

FITXA TÈCNICA PER ESTUDIS QUANTITATIUS

Proposta de títol de l'estudi: ENQUESTA DE SATISFACCIÓ DEL CLIENT EXTERN DELS HOSPITALS D'AGUTS DEL CONSORCI SANITARI INTEGRAL (CSI)

Dades administratives

(a omplir preferentment pel personal administratiu)

Tema objecte d'estudi:

Satisfacció dels clients externs dels hospitals d'aguts del CSI atesos a l'àrea d'urgències.

Motivacions / Objectius:

OBJECTIUS:

- Estimar el grau de satisfacció dels clients externs en les diferents àrees assistencials i en les seves diferents dimensions.
- Incorporar l'opinió del client extern en la planificació estratègica mitjançant enquestes d'opinió de les àrees esmentades.
- Identificar accions de millores derivades de l'opinió del client extern.

MOTIVACIONS:

L'atenció de qualitat no només exigeix la competència dels professionals i les organitzacions, la qualitat tècnica dels procediments emprats o l'adequació i efectivitat diagnòstica i terapèutica. És necessària també la satisfacció del client, que no sempre està relacionada amb la qualitat tècnica, i que es produeix a partir de l'experiència viscuda en rebre el servei. Aquesta dimensió que tradueix la satisfacció de l'usuari és la que anomenem qualitat percebuda.

Donat que el grau de satisfacció es troba determinat pel judici personal fruit d'una experiència individual i ve conformat per les expectatives prèvies sobre el servei, considerem que la nostra font d'informació rellevant és l'usuari del servei, per tan la

seva opinió ha de ser coneguda e incorporada a la planificació estratègica com una font imprescindible en la mateixa.

Per a elaborar de manera conjunta les enquestes de satisfacció del client extern, els dos hospitals d'aguts del CSI, l'Hospital General de L'Hospitalet (HGH) i l'Hospital Dos de Maig (HDM) van formar un grup de dotze professionals (sis de l'Hospital Dos de Maig i sis de l'Hospital General de L' Hospitalet) que, després de rebre la formació necessària sobre el tema, i, mitjançant nombroses reunions de treball, va crear un model d'enquestes únic i homologat per a cada àrea assistencial (hospitalització, urgències, Cirurgia Major ambulatoria CMA i Consultes Externes) que permetrà conèixer la satisfacció dels nostres clients, i establir un estàndard d'excel·lència per identificar les àrees de millores.

Unitat promotora: Direcció d'Atenció al Client del CSI.

- a) Entitat/empresa executora:** Direcció d'Atenció al Client del CSI i unitat d'epidemiologia clínica del CSI.
- b) Enquesta:** Direcció d'Atenció al Client del CSI i unitat d'epidemiologia clínica del CSI.
- c) Informe:** Direcció d'Atenció al Client del CSI i unitat d'epidemiologia clínica del CSI.

Condicions de contractació:

☐	Concurs obert	☐	Procediment negociat
☐	Concurs restringit	☐	Contracte menor
☐	Conveni de col·laboració	☒	Elaboració pròpia
☐	Subvenció		

Partida pressupostària: Donat que es fa amb personal intern de la organització el cost surt de las despeses ordinàries de personal del pressupost dels dos hospitals d'aguts del CSI

Cost:

Enquesta	Preu: 5000 EUROS
	IVA:
Informe	Preu: 2000 EUROS
	IVA:

Dades tècniques

(a omplir preferentment pel responsable del projecte o per l'empresa executora)

Àmbit geogràfic: Hospital General de l'Hospitalet i Hospital Dos de Maig

Univers: Persones ateses durant l'any anterior a l'àrea d'urgències.

Mostra:

Grandària de la mostra: Per estimar una proporció esperada del **50%** amb un nivell de confiança del **95 %** i una precisió del **7%** el mínim de subjectes estudiats és de **196** en cada àrea.

Error mostral: **5%**

Quotes

☐
☐
☐

Gènere
Edat
Grandària d'hàbitat

☐
☒

Província
Altres (especificar): no es defineixen quotes.

☐

Pendent de decidir

Afixació

☒
☐

Proporcional
A proporcional

☐

Pendent de decidir

Procediment de mostreig

☒
☐

Aleatori simple
Polietàpic estratificat

☐

Altres (especificar)

☐

Pendent de decidir

Metodologia: Les enquestes s'administren telefònicament per la mateixa entrevistadora, que segueix sempre el mateix ordre en les preguntes i utilitza sempre les mateixes formulacions. Si una persona seleccionada no respon a la trucada, es torna a intentar fins a tres vegades en horaris diferents, abans de substituir-la per una altra. Les respostes estan expressades en escales Likker i dicotòmiques. A més, cada àrea rep una puntuació global de 0 a 10.

Quantitativa

☒
☐
☐

Telefònic paper
Telefònic CATI (ordinador)
Internet

☐
☐
☐
☐

Presencial al carrer
Presencial domiciliària
Postal
Altres (especificar):

☐

Pendent de decidir

Calendari del projecte

Disseny de la mostra i del qüestionari: el disseny del qüestionari es va portar a terme, tal com s'especifica en l'apartat de Motivacions, en el si d'un grup de dotze professionals que es va estar reunint a l'efecte durant 12 mesos. La selecció de la mostra es farà de l'1 al 15 de febrer de cada any, a partir de la població atesa a consultes externes durant l'any anterior.

Treball de camp:

- 1- Trucades telefòniques: del 15 de febrer al 30 de març (trucades telefòniques)
- 2- Informatització de les dades: de l'1 al 15 d'abril.
- 3- Anàlisi estadística de les dades: del 15 d'abril al 15 de maig.

Lliurament de resultats: l'elaboració i discussió dels informes finals està prevista pel període del 15 de maig al 15 de juny.

Calendari de difusió: presentació als equips directius i directors d'àrees: del 15 de juny al 31 de juliol.

Text del qüestionari

☐	Brífig (descripció d'objectius)
☐	Esborrany
☒	Definitiu