



Unione europea
Fondo sociale europeo



MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI



Governo italiano
Presidenza del Consiglio dei Ministri

Dipartimento della Funzione pubblica



fse per il tuo futuro
Programmi operativi nazionali
per la formazione e l'occupazione

MiglioraPA

LA CUSTOMER SATISFACTION PER LA
QUALITÀ DEI SERVIZI PUBBLICI

La Customer Satisfaction nei servizi sanitari.
L'esperienza della ASL



ASL LECCE
SERVIZIO SANITARIO DELLA PUGLIA

**Ufficio
Relazioni con il
Pubblico**



per una pubblica
amministrazione
di qualità



LATTANZIO ASSOCIATI
partner delle Amministrazioni Pubbliche nella sfida del cambiamento

L'Esperienza della ASL di Lecce

- L'ASL di Lecce ha partecipato al progetto MiglioraPA realizzando un percorso complesso volto a rilevare **la soddisfazione degli utenti rispetto al servizio del Centro Unico Prenotazioni**
- Il presidio del progetto è stato assicurato da:
 - o **Sonia Giausa**, Dirigente Responsabile UOS U.R.P. ASL Lecce
 - o **Fulvia Gravame**, consulente di Lattanzio e Associati che ha supportato la ASL nella progettazione e realizzazione dell'indagine

Il gruppo di lavoro della ASL di Lecce

L'ASL di Lecce ha partecipato al progetto MiglioraPA con un gruppo di lavoro composto da

- o **Antonella Miccoli, Gianfranco Budano**, ASL –Le
- o **N° 15** Operatori dei Punti Informativi dell'URP
- o **N° 2** Studentesse tirocinanti dell'Università del Salento-Lecce, Corso di laurea triennale in Scienze Psicologiche

Sono state informate dell'avvio del progetto, ed invitate a partecipare alla rilevazione, le Associazioni facenti parte del Comitato Consultivo Misto aziendale

L'Azienda

- La popolazione di riferimento coincide con il territorio della Provincia di Lecce ed è di circa 816 mila abitanti, divisi in 97 Comuni e 10 Distretti. Sono attivi i Dipartimenti e 6 Presidi Ospedalieri
- Nel 2011, **le prestazioni erogate sono state pari a 6 milioni ca.** e le ricette registrate nel Sistema informativo sono state 1.600 mila
- Il servizio di prenotazione delle prestazioni sanitarie è svolto, nelle more dell'avvio del servizio on line, attraverso:
 - o **24 CUP gestiti in proprio dall'Azienda**, presenti in 19 dei 97 Comuni della Provincia divisi tra **10 Distretti S.S.**
 - o **Farmacie e Parafarmacie**, dotate di collegamento al sistema informatico CUPWEB

Il territorio della ASL di Lecce



Distretti	Comuni
Campi Salentina	8 Comuni
Casarano	7 Comuni
Gagliano del Capo	15 Comuni
Galatina	6 Comuni
Gallipoli	8 Comuni
Lecce	10 Comuni
Maglie	12 Comuni
Martano	10 Comuni
Nardò	6 Comuni
Poggiardo	15 Comuni

Il contesto

- Il servizio di prenotazione è erogato da un numero elevato di sportelli fisici, con caratteristiche differenti per:
 - o volumi di prestazioni
 - o aspetti logistici
 - o quantità di operatori
- L'Azienda ha sentito il bisogno di avere ritorni sulle situazioni critiche, cogliere esigenze specifiche e, in particolare, di poter **confrontare la qualità percepita dagli Utenti dei servizi erogati presso tutte le (24) strutture pubbliche del CUP**, nella fase in cui stava progettando la realizzazione di un CUP on line attraverso il Portale Regionale della Salute

L'impostazione del questionario

Sulla base dei risultati dell'analisi del processo, il questionario ha indagato il livello di soddisfazione degli utenti intervistati, per ogni sede, rispetto alle componenti elementari del servizio

- Accessibilità
- Adeguatezza delle informazioni
- Aspetti tangibili
- Personale
- Capacità di risposta

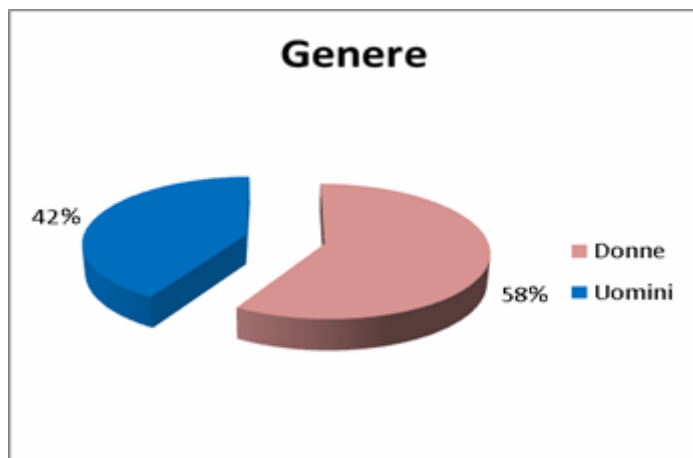
Modalità di rilevazione

- La valutazione della qualità dei servizi è stata svolta mediante interviste a cura degli Operatori dei Punti Informativi dell'URP e delle due studentesse che hanno svolto il loro tirocinio presso l'U.O., nonché mettendo a disposizione i questionari cartacei nelle sedi del CUP
- La DG, tramite l'URP, ha predisposto un comunicato in merito all'indagine di Customer Satisfaction diffuso tramite i Direttori di Struttura
- Gli Utenti hanno valutato i seguenti item:

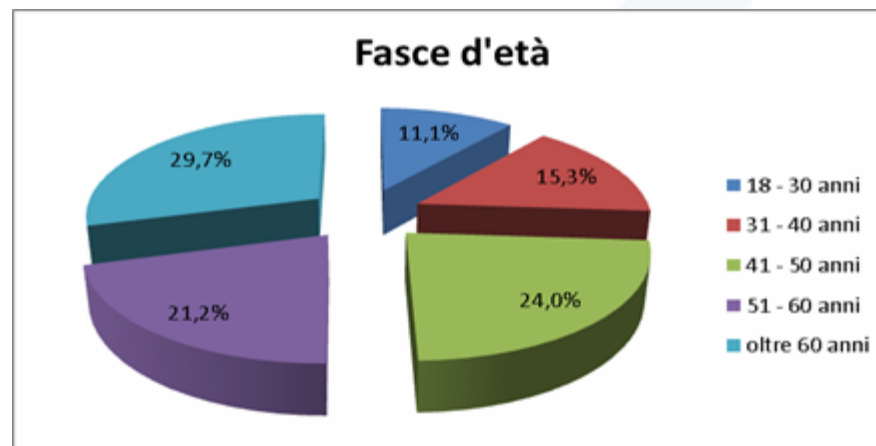
- ✓ *Orario di apertura*
- ✓ *Tempo di attesa per la prenotazione*
- ✓ *Accessibilità alla struttura*
- ✓ *Pulizia degli ambienti*
- ✓ *Comodità degli ambienti*
- ✓ *Informazioni sulle procedure*

- ✓ *Utilità del sistema eliminacode*
- ✓ *Gentilezza e cortesia del personale, nelle fasi dell'informazione e dell'istruttoria*

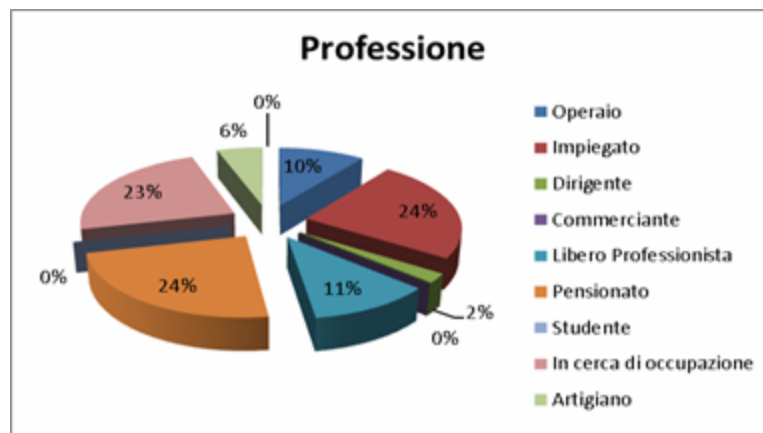
Dati statistici



Il 58% degli utenti sono donne.



La distribuzione per età è equilibrata



Impiegati, pensionati
e disoccupati
rappresentano
ciascuno $\frac{1}{4}$ del
totale

I risultati

- **775 questionari** > del campione previsto (751) **in meno di 3 settimane**
- Il giudizio di valutazione e di importanza è stato ricompreso tra 1 pari a “per nulla” e 6 pari “del tutto” d'accordo con le affermazioni proposte (es. “il servizio fornito è adeguato alle mie esigenze”)
- **Le classi di giudizio contigue sono state accorpate.** Seguendo questa logica i giudizi 1 e 2 sono stati uniti in un unico livello di soddisfazione negativa, 3 e 4 in uno di media soddisfazione e 5 e 6 in uno di alta soddisfazione.
- Associando a ogni nuova classe un emoticon/colore è possibile visualizzare immediatamente il giudizio degli utenti:
Verde = Positivo; Giallo = Sufficiente; Rosso = Negativo
- Negli istogrammi comparativi tra le 24 sedi del CUP, **sono indicati in verde quegli elementi per i quali la soddisfazione supera il punteggio di 4,5.**

I risultati

- I risultati sono nettamente positivi e i valori generali restituiscono una condizione di soddisfazione diffusa sui vari elementi valutati.

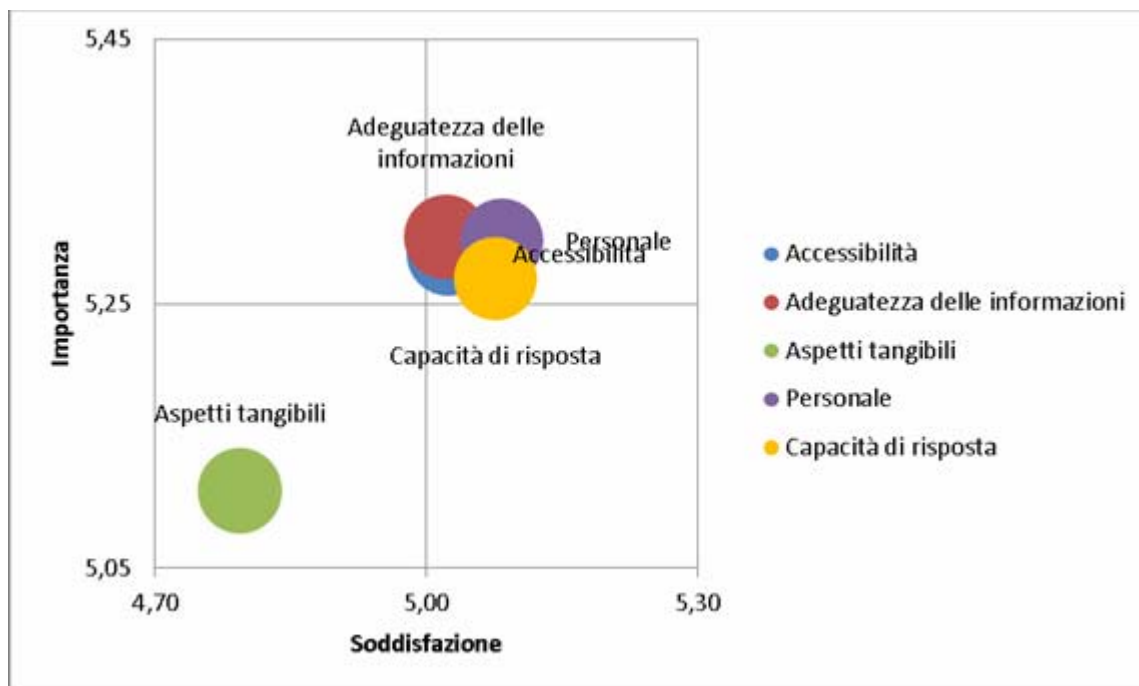


Analisi di priorità

- Incrociando i dati sul livello di soddisfazione espresso dagli Utenti con i dati sull'importanza di ciascun fattore è possibile operare una prima **Analisi di Priorità**.



Analisi delle priorità



La dimensione Aspetti tangibili insoddisfacente ma anche poco importante. Quella dell'Accessibilità presenta qualche margine di miglioramento pur essendo più che sufficiente. L'aspetto che presenta i giudizi meno positivi è quello relativo alla quantità di posti a sedere.

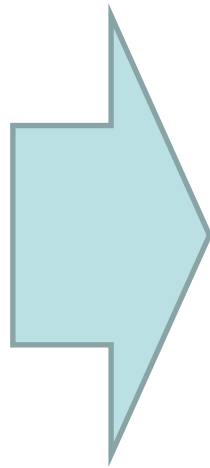
Le proposte di intervento

Le possibili altre attività

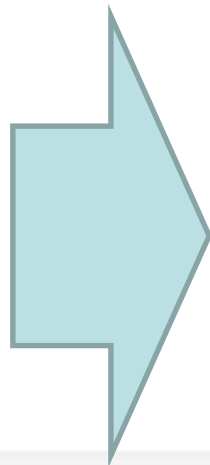
- Considerato che le 24 sedi del CUP sono tutte valutate in modo sufficiente o addirittura positivo, le aree di miglioramento sembrano essere legate **alla singola dimensione esaminata solo in riferimento alle sedi del CUP che hanno un giudizio sufficiente e non positivo**
- In alcuni casi, sembra necessario intervenire per aumentare i **posti a sedere**, in altri il problema sono i **tempi di attesa** oppure **l'adeguatezza delle informazioni** o ancora **la cortesia e disponibilità del Personale** di alcuni CUP

Interventi sulle aree di miglioramento

- **Adeguatezza delle informazioni**
- **Cortesìa e disponibilità del personale**
- **Tempi di attesa**
- **Carenza di posti a sedere**



-Formazione
-Migliorare la comunicazione interna



-Riorganizzazione della sede critica
-Acquisto di materiali utili

**R
U
O
L
O

D
E
L
,
U
R
P**

**R
A
C
C
O
R
D
O

C
S
I
P
D
O**

Il nuovo ruolo dell'URP (1/2)

L'URP intende promuovere la qualità dei servizi in modo **proattivo**,



passando dall'essere considerato mero recettore di segnalazioni e reclami (cahiers de doléances)



all'ufficio che promuove la qualità dei servizi sulla base dell'ascolto dei Cittadini.

Il ruolo dell'URP (2/2)

Incrementare l'attivazione di azioni di comunicazione integrata per migliorare la conoscenza dei Cittadini e degli Operatori **su tutti i servizi erogati** dall'Azienda



Rilevare la CS costruita in modo sistematico e scientifico (2 volte all'anno)

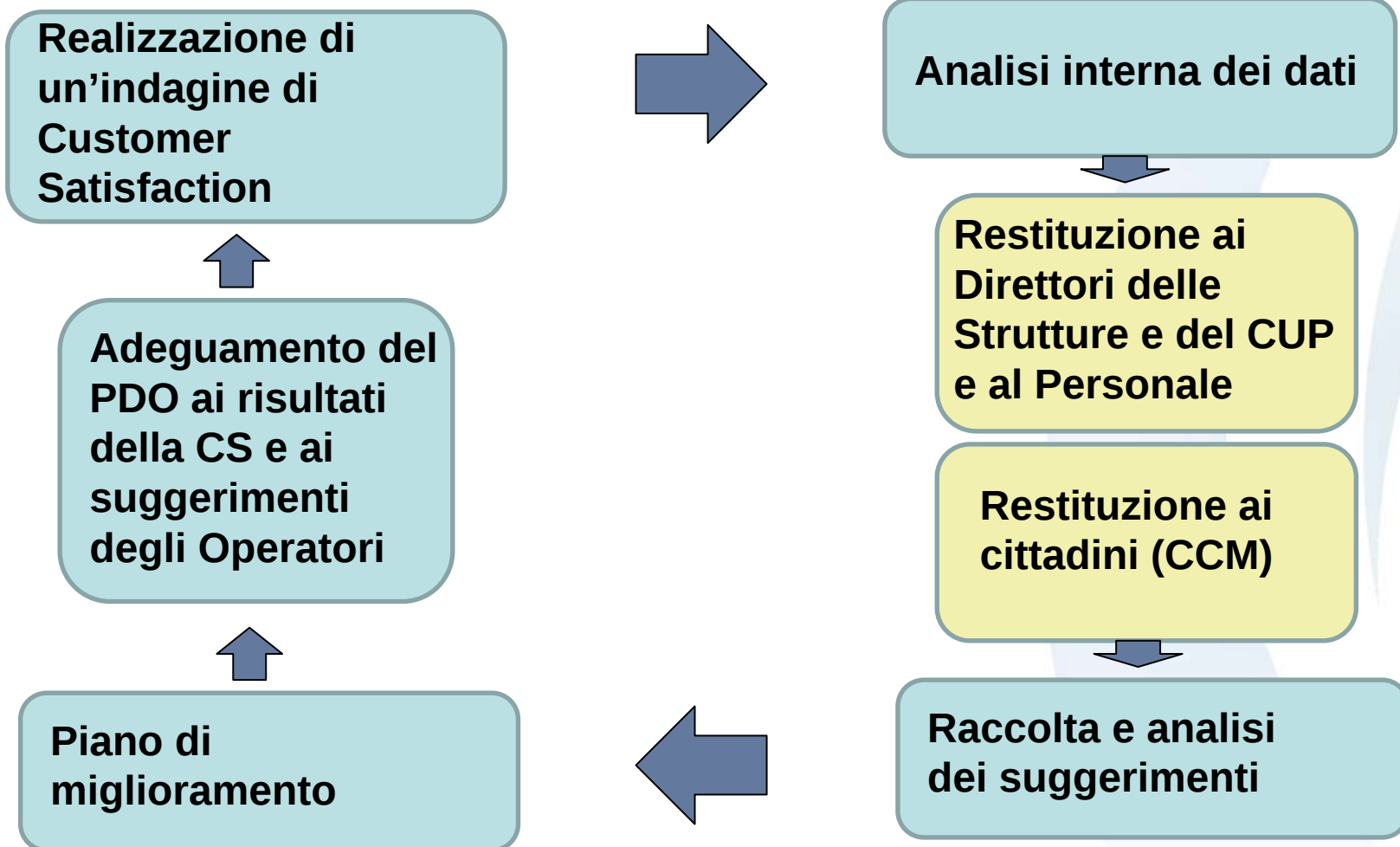


per **individuare le principali aree di criticità**
da portare all'attenzione della D.G. e dei Direttori di Struttura



apportare i **cambiamenti necessari**
in un ciclo di **miglioramento continuo**

Raccordo tra CS e PDO



Insegnamenti

- La **modalità di contatto** con il pubblico determina **la riuscita o meno dell'indagine di CS**
 - ASL LE: le interviste hanno garantito la riuscita
- Il **timore dei risultati della CS è ingiustificato** in quanto gli Utenti sono meno severi di noi
- L'iniziativa ha richiesto un **investimento**, concentrato in poche settimane, da parte dell'Azienda ed è **ripetibile**