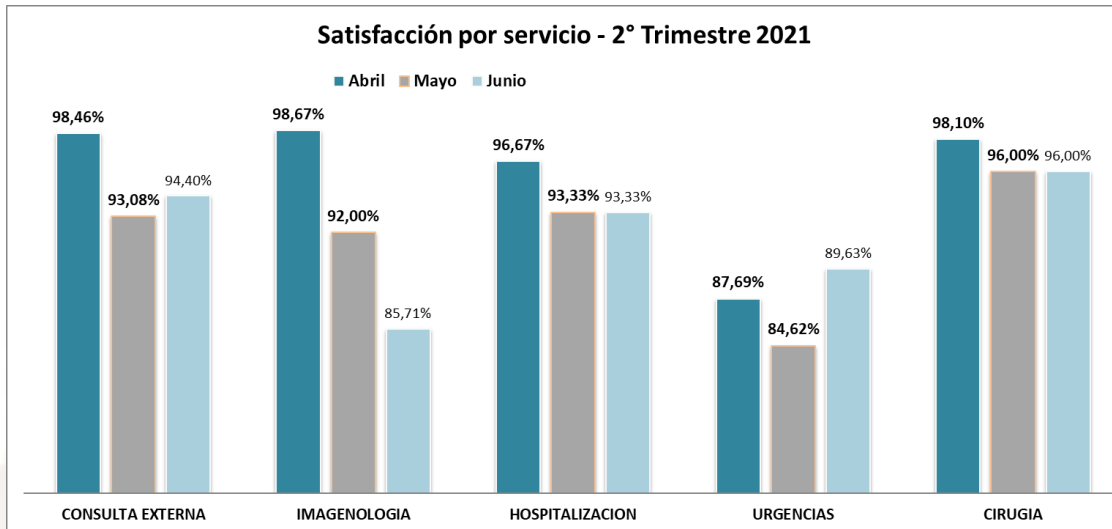
En el segundo trimestre de 2021 se realizaron en total de **291** encuestas, las cuales arrojaron un resultado de satisfacción promedio para el trimestre del **100%**.

Periodo	Usuarios Encuestados	Porcentaje de Satisfacción
Abril	100	99,0%
Mayo	96	96,9%
Junio	95	96,8%



Durante el segundo trimestre del año 2021 se evidencia que el servicio con mayor satisfacción es Cirugía obteniendo un **96,70**. Las acciones de mejora se gestionan cuando

durante tres meses seguidos el indicador tiene un resultado menor o igual al **85%**. La satisfacción por servicio, se encuentra en el siguiente gráfico:



12. POLITICA DE PARTICIPACIÓN SOCIAL EN SALUD

Se ingresó al portal del Ministerio el plan de participación social en salud del año 2021 y se envió copia a la secretaria de salud; el plan de acción se encuentra en este momento en ejecución.

Las actividades que se han venido ejecutando son:

- ❖ **Ingresar el plan de acción del PPSS 2021:** como se informó anteriormente el PPSS fue cargado en el portal de ministerio, adicional en el módulo de calidad Almera, donde se realiza seguimiento a todas las actividades. (cerrado)
- ❖ **Análisis del proceso de gestión de la satisfacción del usuario:** Se adjuntaron los informes del mes de Gestión basados en las actas del comité de Ética, las actas se realizan mes vencido. (ejecución)

- ❖ **Realizar el cronograma anual del comité de ética:** Se adjunta el cronograma del año 2021 del comité de ética y adicional las evidencias de la programación de las reuniones de cada mes. (ejecución)
- ❖ **Convocatoria para la conformación de la asociación de usuarios:** Se continúa con la convocatoria de manera virtual. (ejecución)