



**ANALISI DEI RECLAMI
E DELLE SEGNALAZIONI
ANNO 2006**

Al fine di avere un monitoraggio in tempo reale, all'interno dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico, il reclamo (scritto, verbale o telefonico) viene registrato su apposita scheda allegata, custodito e protetto, al fine di garantire la riservatezza dell'utente e dell'operatore o servizio segnalato e trasmesso a chi di competenza in busta chiusa.

Reclami e segnalazioni pervengono anche dal Call Center informativo sanitario regionale, che oltre a fornire informazioni sulle prestazioni erogate dalle strutture pubbliche e private convenzionate della regione Puglia, è anche strumento di partecipazione e tutela del cittadino. L'U.R.P. gestisce un flusso continuo di comunicazione con il Call Center regionale attraverso la posta elettronica, a cui riferisce sulle procedure attivate circa il reclamo ricevuto.

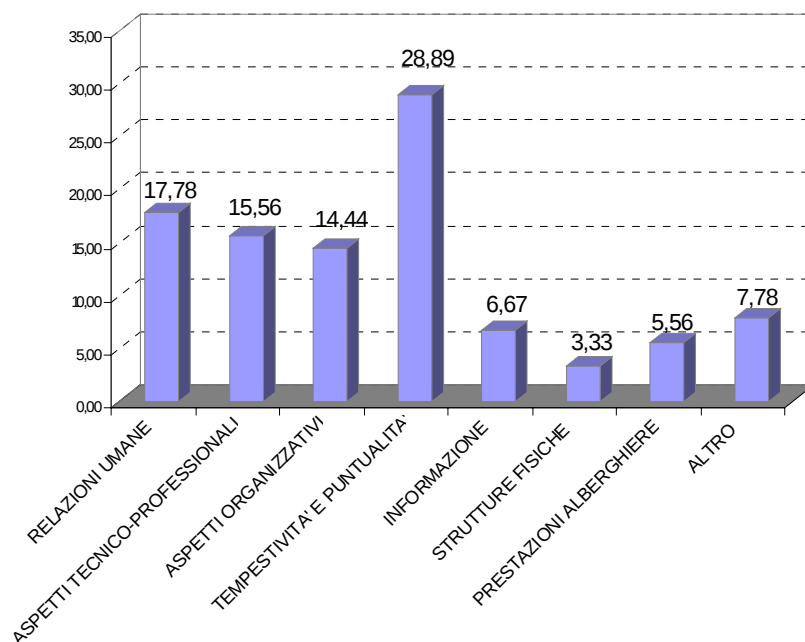
L'analisi dei risultati di tali attività viene riferita, periodicamente, alla Direzione Generale e trimestralmente all'ARES Puglia, che effettua un'analisi a livello regionale con una comparazione tra le diverse aziende sanitarie.

I reclami sono stati classificati secondo **“Indicatori di Qualità”**.

SCHEDA RIASSUNTIVA RECLAMI 2006

	macrocategoria	%	v.a.
1	RELAZIONI UMANE	17,78	16
2	ASPETTI TECNICO-PROFESSIONALI	15,56	14
3	ASPETTI ORGANIZZATIVI	14,44	13
4	TEMPESTIVITA' E PUNTUALITA'	28,89	26
5	INFORMAZIONE	6,67	6
6	STRUTTURE FISICHE	3,33	3
7	PRESTAZIONI ALBERGHIERE	5,56	5
8	ALTRO	7,78	7
	TOTALE	100,00	90

RECLAMI 2006



Nella nostra Azienda l'analisi dei reclami è una procedura ormai consolidata dal 1996, ma si deve tenere conto che è uno strumento "spontaneo" utilizzato dal cittadino che non garantisce rappresentatività del dato raccolto. L'esiguità del numero ha comunque la funzione di un importante indicatore di cui l'Azienda deve tener conto nella gestione dei servizi.

Lo strumento del reclamo, infatti, differisce dalle indagini campionarie utilizzate per misurare il grado di soddisfazione dell'utenza, fino ad oggi utilizzate saltuariamente e con una metodologia non uniforme, ma utilissime per rilevare nuovi bisogni e per suggerire eventuali interventi correttivi attraverso l'individuazione dei punti di forza e di debolezza dell'Azienda. Inoltre, si ritiene che le indagini producano anche l'effetto di comunicare riducendo il divario tra soggetto erogatore e destinatario del servizio attraverso un contatto più diretto con l'utente.

L'intento è quello di effettuare le cosiddette indagini di *customer satisfaction* in tutte le strutture aziendali, stabilendo una programmazione del lavoro in base alle priorità, e di ripeterle periodicamente allo scopo di ottenere dati confrontabili nel tempo e verificare l'efficacia degli interventi correttivi attuati in relazione ai risultati ottenuti. Un Piano di Ricerca è già stato presentato alla Direzione Generale.