

# **REPORT CUSTOMER SATISFACTION**

## **UTENTI TIPICI UTENTI BASSA INTENSITA' FAMILIARI DEGLI UTENTI CLIMA AZIENDALE**



<p>Cooperativa Sociale  <b>PROMOZIONE</b>  <b>UMANA</b>  <b>ONLUS</b></p>	<p><b>Report Customer  satisfaction e Clima  aziendale</b></p>	<p><b>DICEMBRE 2025</b></p>
---	--	-----------------------------

## Introduzione

Alla base della relazione tra ospite e Promozione Umana c'è la necessità di rispondere in modo appropriato ai loro bisogni e problemi. La risposta a questa necessità è auspicabile da parte dell'ospite e un dovere da parte della Comunità.

L'esigenza che ha giustificato e ha reso necessario lo sviluppo di un'indagine di customer satisfaction è stata quella di ascoltare e comprendere a fondo i bisogni che l'ospite esprime, porre attenzione costante al suo giudizio, sviluppare e migliorare la capacità di dialogo e di relazione. In questo senso, rilevare la customer satisfaction ci consente di uscire dalla nostra autoreferenzialità, e ci aiuta a comprendere sempre meglio i destinatari ultimi delle nostre attività.

Rilevare la customer satisfaction rappresenta una delle attività possibili nell'ambito delle politiche dell'ascolto e della partecipazione dei nostri ospiti e dei loro familiari, una leva strategica per conoscere e rendere più consapevole l'ospite, per costruire un nuovo modello di relazione basato sulla fiducia e su una nuova legittimazione delle azioni della Comunità.

Il valore strategico della customer satisfaction si trova negli obiettivi che essa persegue: individuare il potenziale di miglioramento, i fattori su cui si registra lo scarto maggiore tra ciò che si è in grado di realizzare e ciò di cui gli ospiti hanno effettivamente bisogno o che si aspettano di ricevere dalla nostra organizzazione. Occorre perciò che la nostra organizzazione diventi sempre più capace di dare valore al punto di vista dell'ospite (e dei suoi familiari) e occorre che l'ascolto diventi una funzione permanente, pianificata, organizzata e governata.

La qualità di un servizio, come è noto, può essere definita come la *globalità degli aspetti e delle caratteristiche di un servizio da cui dipendono le sue capacità di soddisfare completamente un dato bisogno*. Esiste dunque uno stretto legame tra soddisfazione dell'ospite e qualità del servizio, che può essere così esplicitato:

- l'*ospite* è soddisfatto quando le prestazioni ottenute coincidono con le sue aspettative;
- l'*ospite* è molto soddisfatto quando le prestazioni sono per qualche aspetto superiori alle sue aspettative, quando riceve qualcosa di più rispetto a quello che pensava di trovare nel rapporto con l'organizzazione;
- l'*ospite* avverte un senso di disagio quando le prestazioni ottenute sono inferiori alle sue aspettative e dimostra una profonda insoddisfazione quando l'entità dello scostamento è elevato.

La customer satisfaction è uno dei parametri principali del sistema di programmazione e controllo della qualità del servizio. L'attività di *programmazione* individua le azioni più opportune in grado di incidere sul contesto, per assicurare la piena soddisfazione degli ospiti e dei loro familiari. Il *controllo* è inteso come l'insieme di quelle attività di presidio e di regolazione di processi e sottosistemi organizzativi. L'idea di controllo come valutazione e verifica (e non come ispezione) fa sì che le stesse attività di controllo si spostano sempre più a monte nella catena di *costruzione ed erogazione* del servizio, fino ad arrivare alla fase progettuale. E' ormai riconosciuto, infatti, che le cause maggiori di insoddisfazione degli utenti sono localizzate a monte, fin dal momento in cui si definiscono le specifiche funzionali del

Cooperativa Sociale <b>PROMOZIONE</b> UMANA ONLUS	<b>Report Customer satisfaction e Clima aziendale</b>	<b>DICEMBRE 2025</b>
--	---	----------------------

nuovo servizio. Tanto più interveniamo a monte tanto più riduciamo i costi della insoddisfazione del fruitore del servizio e tanto più siamo efficaci.

Il presente report vuole offrire una lettura dei risultati emersi dalla rilevazione di customer satisfaction effettuata agli ospiti, ai loro familiari e la rilevazione per gli ospiti nel modulo bassa intensità assistenziale presso tutte le Strutture erogative di Promozione Umana.

Alla customer satisfaction abbiamo affiancato l'analisi del clima aziendale (attraverso la somministrazione di un questionario a tutti i dipendenti delle Comunità) per conoscere le risorse che fanno parte dell'organico di Promozione Umana e per prevenire l'insorgenza o l'aggravamento di problematiche. L'analisi del clima aziendale è come una fotografia delle variabili intangibili, quelle cioè che rivelano come viene vissuta e percepita la realtà aziendale all'interno dell'organizzazione stessa, secondo le seguenti dimensioni:

- ❑ **Coesione di gruppo:** in questa area si analizza il tema del rapporto tra colleghi sia all'interno dell'organizzazione che fuori dall'ambito lavorativo
- ❑ **Livello del commitment:** il commitment è il livello di responsabilità e di senso di appartenenza che i collaboratori dell'organizzazione possiedono
- ❑ **Intensità dei conflitti:** misura il giudizio che ha il personale nei confronti del tema conflitto (che non è un valore negativo almeno in termini assoluti)
- ❑ **Motivazione:** del personale verso l'organizzazione più in generale nei confronti del lavoro e della professione svolta
- ❑ **Soddisfazione:** gratificazione, entusiasmo, soddisfazione che il lavorare porta all'individuo fino a misurare quanto un collaboratore diventi l' "uomo marketing" dell'organizzazione stessa

## Piani di miglioramento

Gli esiti delle indagini di customer satisfaction e del clima aziendale sono trasmesse alla Direzione Generale, la quale, di concerto con la Direzione gestionale/funzionale di UdO, elabora dei piani di miglioramento per porre in atto le azioni mirate a migliorare le eventuali criticità emerse, nei tempi previsti dalla fattibilità delle azioni stesse.

## Il questionario di soddisfazione

Il questionario utilizzato per misurare il grado di soddisfazione degli ospiti in comunità terapeutica-riabilitativa, dei loro familiari e degli utenti in comunità di bassa intensità si compone di diverse domande chiuse (n. 24 per gli ospiti; n. 17 per i familiari; n. 10 per gli utenti in bassa intensità), la maggior parte suddivise per area secondo i percorsi di trattamento e le attività svolte all'interno della Comunità da parte degli ospiti.

Lo schema seguente illustra le aree indagate e le domande ad esse collegate:

Cooperativa Sociale <b>PROMOZIONE</b> UMANA ONLUS	<b>Report Customer satisfaction e Clima aziendale</b>	<b>DICEMBRE 2025</b>
--	---	----------------------

### **Schema indagine OSPITE**

Area	Domande associate
Aspetti alberghieri	n. 01; n. 02
Informazioni ricevute	n. 03; n. 03; n. 04; n. 05; n. 06
Rapporti con il personale della Comunità	n. 07; n. 08; n. 09
Programma terapeutico e attività correlate	n. 10; n. 11; n. 12; n. 13; n. 14; n. 15; n. 16; n. 17
Aspetti e relazioni personali	n. 18; n. 19; n. 20
Sulla Comunità	n. 21
Domande "dirette"	n. 22; n. 23; n. 24

### **Schema indagine FAMILIARE**

Area	Domande associate
Informazioni ricevute	n. 01; n. 02; n. 03; n. 04
Rapporti con il personale della Comunità	n. 05; n. 06
Programma terapeutico e attività correlate	n. 07; n. 08; n. 09; n. 10
Aspetti e relazioni personali	n. 11; n. 12
Sulla Comunità ...	n. 13; n. 14
Domande "dirette"	n. 15; n. 16; n. 17

### **Schema indagine UTENTI BASSA INTENSITA'**

Area	Domande associate
Informazioni ricevute	n. 01
Trattamento ricevuto	n. 02; n. 03; n. 04; n. 05; n. 06
Sulla Comunità	n. 09
Domande "dirette"	n. 07; n. 08; n. 10

I gradi di soddisfazione sono assegnabili secondo una scala di Likert unidimensionale composta da sei item:

- grado 1 = pessimo
- grado 2 = insufficiente
- grado 3 = sufficiente
- grado 4 = discreto
- grado 5 = buono
- grado 6 = ottimo

La scala di questo tipo è caratterizzata dall'assenza di un "baricentro", un punto di equilibrio centrale, ed è stata scelta in quanto si è ritenuto conveniente sollecitare in qualche modo l'intervistato a prendere una posizione precisa, che non sia una condizione di neutralità.

Invece il questionario di analisi del clima è suddiviso per aree e prevede 26 affermazioni a cui i soggetti rispondenti devono esprimere una opinione su una scala di 5 valutazioni circa la loro percezione delle condizioni di lavoro e il funzionamento dell'organizzazione (comunicazione, gestione, relazioni con gli altri, ecc.):

1. per niente d'accordo
2. poco d'accordo
3. mediamente d'accordo
4. molto d'accordo
5. completamente d'accordo

Lo schema seguente illustra le dimensioni indagate e le domande ad esse collegate:

### **Schema indagine ANALISI DEL CLIMA**

<b>Dimensione</b>	<b>Domande associate</b>
Coesione del gruppo/equipe di lavoro	n. 01; n. 02; n. 03; n. 04; n. 05; n. 06
Livello di commitment	n. 07; n. 08; n. 09; n. 10; n. 11; n. 12
Intensità dei conflitti	n. 13; n. 14; n. 15
Motivazione	n. 16; n. 17; n. 18; n. 19; n. 20; n. 21
Soddisfazione	n. 22; n. 23; n. 24; n. 15; n. 26

### **Alcune precisazioni sui risultati dell'indagine**

Le informazioni ottenute dalla presente indagine hanno offerto un punteggio medio di soddisfazione, ovvero un ordine di grandezza del fenomeno studiato. Il punteggio ha risentito, a seconda della numerosità del campione della singola struttura, di verosimili errori di distorsione; più il campione è stato ridotto più è risentito di una distorsione del risultato. In altri termini, con un campione formato da pochi elementi, è più elevato il rischio che questi elementi siano particolari, cioè scarsamente rappresentativi dell'universo, mentre al crescere dell'universo, il campione può aumentare in misura meno che proporzionale, in quanto si riduce il rischio che gran parte del campione sia formata da elementi non rappresentativi, dal momento che stiamo lavorando su grandi numeri.

### **I risultati dell'indagine**

Un momento fondamentale dell'indagine di customer satisfaction è l'elaborazione delle informazioni raccolte perché in seguito all'elaborazione dei dati è possibile quantificare gli elementi salienti della rilevazione costituiti da:

- distribuzione degli utenti per i diversi livelli di soddisfazione;
- gradazione per importanza dei bisogni espressi;
- adesione alle proposte di innovazione/miglioramento del servizio.

Per elaborare i dati raccolti ed avere un punteggio leggibile e chiaro sul grado di soddisfazione degli intervistati si è proceduto principalmente al calcolo della *media* delle valutazioni espresse rispetto ad ogni fattore di soddisfazione, che ha consentito di pesare la soddisfazione espressa rispetto all'importanza attribuita ad ogni fattore. Le mancate risposte e i "non so" non sono stati considerati nel calcolo dei punteggi.

Dopo avere doverosamente illustrato il metodo di analisi e gli indicatori utilizzati procediamo con la presentazione dei risultati raggruppati per aree indagate, attraverso grafici e tabelle collegate.

### Popolazione di riferimento: caratteristiche degli intervistati

Di seguito si riportano una serie di grafici con le caratteristiche degli intervistati suddivisi per ospiti e bassa intensità secondo:

- unità di offerta
- genere

<p>Cooperativa Sociale <b>PROMOZIONE</b> UMANA ONLUS</p>	<p><b>Report Customer satisfaction e Clima aziendale</b></p>	<p><b>DICEMBRE 2025</b></p>
--	--	-----------------------------

- nazionalità
- fascia di età
- anno di ingresso in Comunità
- motivazione di ingresso in Comunità
- anzianità di servizio (riferito al clima aziendale)

### Punteggi (grado di valutazione)

Di seguito si riportano i punteggi calcolati dall'analisi che esprimono il grado di valutazione della presente rilevazione di customer satisfaction e del clima aziendale. Nello specifico, rispettivamente per utenza, per i suoi familiari, per gli utenti in bassa intensità e per il clima aziendale si riportano i grafici per:

- analisi delle domande (media aritmetica)
- analisi delle domande "dirette"

### Esito indagine utenza tipica

Il grado di soddisfazione medio per tutte le unità di offerta di Promozione Umana dedicate alla utenza tipica è pari a 4,3 (più che discreto) stabile rispetto all'annualità precedente. Madre dei Poveri registra il punteggio complessivo più alto (4,8 – quasi buono) mentre Maria Madre della Speranza registra il punteggio più basso (3,5 – più che sufficiente). La professionalità e competenza dei professionisti e operatori residenti è l'aspetto più apprezzato, mentre il comfort alberghiero (stato e comfort dei locali, qualità del servizio mensa, ecc.) è quello meno gradito, confermando i risultati della scorsa rilevazione.

Rispetto alla annualità precedente si è registrata una sostanziale stabilizzazione del grado di preferenza degli utenti, che stimola la Direzione Generale a intervenire sulle criticità comunque emerse relative:

- al "programma terapeutico e le attività correlate" in particolare sull'organizzazione delle giornate, sulle poche attività ricreative, sportive e di tempo libero proposte e più in generale, sullo scarso livello di coinvolgimento nelle attività proposte dalla Comunità;
- allo stato e comfort dei locali e qualità del servizio mensa;
- alle informazioni ricevute durante i colloqui di valutazione per l'ingresso in Comunità e sulla poca attenzione da parte della Comunità sulla comunicazione delle loro questioni sociali e/o giudiziarie-legali e sulle poche possibilità di relazione e comunicazione con l'esterno che vengono concesse.

Il 32% dei rispondenti si ritiene molto soddisfatto dell'esperienza vissuta in comunità rispetto alle aspettative iniziali (+3% rispetto alla scorsa annualità) e il 39,5% si ritiene abbastanza soddisfatto, mentre il 24% è poco o per niente soddisfatto (+5%). La maggioranza (il 61%) consiglierebbe a un amico/conoscente di rivolgersi a

<p>Cooperativa Sociale <b>PROMOZIONE</b> UMANA ONLUS</p>	<p><b>Report Customer satisfaction e Clima aziendale</b></p>	<p><b>DICEMBRE 2025</b></p>
--	--	-----------------------------

Promozione Umana per problematiche legate alla dipendenza, confermando la percentuale dell'annualità precedente.

### Esito indagine utenti bassa intensità

Il grado di soddisfazione medio per tutte le unità di offerta di Promozione Umana dedicate alla bassa intensità è pari a 3,9 (quasi discreto) come l'annualità precedente. Maria Madre della Pace registra il punteggio complessivo più alto con 4,4 (+0,4% rispetto al 2024) contro il 3,3 di Maria Madre dell'Amore (-0,5% rispetto al 2024). L'attenzione e la professionalità dagli operatori (professionisti e operatori residenti) per il conseguimento del proprio benessere psico-fisico è l'aspetto più apprezzato assieme al rispetto della riservatezza personale, mentre il confort alberghiero è quello meno gradito.

Circa il 44% dei rispondenti si ritiene sufficientemente soddisfatto dell'esperienza vissuta in comunità rispetto alle loro aspettative iniziali (+8% rispetto al 2024), il 25% è discretamente soddisfatto mentre il 19% è tra il molto e moltissimo soddisfatto (+12% rispetto all'annualità precedente). Il 56% consiglierebbe ad un amico/conoscente di rivolgersi a Promozione Umana per problematiche di cronicità legate alla dipendenza, registrando un aumento dell'apprezzamento rispetto al 2024 (+6%).

### Esito indagine famigliari utenza tipica

Il grado di soddisfazione medio per tutte le unità di offerta di Promozione Umana è pari a 5,2 (buono) in linea rispetto all'annualità precedente. Si noti che l'indagine non include le unità di offerta sulla Bassa intensità assistenziale Maria Madre dell'Amore e Maria Madre della Pace in quanto non sono presenti famigliari per l'età e la condizione sociale degli ospiti. Maria Madre della Speranza registra il punteggio più alto (5,4 – più che buono), mentre Baita San Luigi è quella con il punteggio più basso (4,8 – buono).

Professionalità e competenza dei professionisti e operatori residenti è l'aspetto più apprezzato dai famigliari degli utenti, mentre il livello delle informazioni ricevute sulle problematiche del proprio familiare e il rispetto della riservatezza personale sono quelli meno apprezzati.

I risultati più critici emergono nelle comunicazioni e informazioni fornite dalla Comunità, chiaramente condizionati dalla natura stessa della comunità che deve necessariamente limitare questo tipo di dinamiche.

La quasi totalità dei rispondenti ritiene la Comunità in linea rispetto alle loro aspettative iniziale (97%) confermando la percentuale della scorsa rilevazione. Il 55% dei rispondenti valutano in modo più che soddisfacente la presenza e vicinanza di Promozione Umana dopo il termine del Programma terapeutico del proprio familiare, in calo del 7% rispetto alla scorsa rilevazione. Infine il 97% dei rispondenti

<p>Cooperativa Sociale <b>PROMOZIONE</b> UMANA ONLUS</p>	<p><b>Report Customer satisfaction e Clima aziendale</b></p>	<p><b>DICEMBRE 2025</b></p>
--	--	-----------------------------

consiglierebbe ad un amico/conoscente di rivolgersi a Promozione Umana per problematiche legate alla dipendenza (+3% rispetto al 2024).

### Esito indagine clima aziendale

Il punteggio generale medio registrato sul clima aziendale è di 3,7 rispetto a 5 della scala di valutazione prevista in linea con l'annualità precedente, posizionandosi al di sopra della mediana ed esprimendo un clima piuttosto buono.

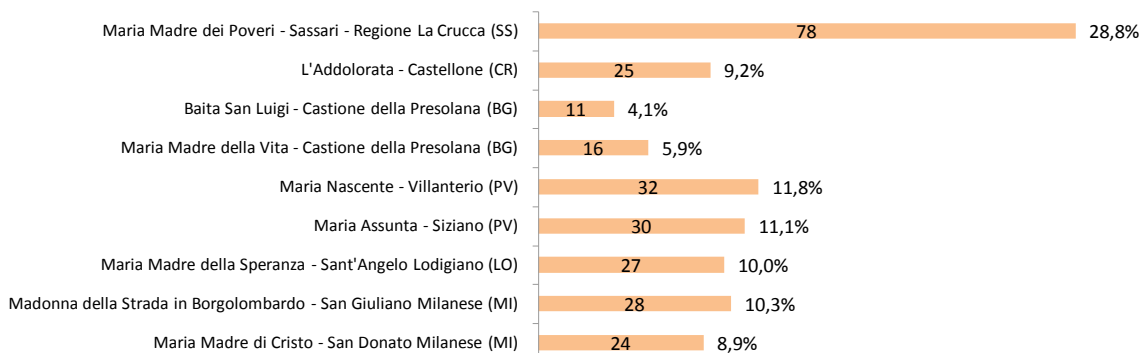
L'Amministrazione/Centro di ascolto esprime il punteggio più alto (4,1) e, assieme a Baita San Luigi, Madonna della Strada e L'Addolorata, risulta sopra la media aziendale, mentre le UdO della Bassa Intensità Assistenziale Maria Madre dell'Amore (3,0) e Maria Madre della Pace (3,1) hanno registrato il punteggio più basso e assieme a tutte le altre unità risultano sotto la media aziendale, a esclusione di Maria Madre della Vita e Maria Madre dei Poveri che sono in linea con la media aziendale.

La preoccupazione su come si svolge il proprio lavoro (4,4), l'insoddisfazione se si ottengono cattivi rendimenti lavorativi e la responsabilizzazione sulla propria performance lavorativa (4,2) sono le aree con i riscontri di più alti, mentre le differenze di opinione sulle responsabilità lavorative (2,5) e la non preferenza a socializzare con i propri colleghi di gruppo/equipe anche al di fuori del normale orario di lavoro (3,0) sono le domande rilevate più critiche.

Risultati indagine di customer satisfaction Utenza tipica (grafici)

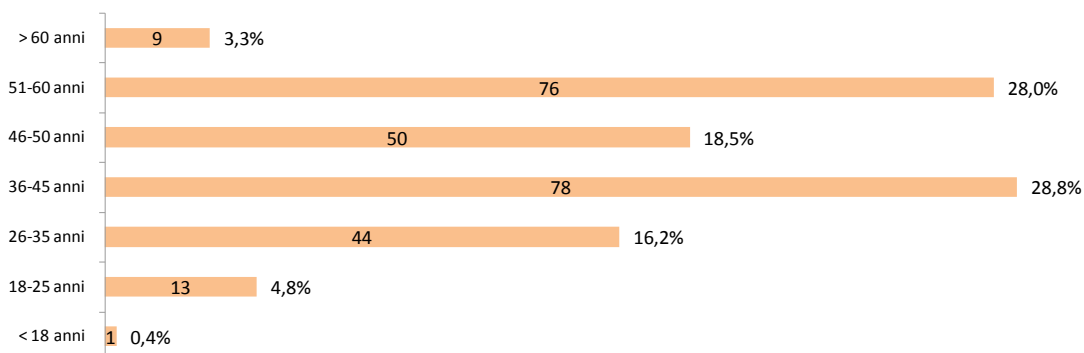
**IDENTIFICAZIONE DELLA STRUTTURA COMUNITARIA OSPITANTE**

271 risposte



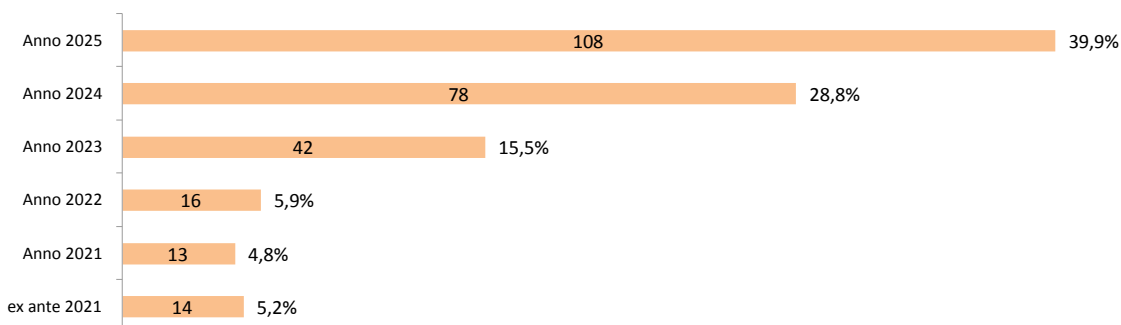
**UTENTI PER FASCIA DI ETA'**

271 risposte



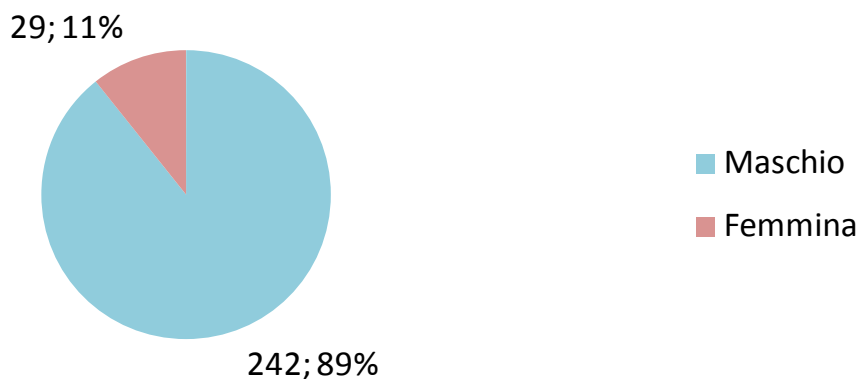
**ANNO ULTIMO INGRESSO IN COMUNITA'**

271 risposte



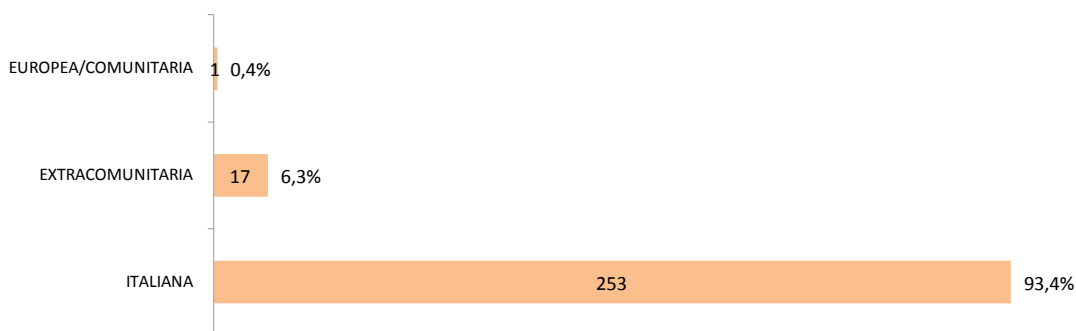
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - GENERE**

271 risposte



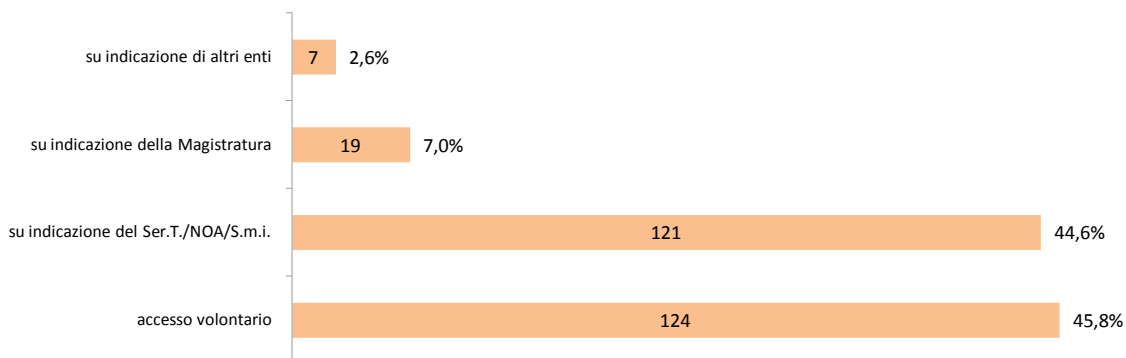
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - NAZIONALITA'**

271 risposte

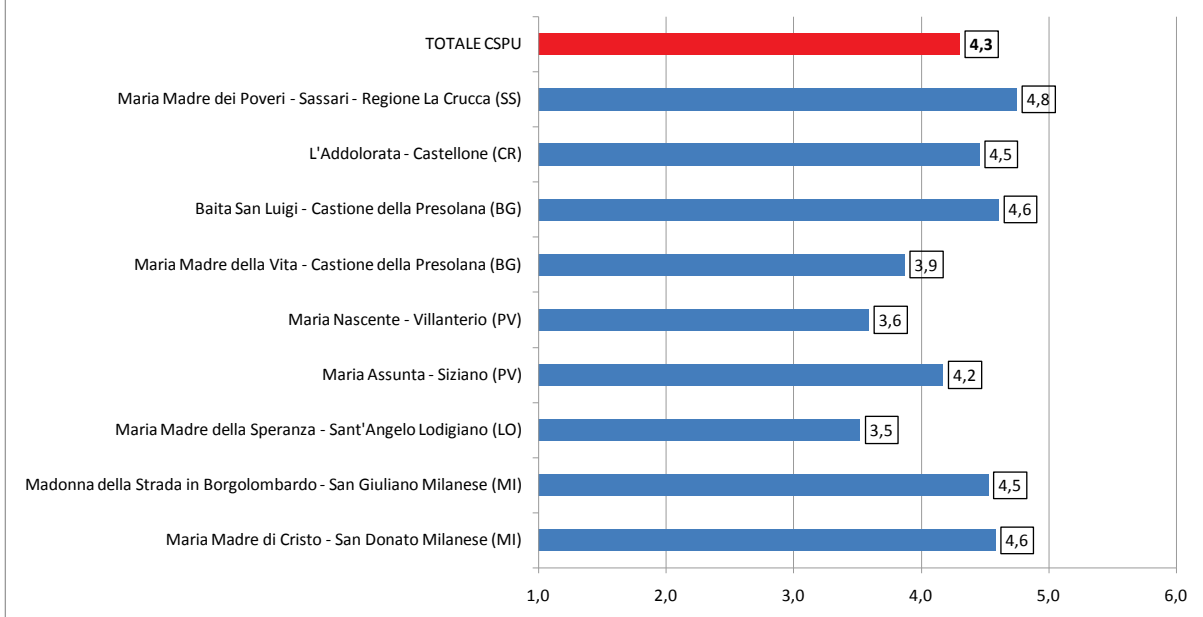


**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - MOTIVAZIONE INGRESSO**

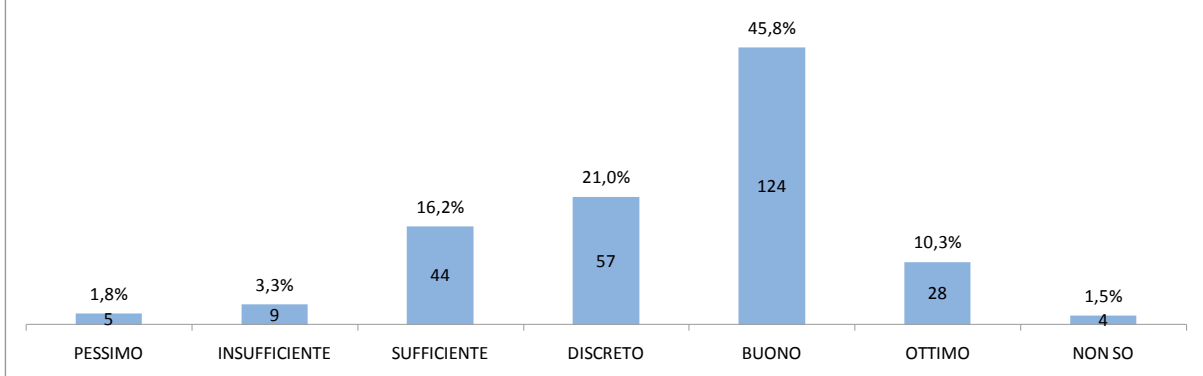
271 risposte



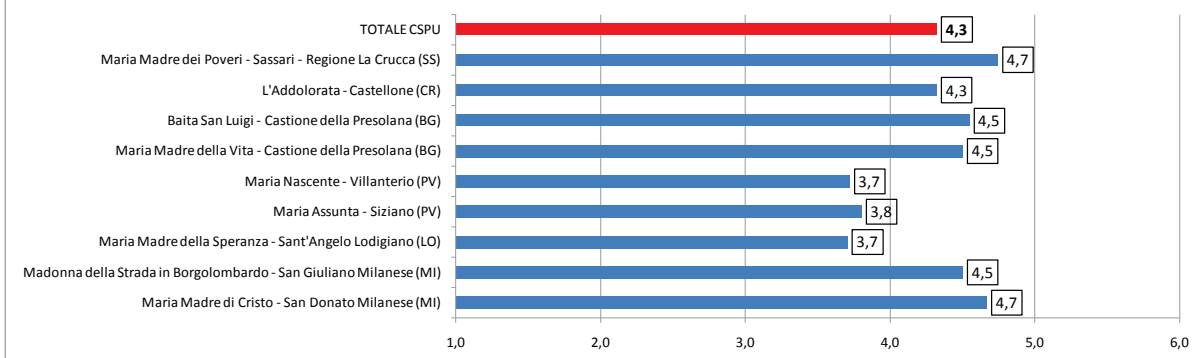
**Punteggio complessivo (da dom 1 a dom 20) - Valori medi**

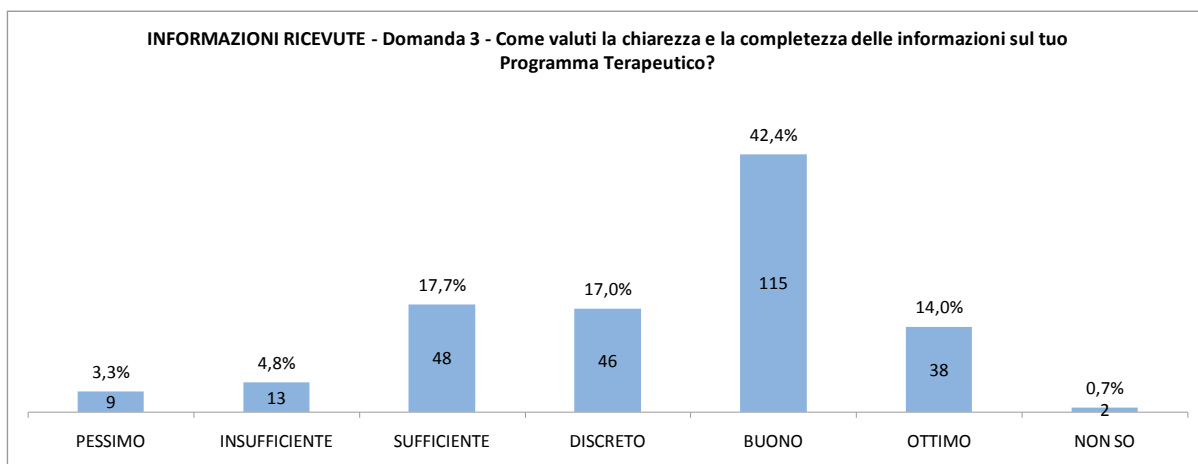
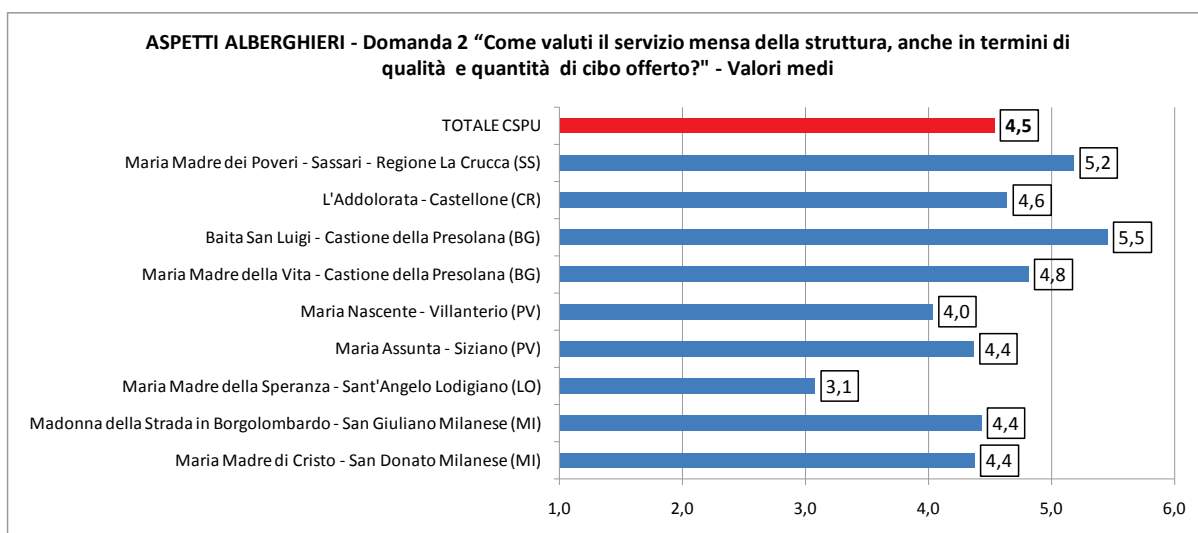
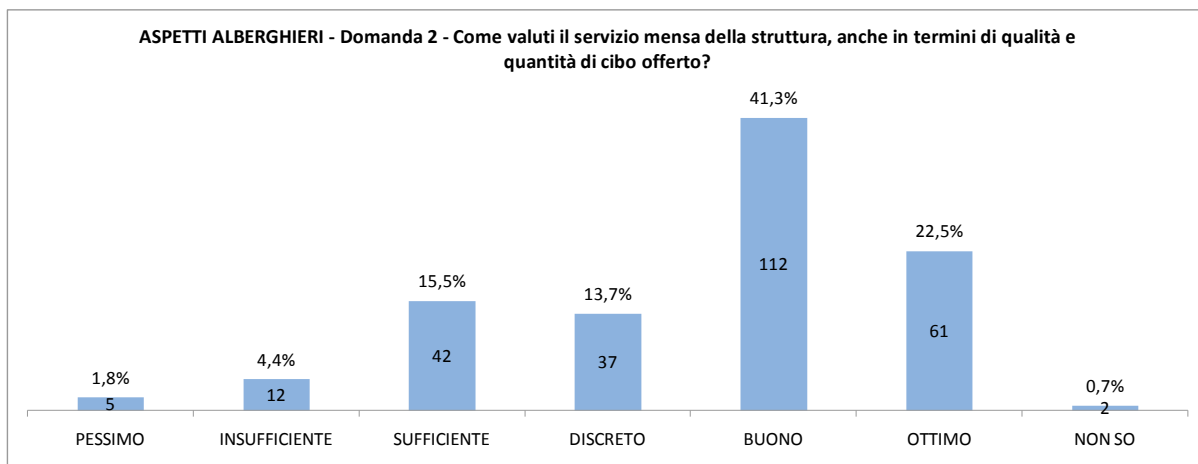


**ASPETTI ALBERGHIERI - Domanda 1 - Come valuti nel suo insieme la qualità e il comfort della struttura comunitaria in cui vivi (locali comuni, mensa, camera da letto, servizi igienici, ecc...)?**

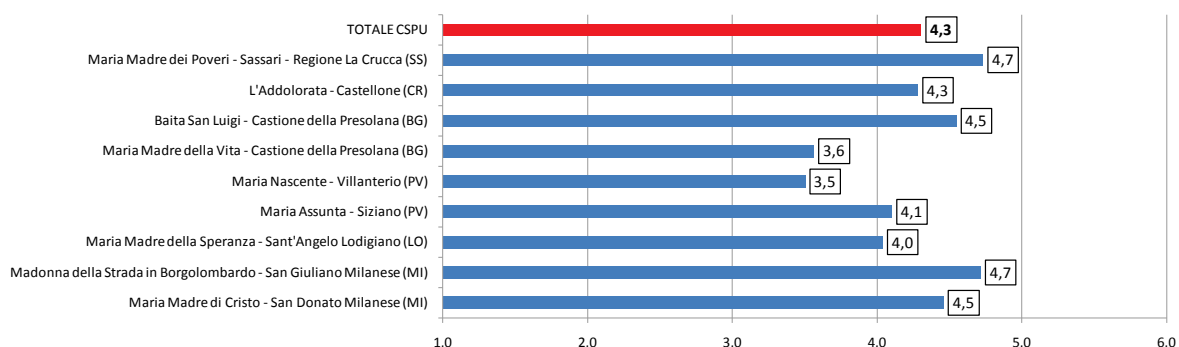


**ASPETTI ALBERGHIERI - Domanda 1 "Come valuti nel suo insieme la qualità e il comfort della struttura comunitaria in cui vivi (locali comuni, mensa, camera da letto, servizi igienici, ecc...)" - Valori medi**

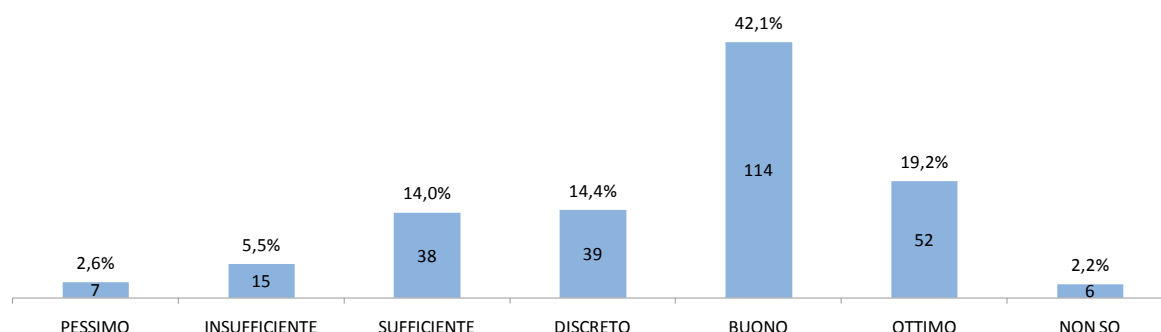




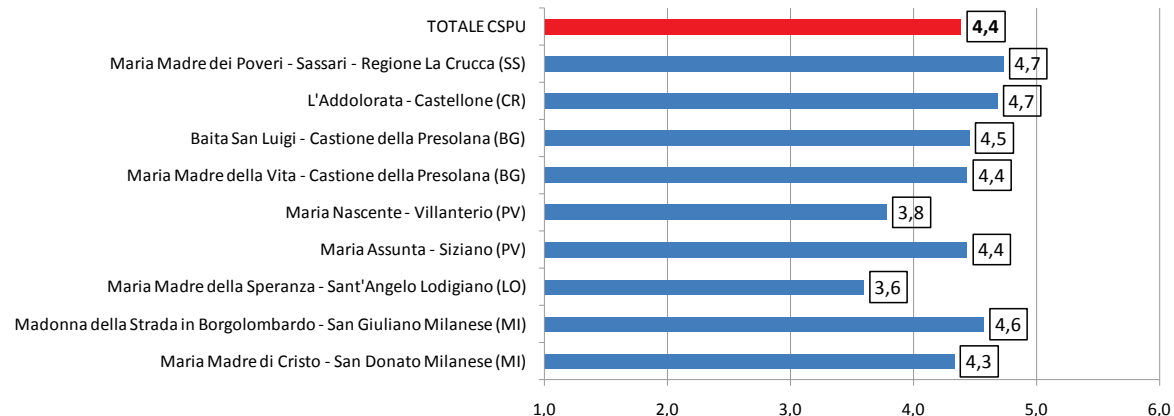
**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 3 "Come valuti la chiarezza e la completezza delle informazioni sul tuo Programma Terapeutico?" - Valori medi**

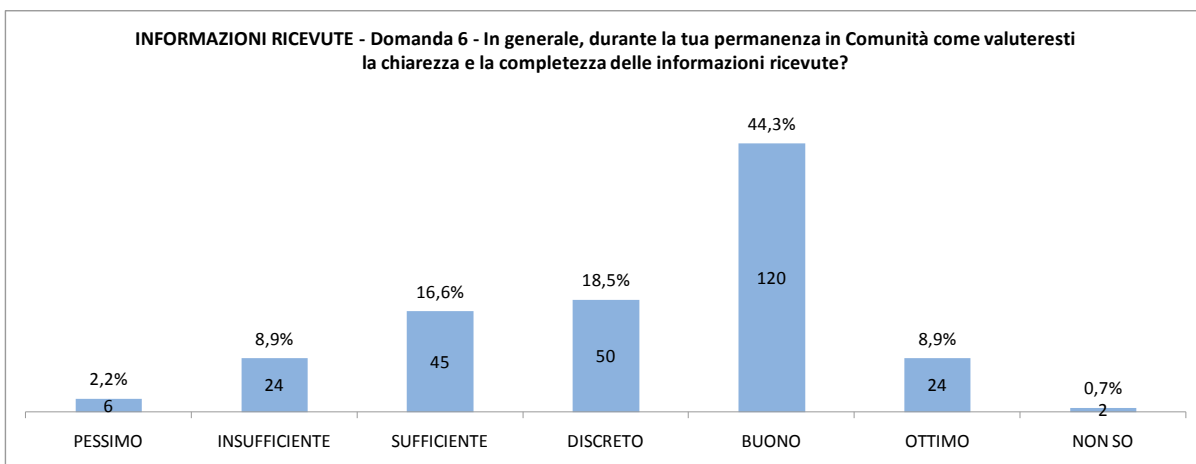
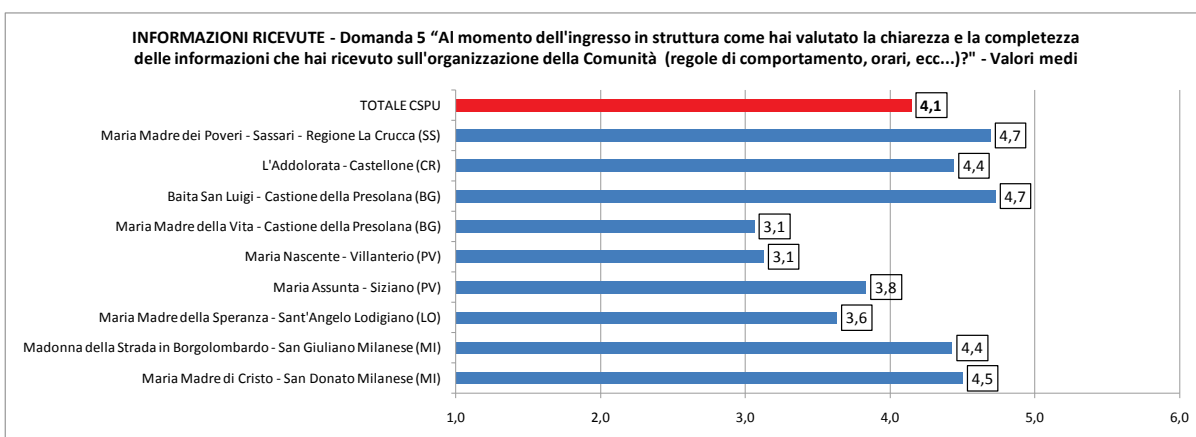
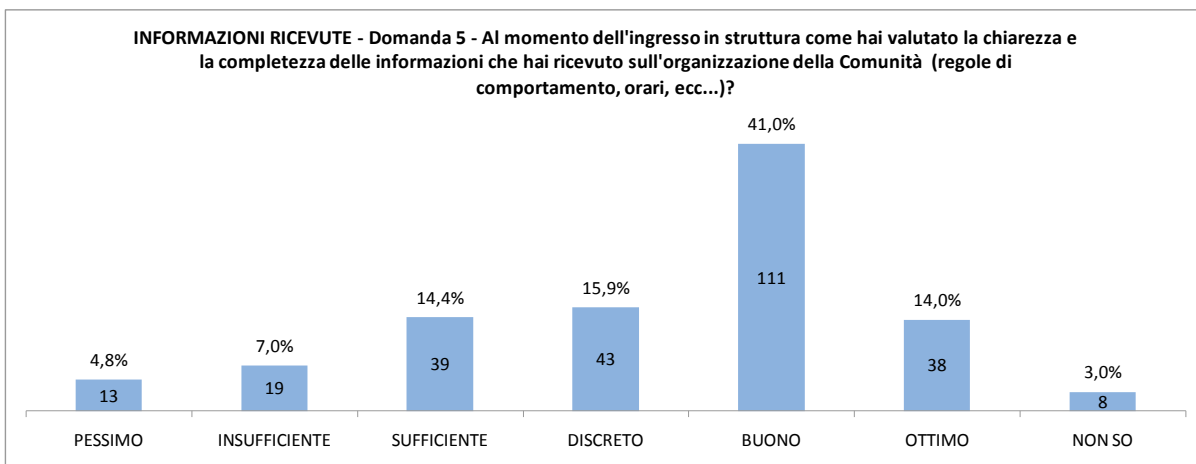


**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 4 - Come valuti le informazioni ricevute sul tuo stato di salute e sulle cure prestate?**

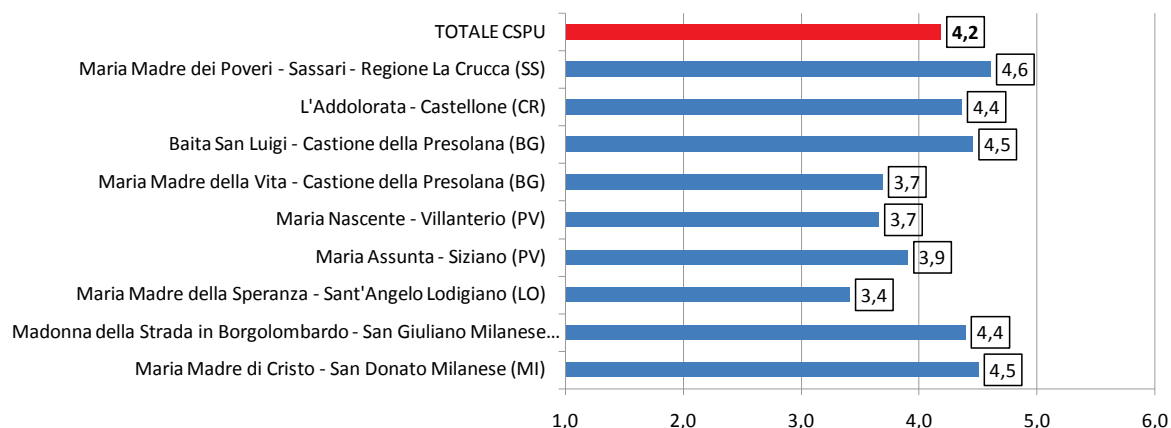


**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 4 "Come valuti le informazioni ricevute sul tuo stato di salute e sulle cure prestate?" - Valori medi**

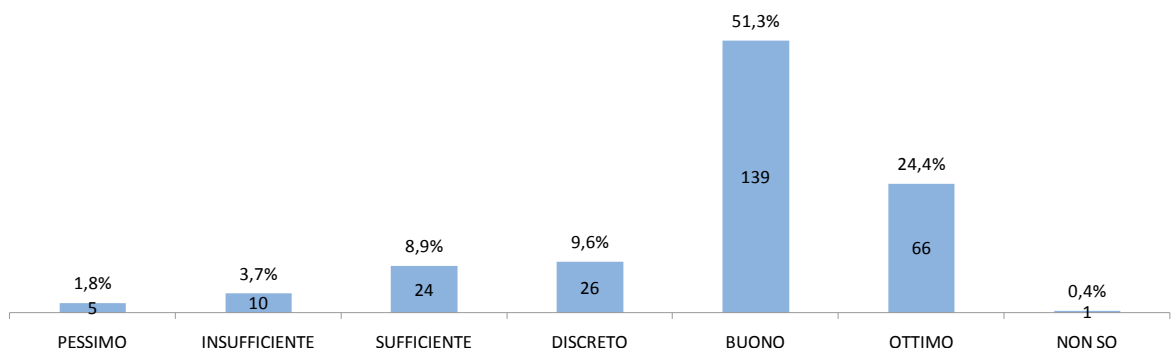




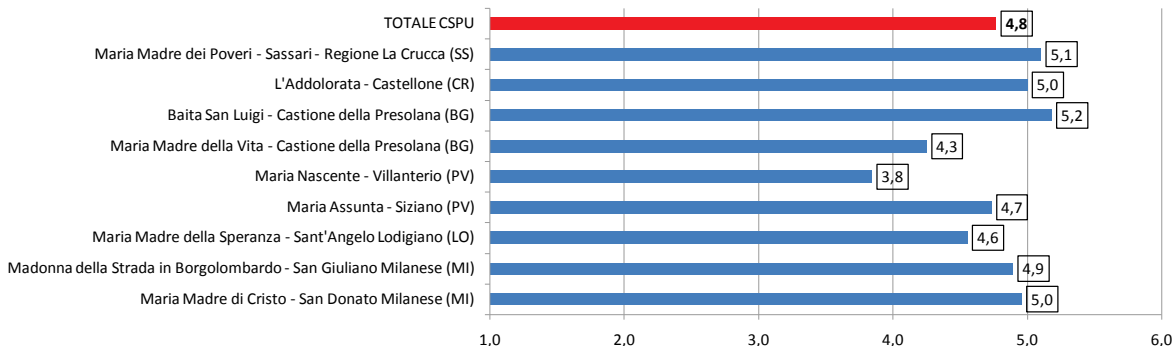
**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 6 "In generale, durante la tua permanenza in Comunità come valuteresti la chiarezza e la completezza delle informazioni ricevute?" - Valori medi**



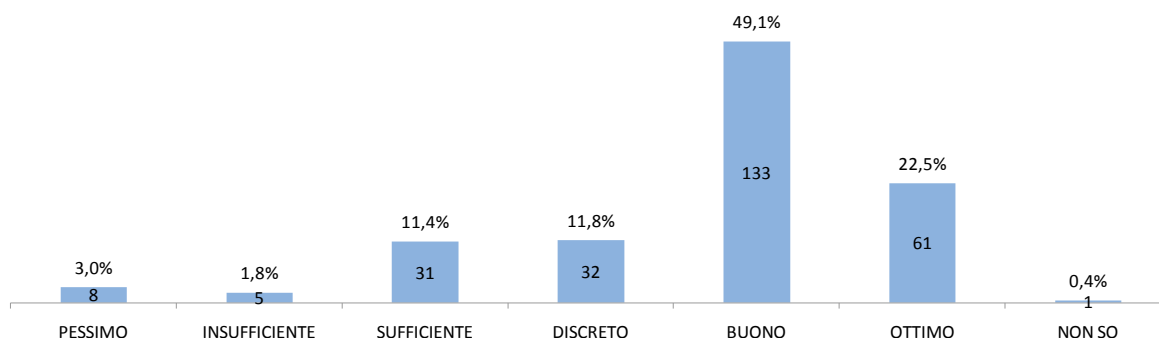
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 7 - Come valuti il livello di soddisfazione sulla disponibilità del personale?**



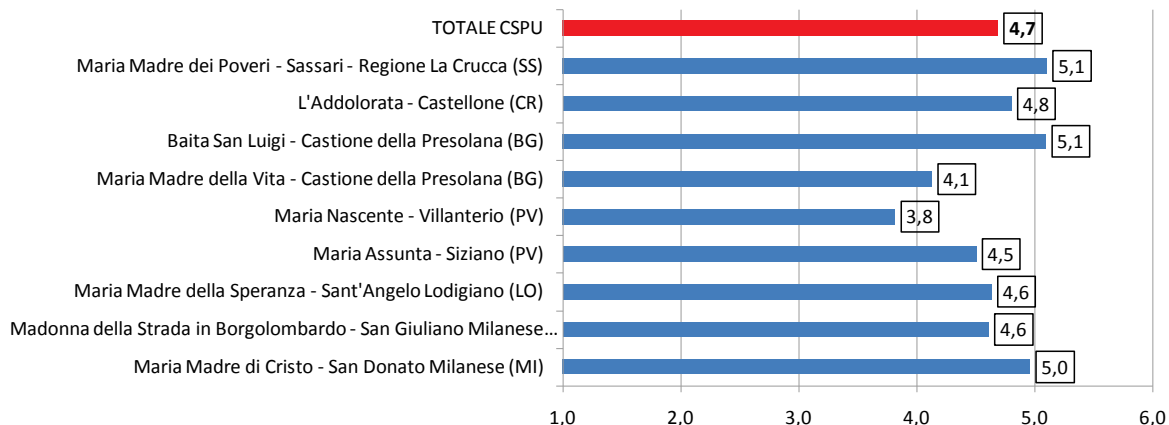
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 7 "Come valuti il livello di soddisfazione sulla disponibilità del personale?" - Valori medi**



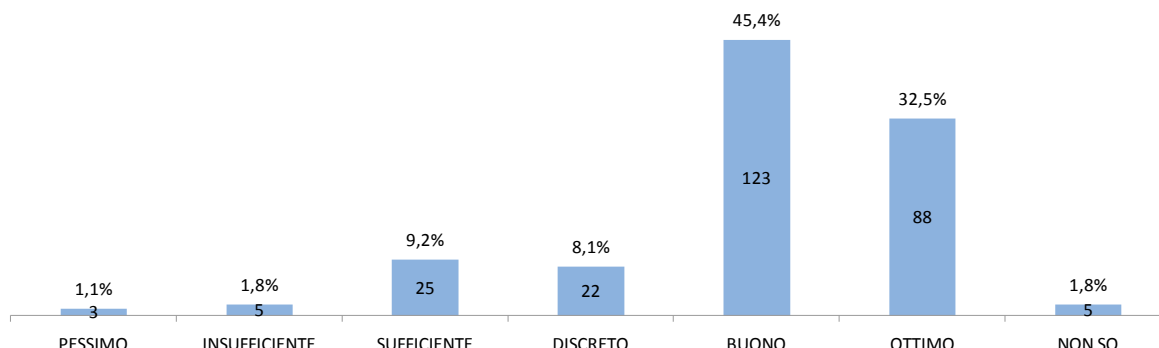
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 8 - Come valuti il livello di soddisfazione sulla capacità di accoglienza, ascolto e comprensione dei tuoi bisogni da parte del personale?**



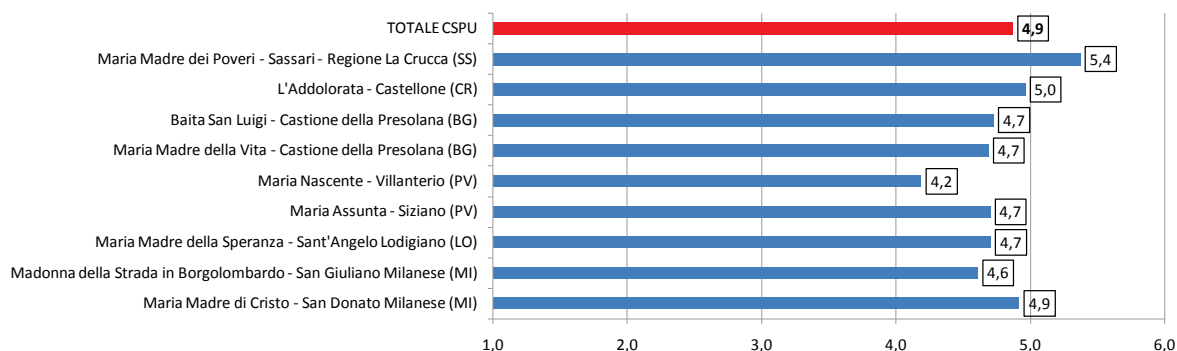
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 8 "Come valuti il livello di soddisfazione sulla capacità di accoglienza, ascolto e comprensione dei tuoi bisogni da parte del personale?" - Valori medi**



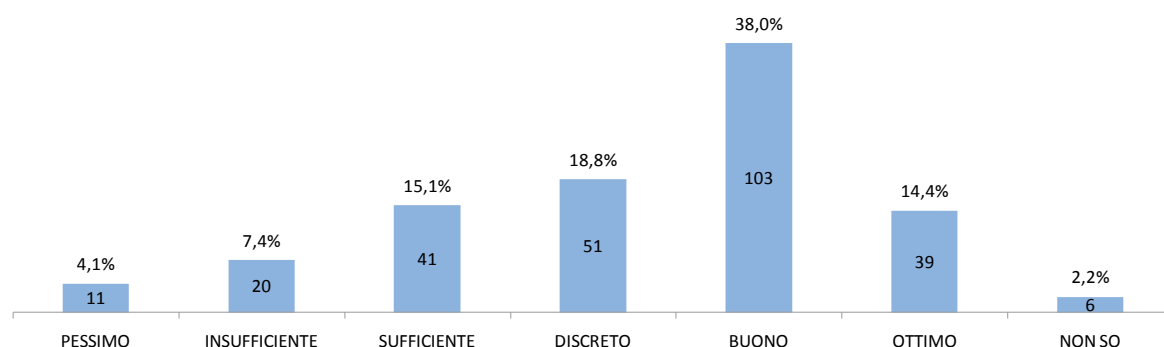
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 9 - Come valuti le capacità e le competenze professionali degli operatori che ti seguono nel Programma Terapeutico?**



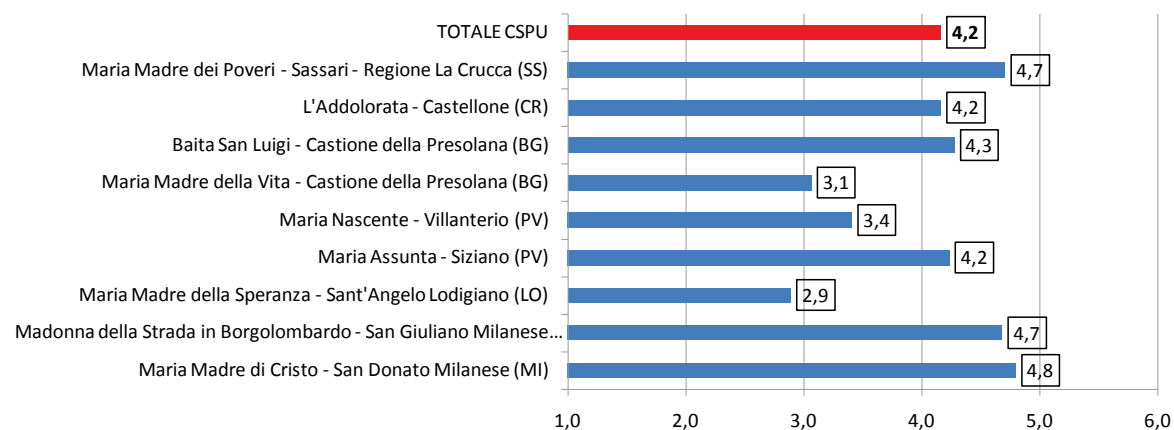
**RAPPORTI CON IL PERSONALE - Domanda 9 "Come valuti le capacità e le competenze professionali degli operatori che ti seguono nel Programma Terapeutico?" - Valori medi**



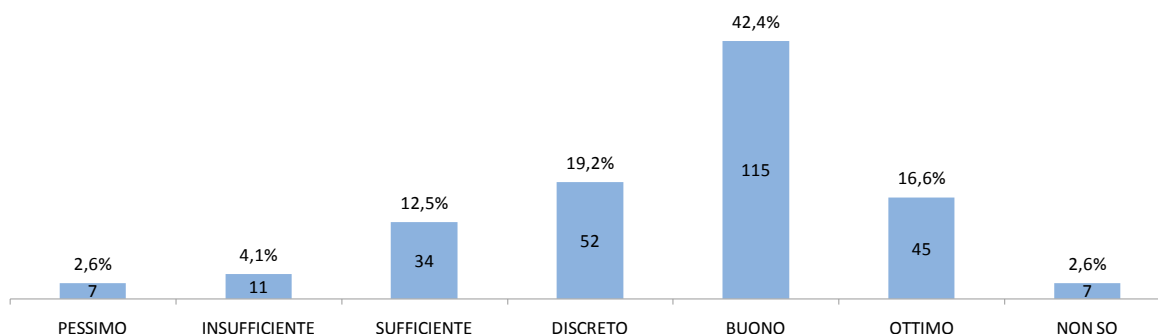
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 10 - Come valuti le attività ergo-terapiche svolte quotidianamente, comprese le attività lavorative?**



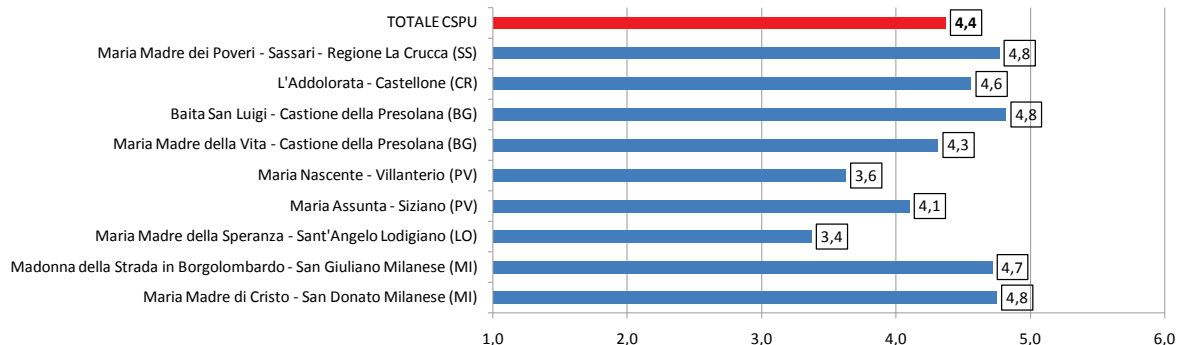
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 10 "Come valuti le attività ergo-terapiche svolte quotidianamente, comprese le attività lavorative?" - Valori medi**



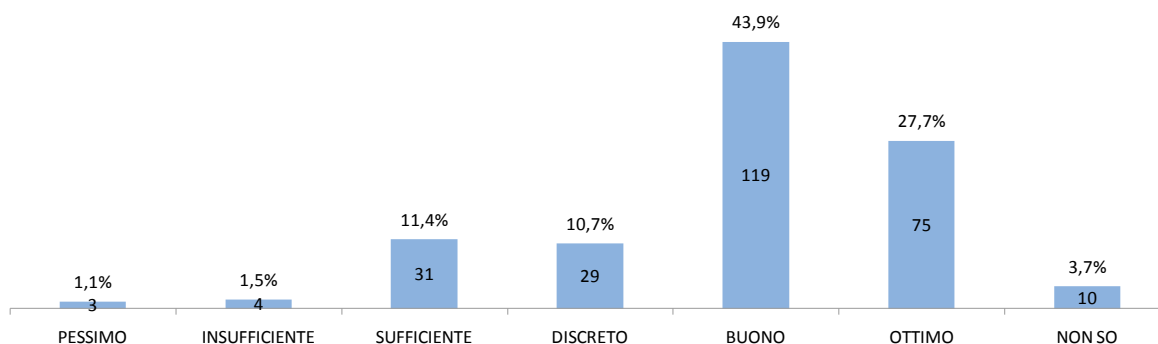
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 11 - Come valuti il servizio educativo offerto dalla Comunità (es. interventi di osservazione e correzione, confronto con l'equipe educativa, ecc...)?**



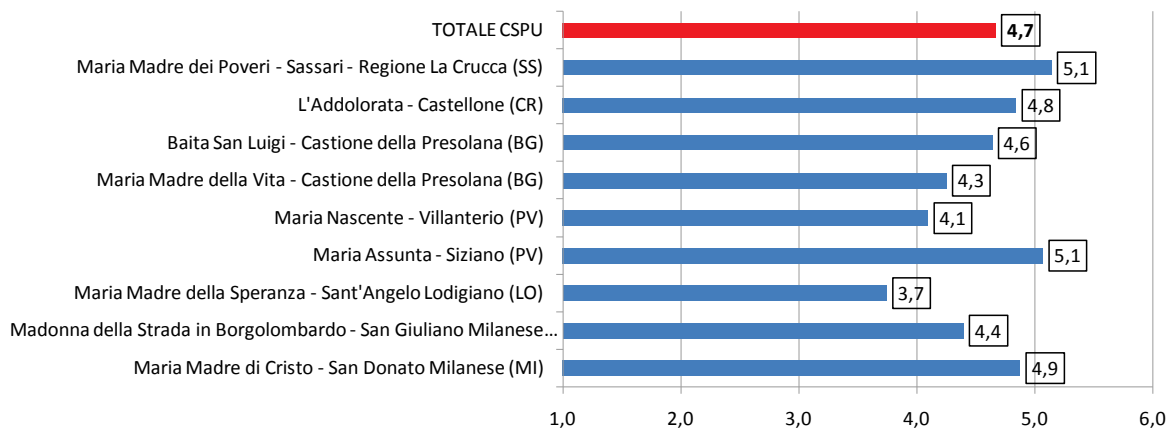
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 11 "Come valuti il servizio educativo offerto dalla Comunità (es. interventi di osservazione e correzione, confronto con l'equipe educativa, ecc...)" - Valori medi**



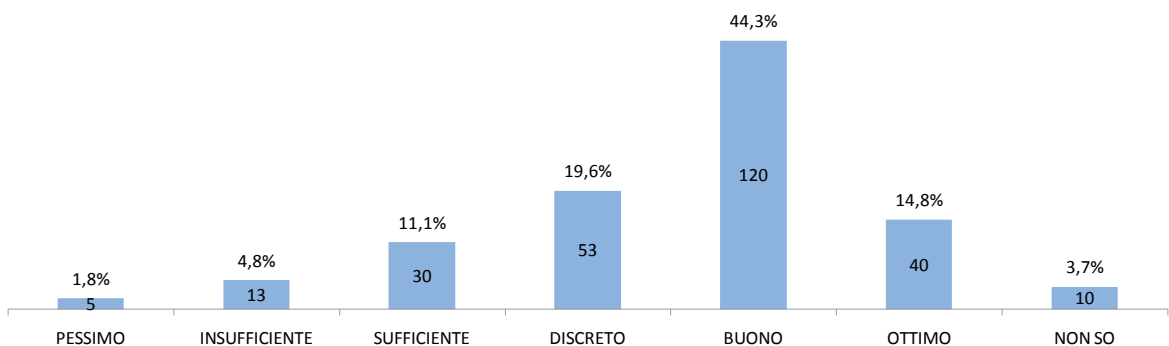
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 12 - Come valuti il servizio psico-pedagogico individuale offerto dalla Comunità?**



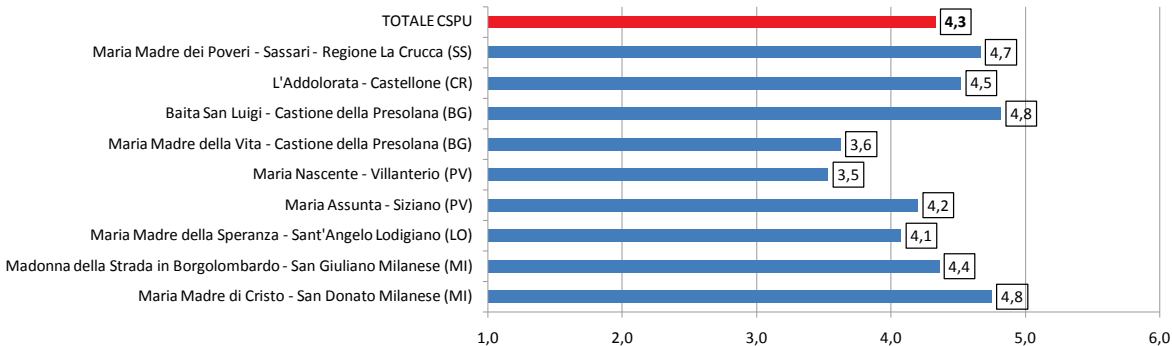
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 12 "Come valuti il servizio psico-pedagogico individuale offerto dalla Comunità?" - Valori medi**

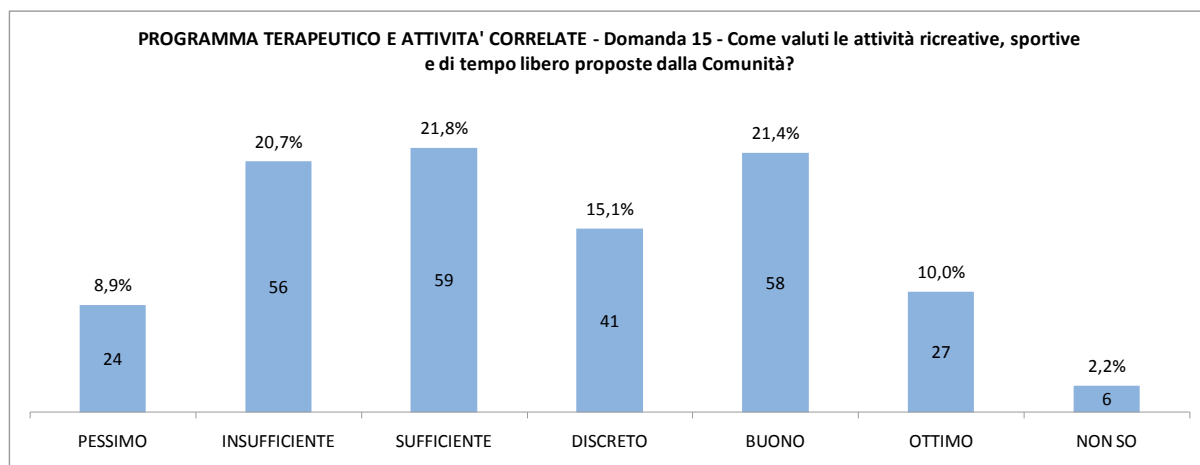
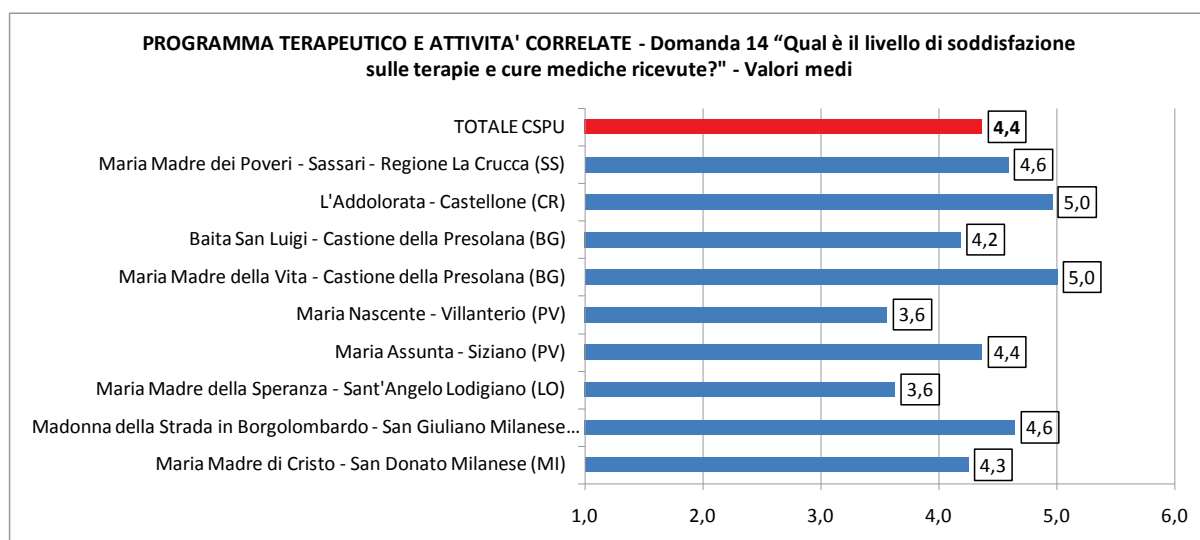
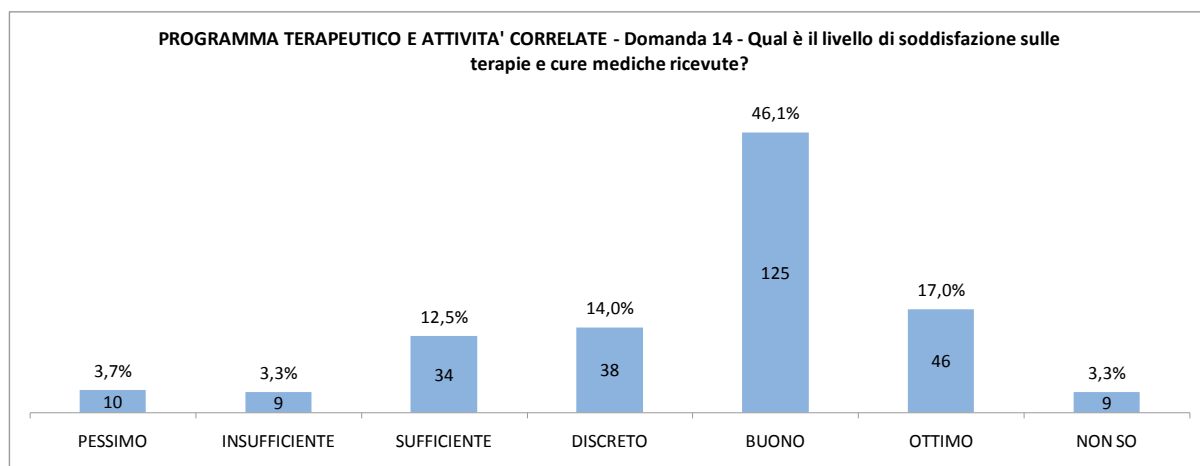


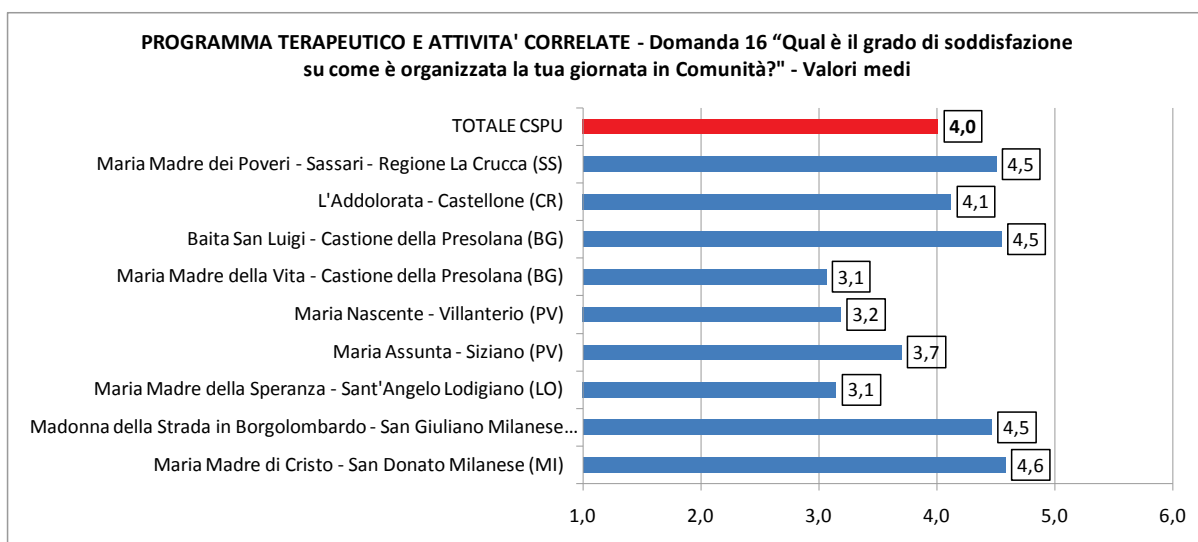
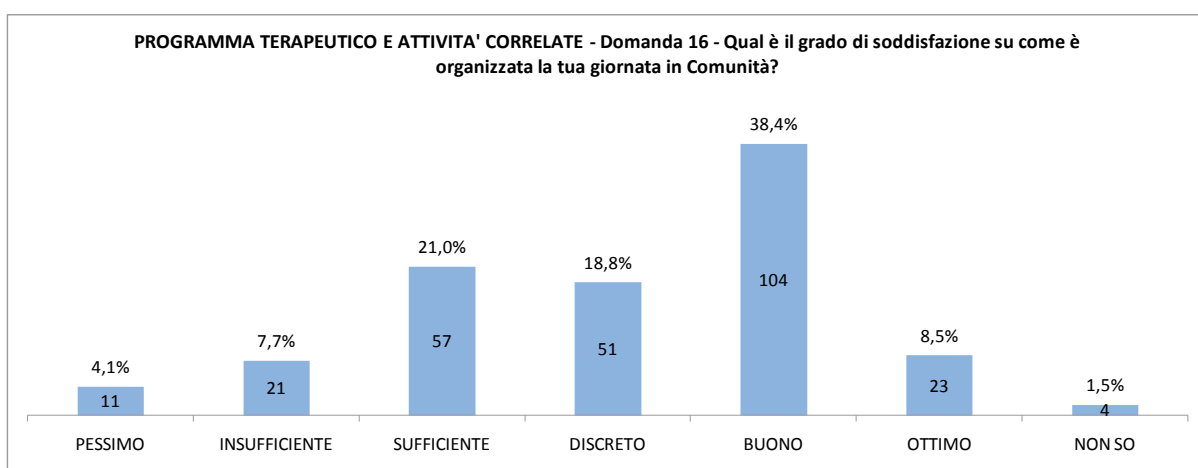
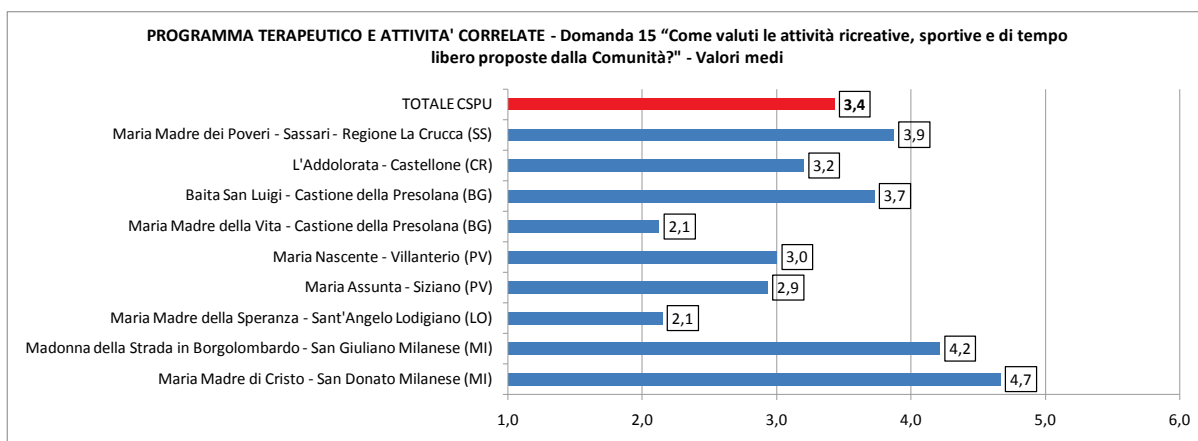
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 13 - Come valuti il servizio psico-pedagogico di gruppo offerto dalla Comunità?**

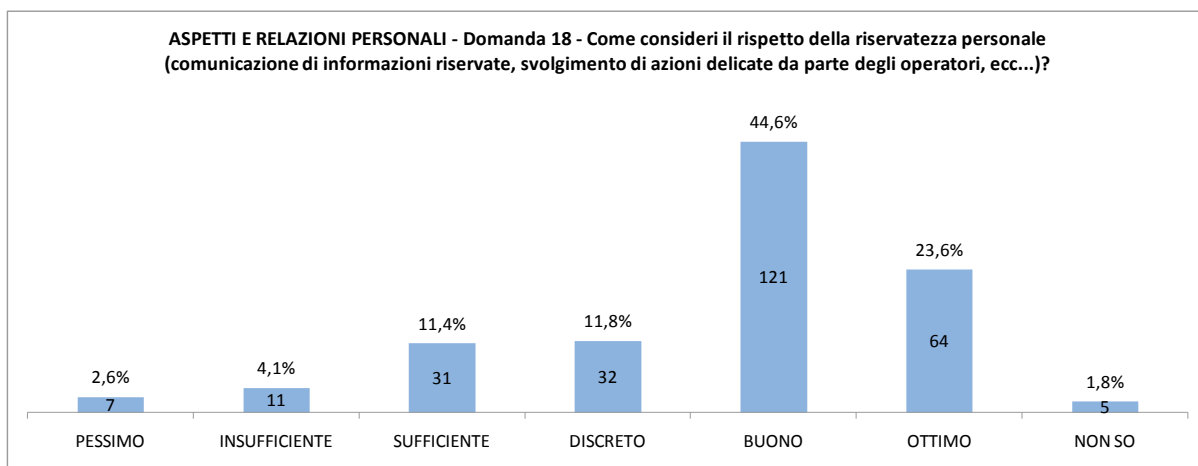
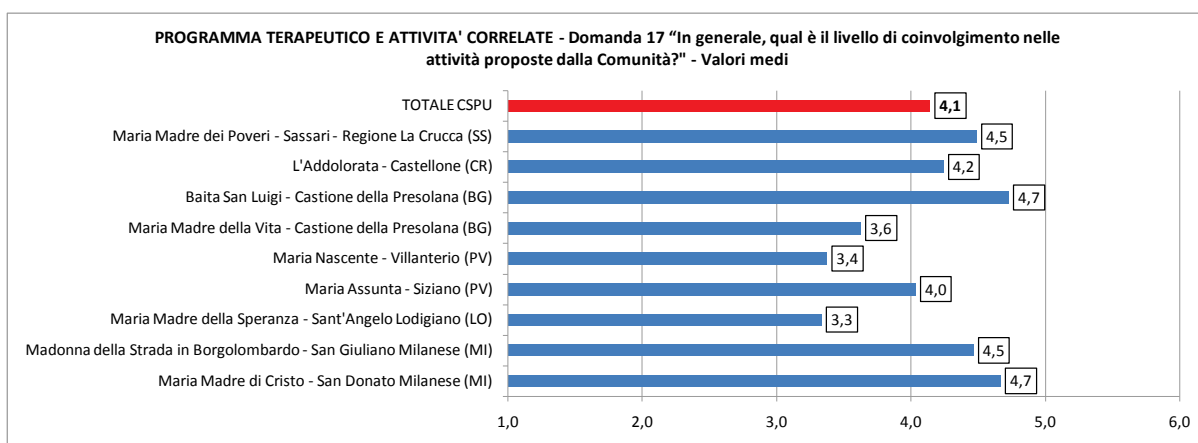
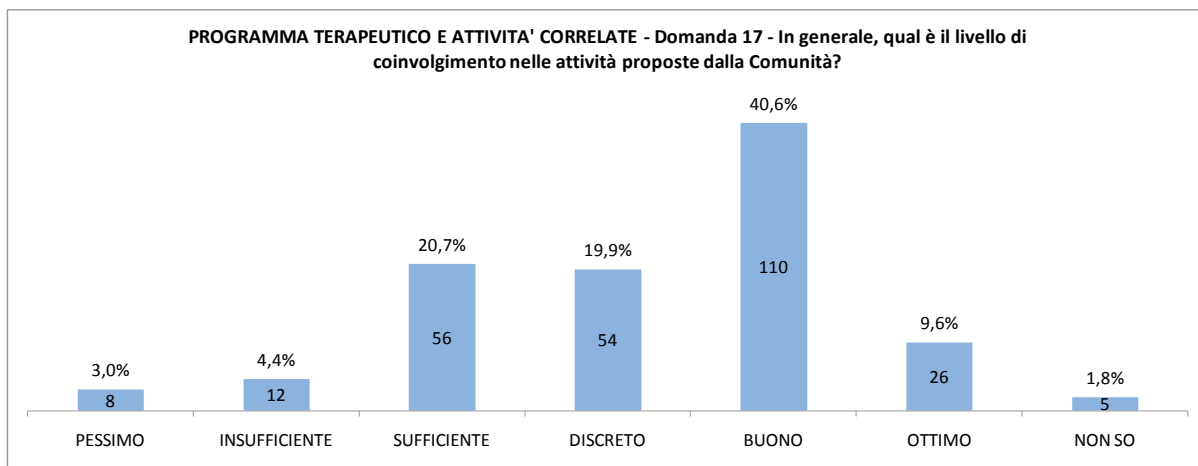


**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 13 "Come valuti il servizio psico-pedagogico di gruppo offerto dalla Comunità?" - Valori medi**

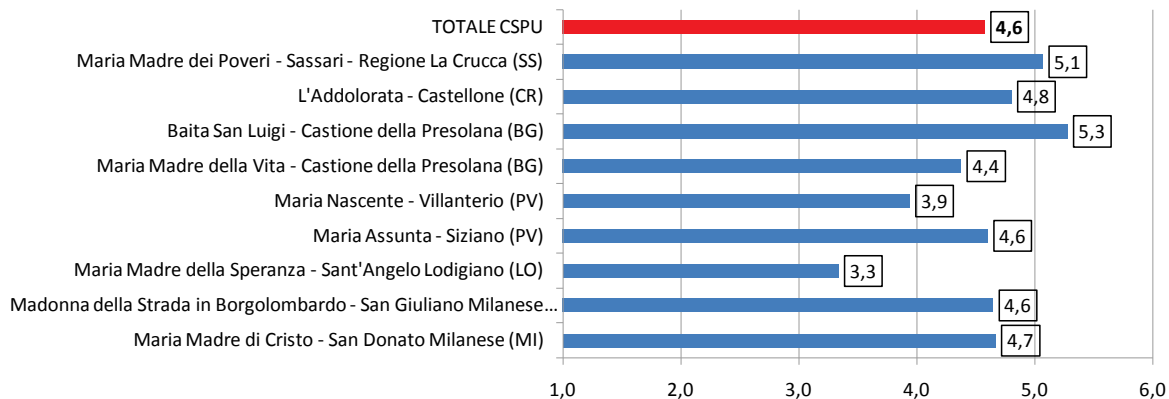




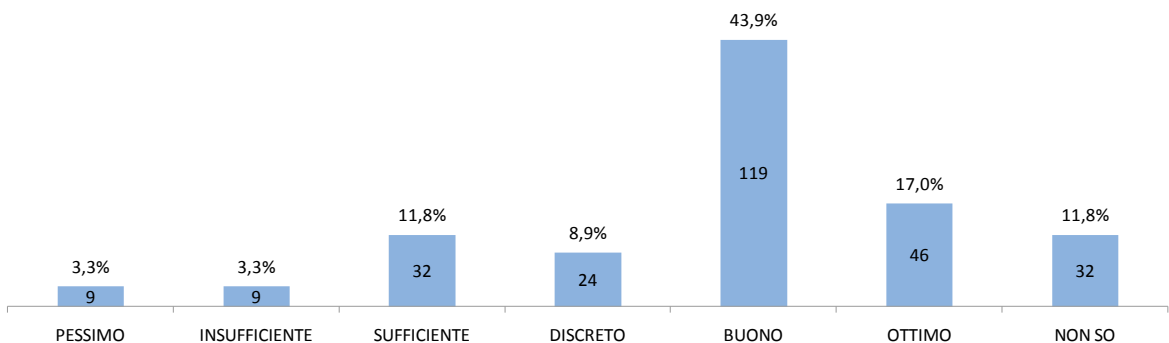




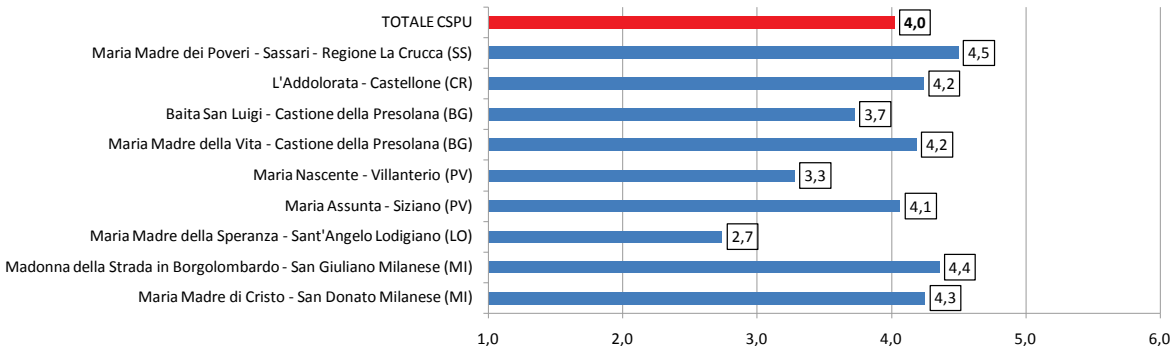
**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 18 "Come consideri il rispetto della riservatezza personale (comunicazione di informazioni riservate, svolgimento di azioni delicate da parte degli operatori, eccâ...)" - Valori medi**

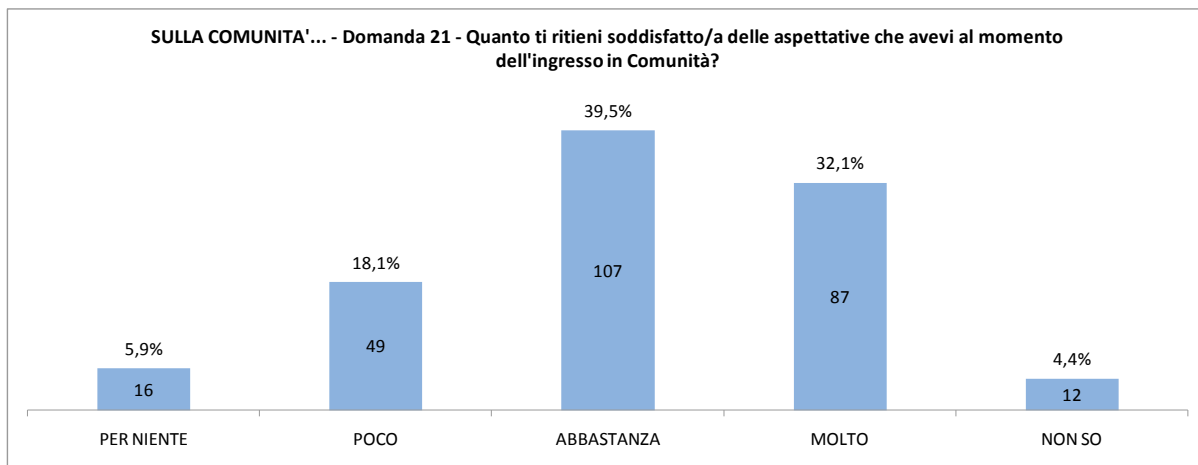
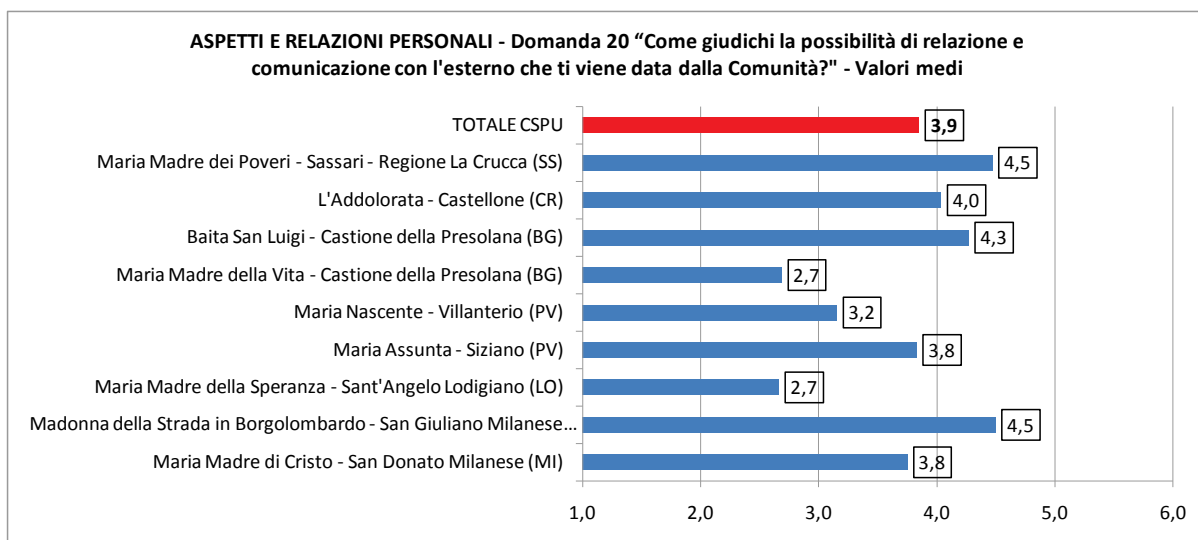
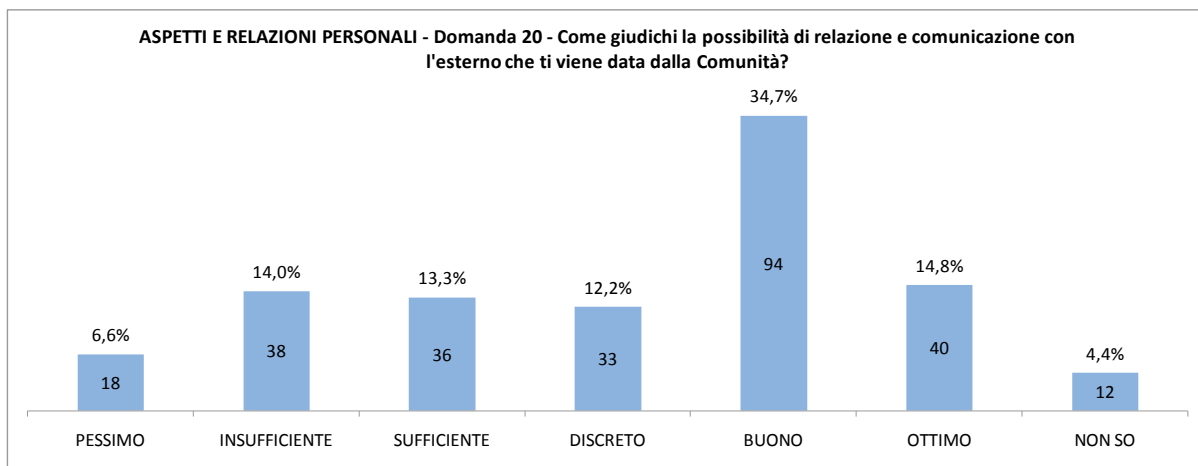


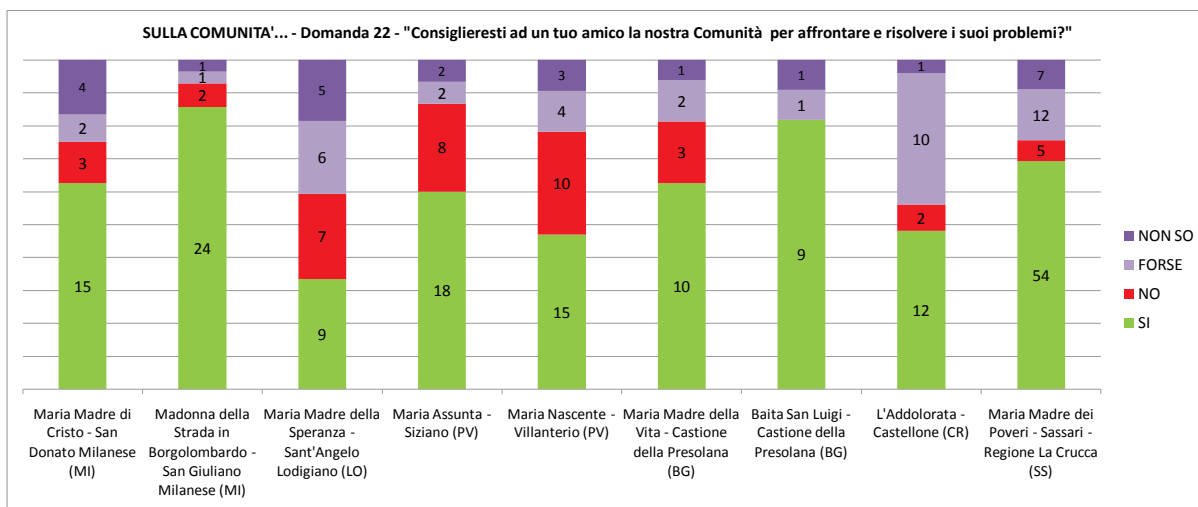
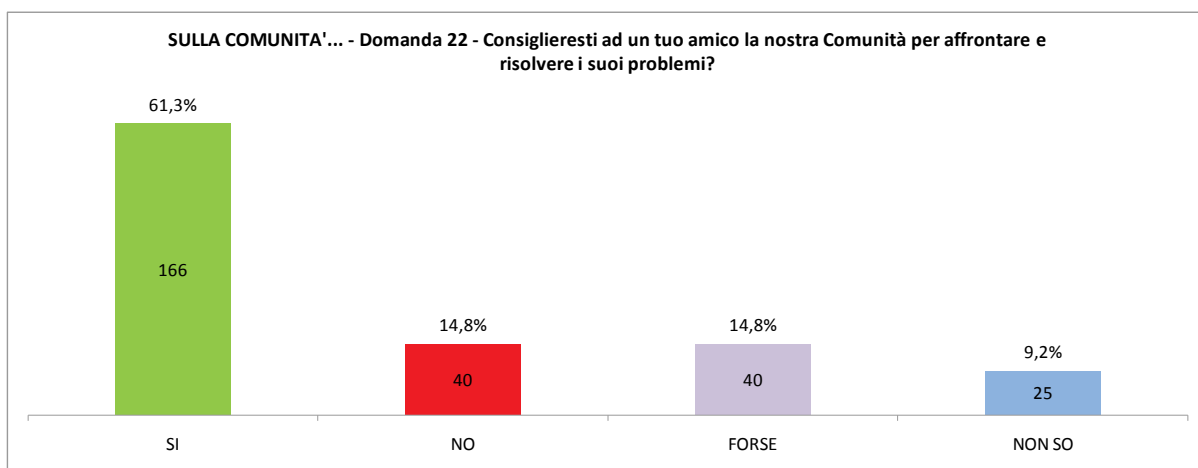
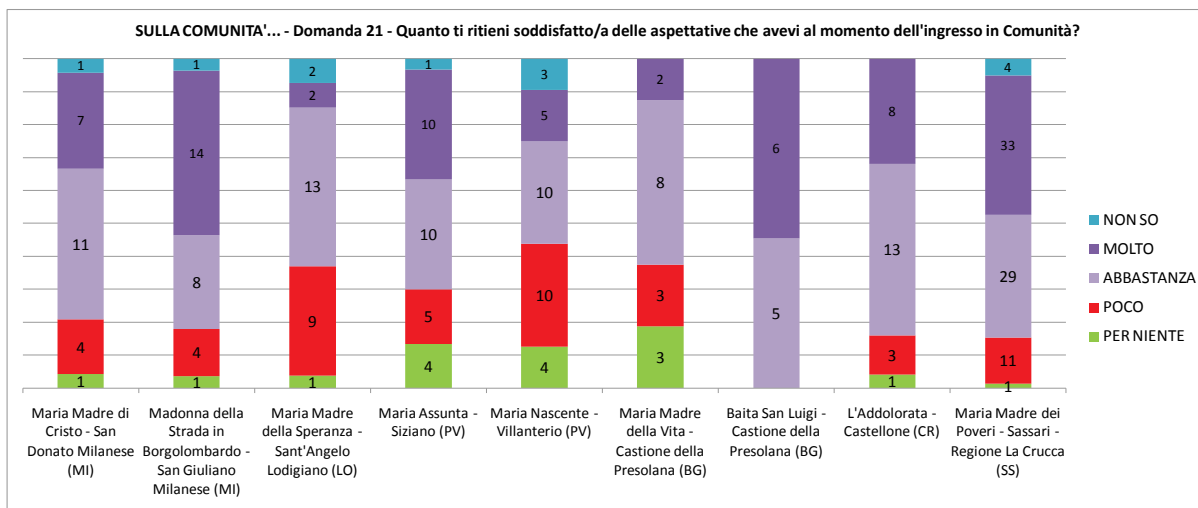
**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 19 - Come valuti la presa in carico da parte della Comunità delle tue questioni sociali e/o giudiziarie-legali?**



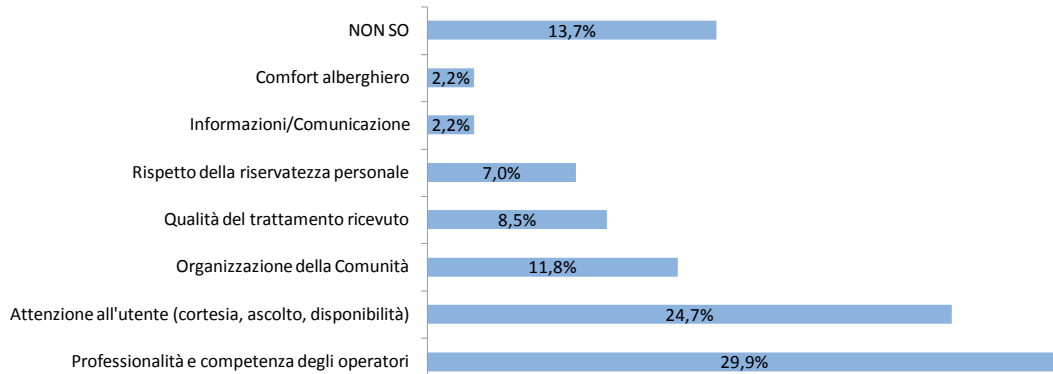
**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 19 "Come valuti la presa in carico da parte della Comunità delle tue questioni sociali e/o giudiziarie-legali?" - Valori medi**



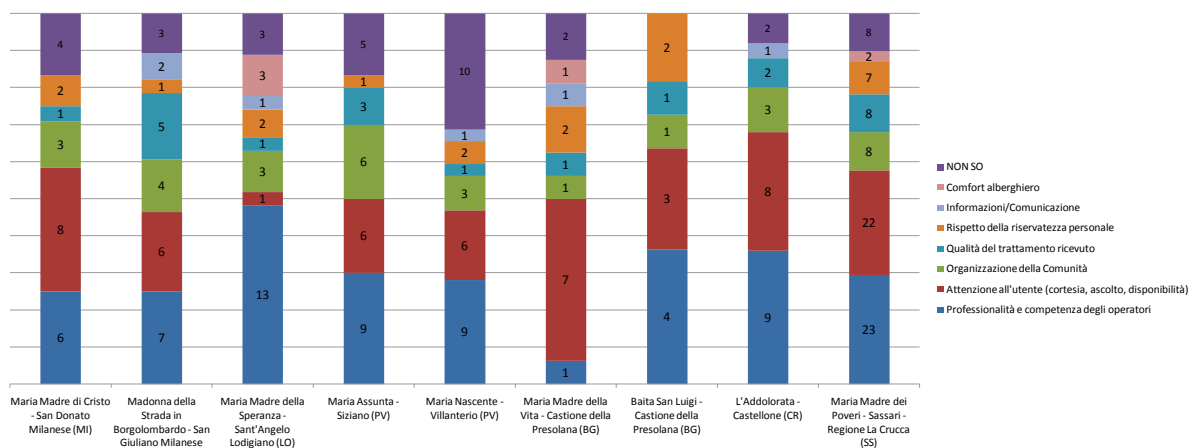




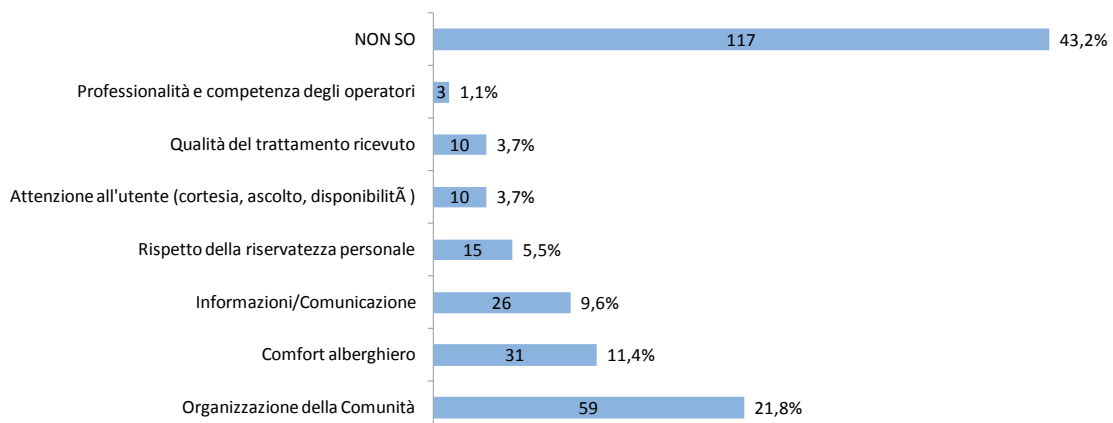
**INDICAZIONI PER MIGLIORARCI - Domanda 23 - Qual è l'aspetto che gradisci MAGGIORMENTE?**

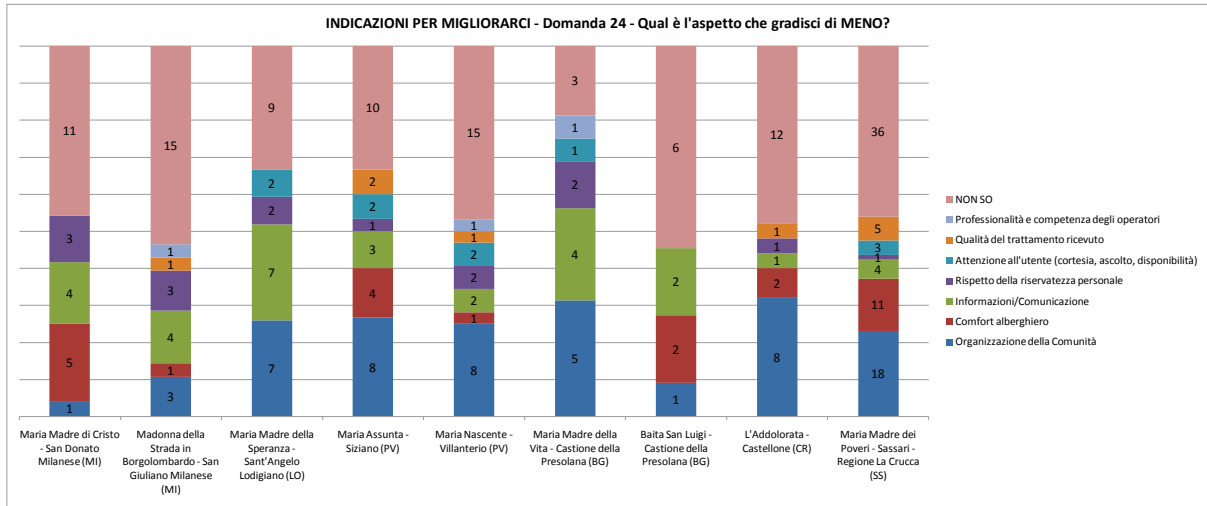


**INDICAZIONI PER MIGLIORARCI - Domanda 23 - Qual è l'aspetto che gradisci MAGGIORMENTE?**

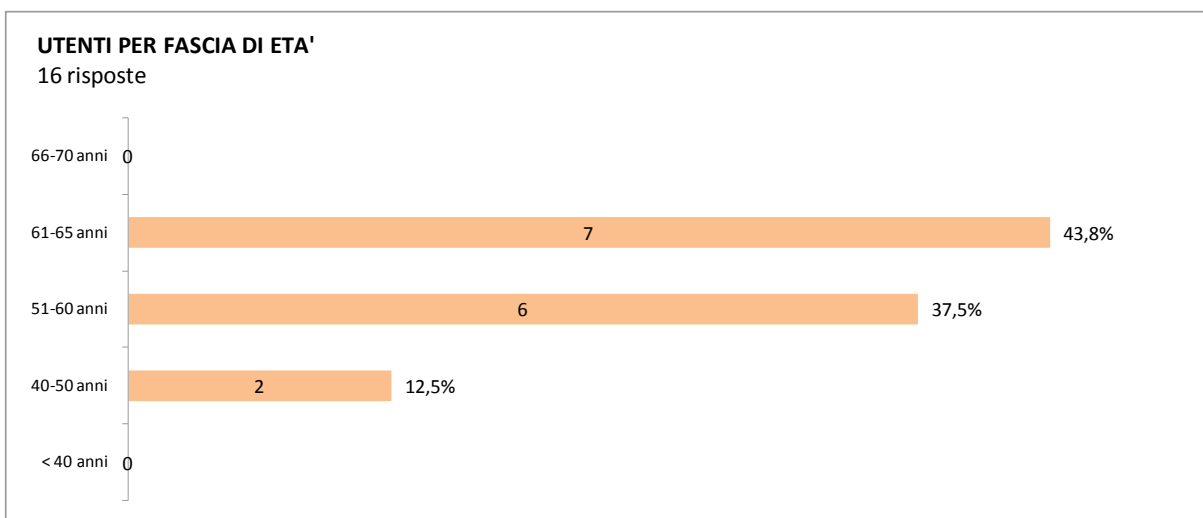
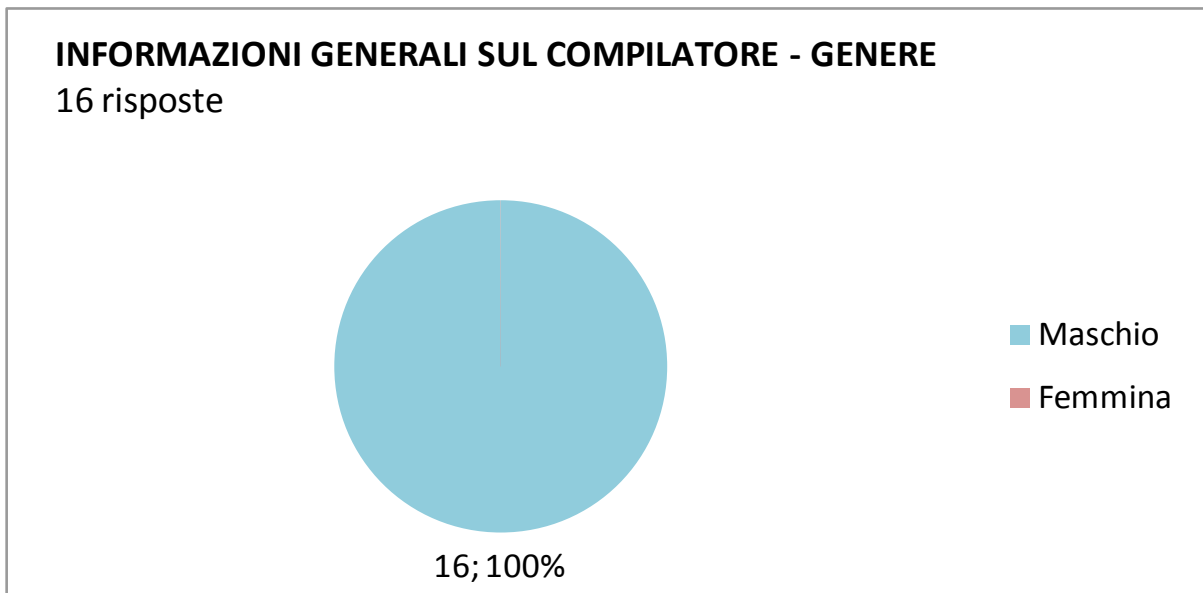
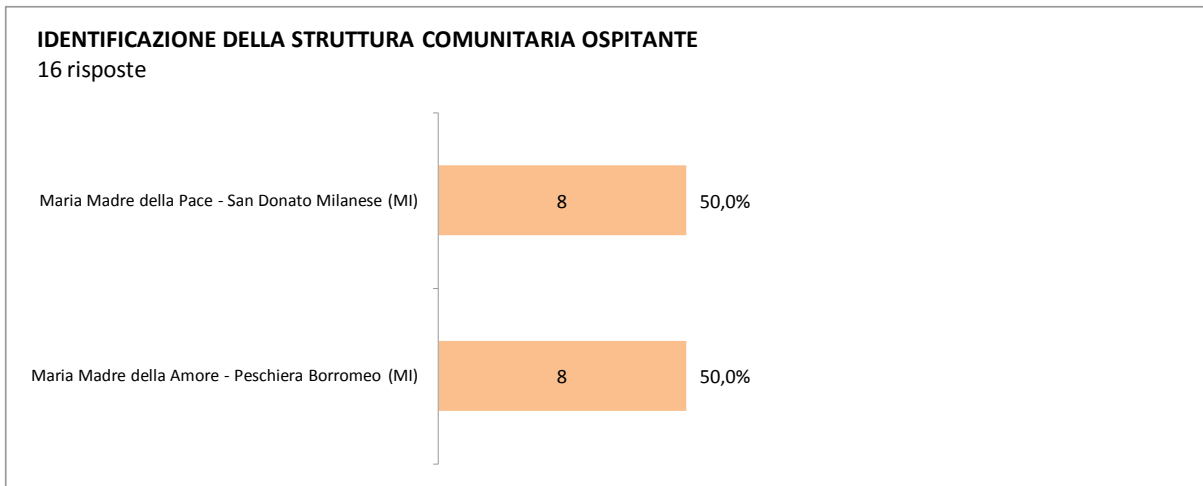


**INDICAZIONI PER MIGLIORARCI - Domanda 24 - Qual è l'aspetto che gradisci di MENO?**



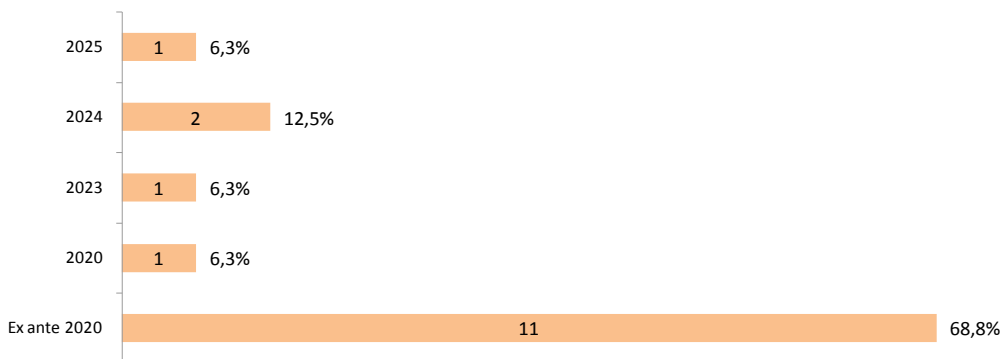


Risultati indagine di customer satisfaction Utenza bassa intensità (grafici)



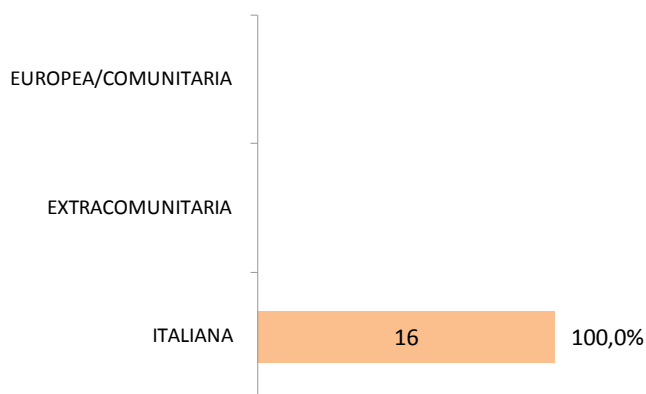
**ANNO ULTIMO INGRESSO IN COMUNITA'**

16 risposte



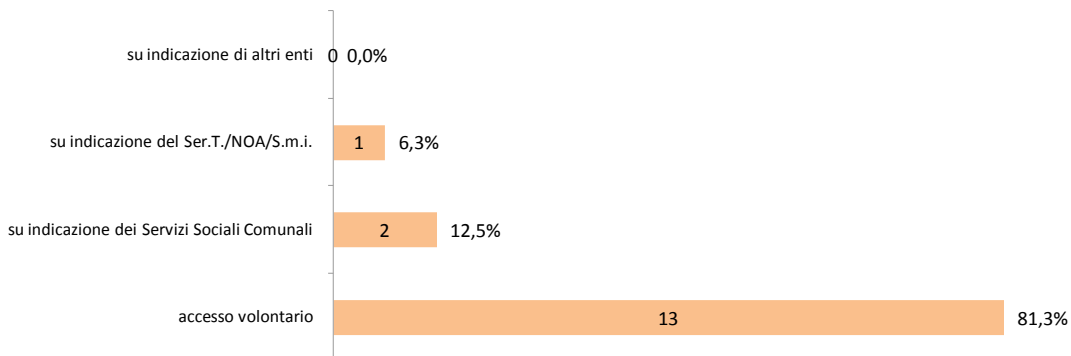
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - NAZIONALITA'**

16 risposte

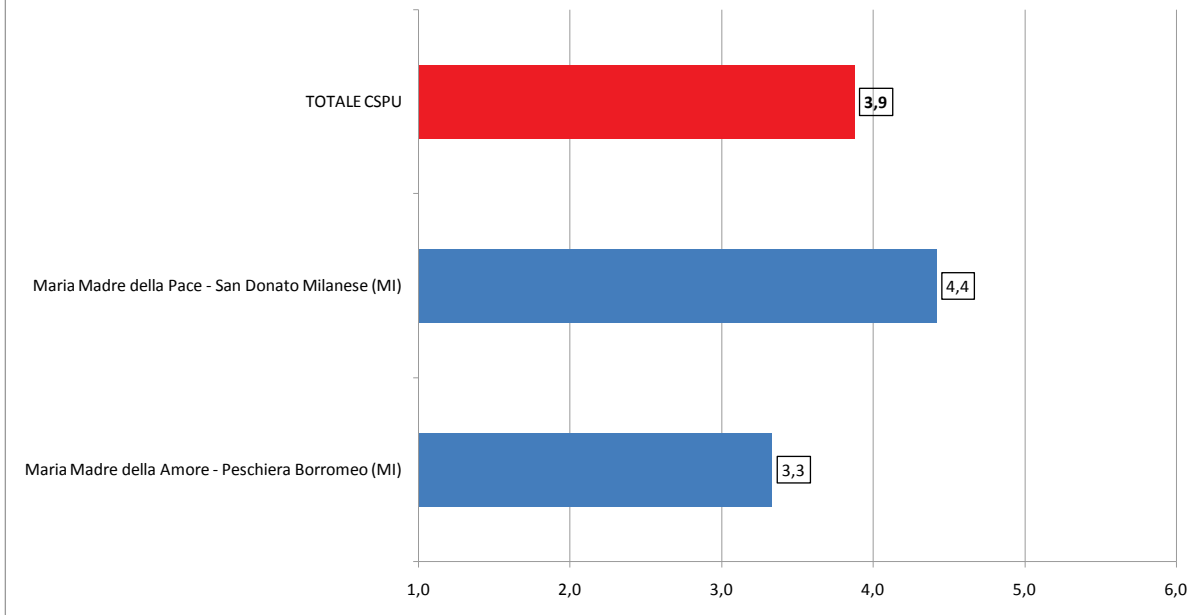


**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - MOTIVAZIONE INGRESSO**

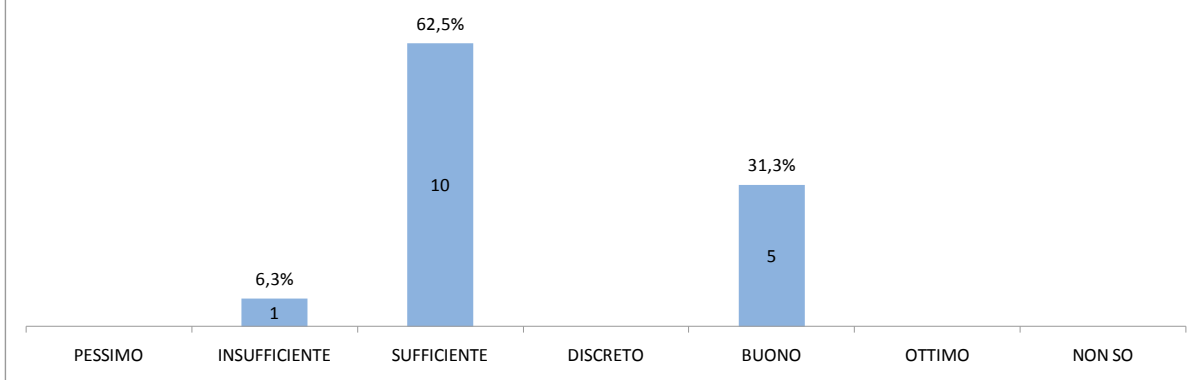
16 risposte

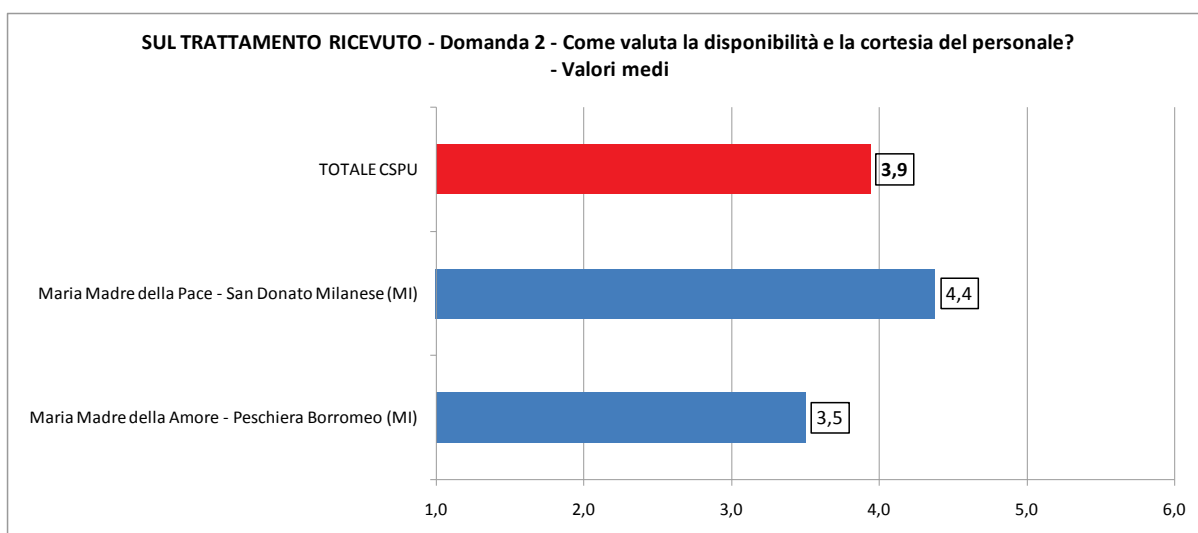
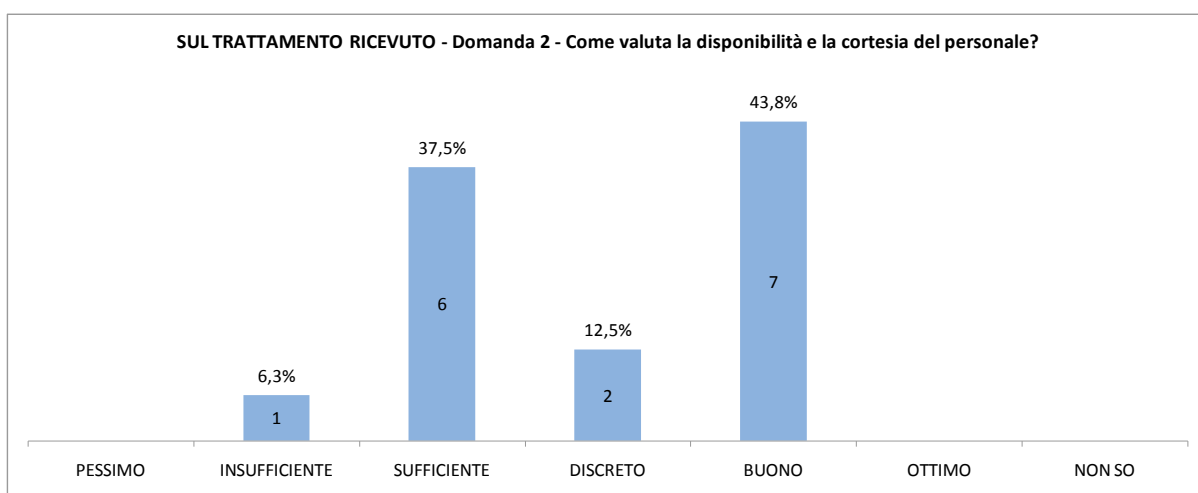
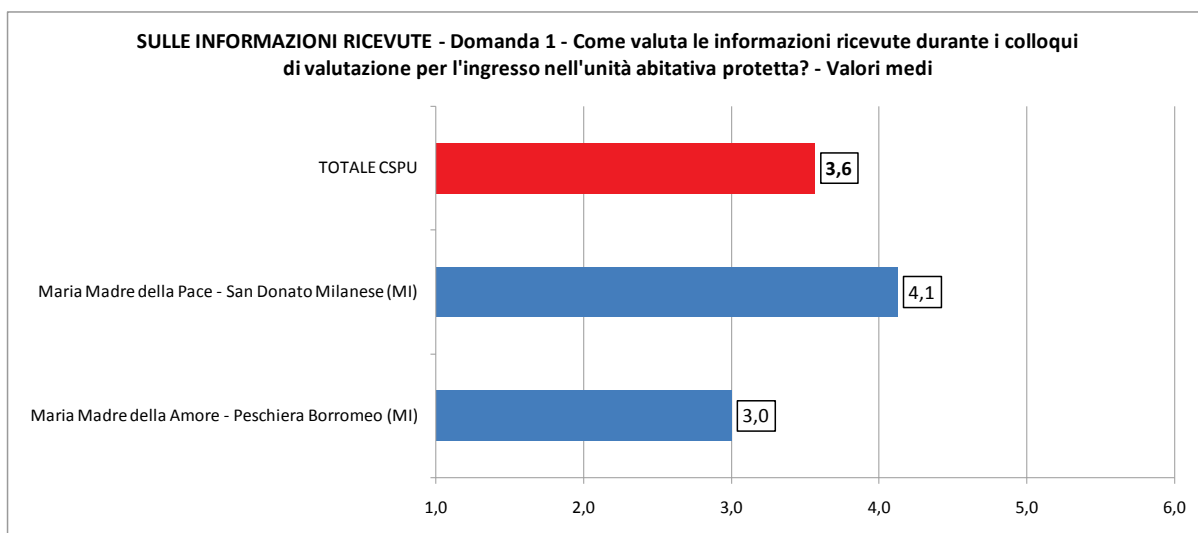


**Punteggio complessivo (da dom 1 a dom 6) - Valori medi**

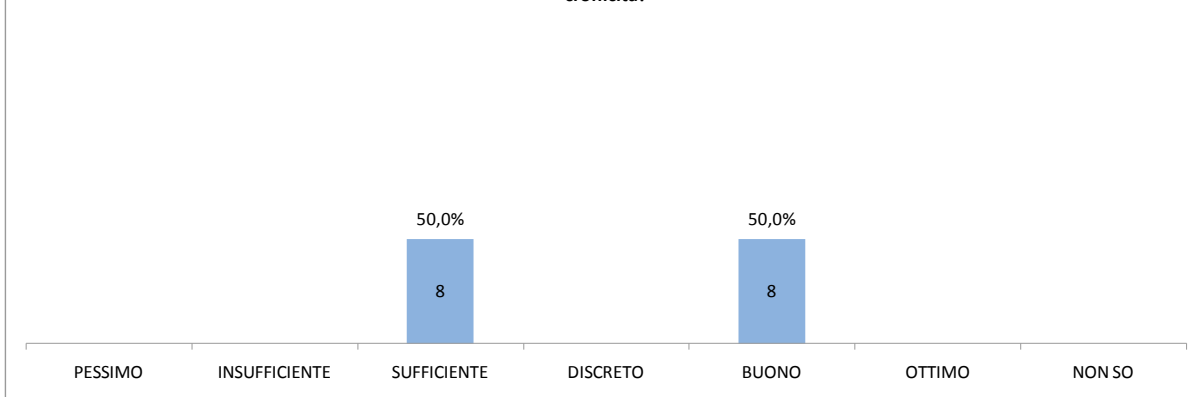


**SULLE INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 1 - Come valuta le informazioni ricevute durante i colloqui di valutazione per l'ingresso nell'unità abitativa protetta?**

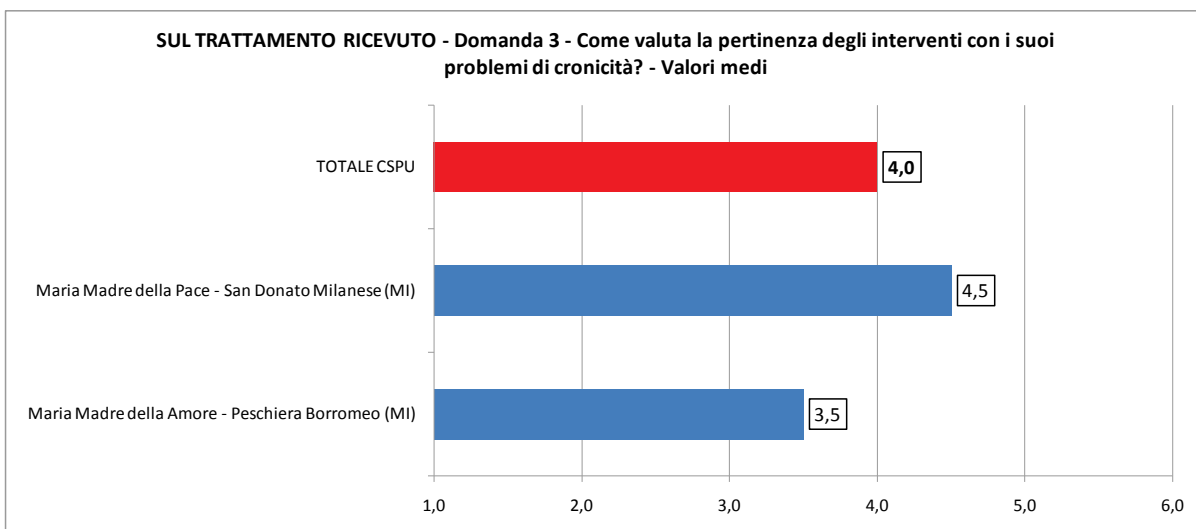




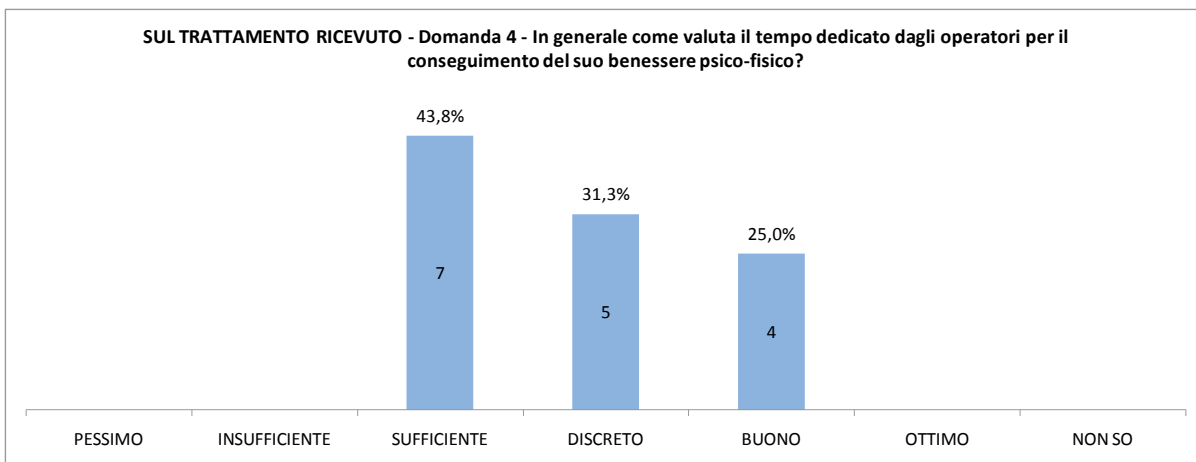
**SUL TRATTAMENTO RICEVUTO - Domanda 3 - Come valuta la pertinenza degli interventi con i suoi problemi di cronicità?**

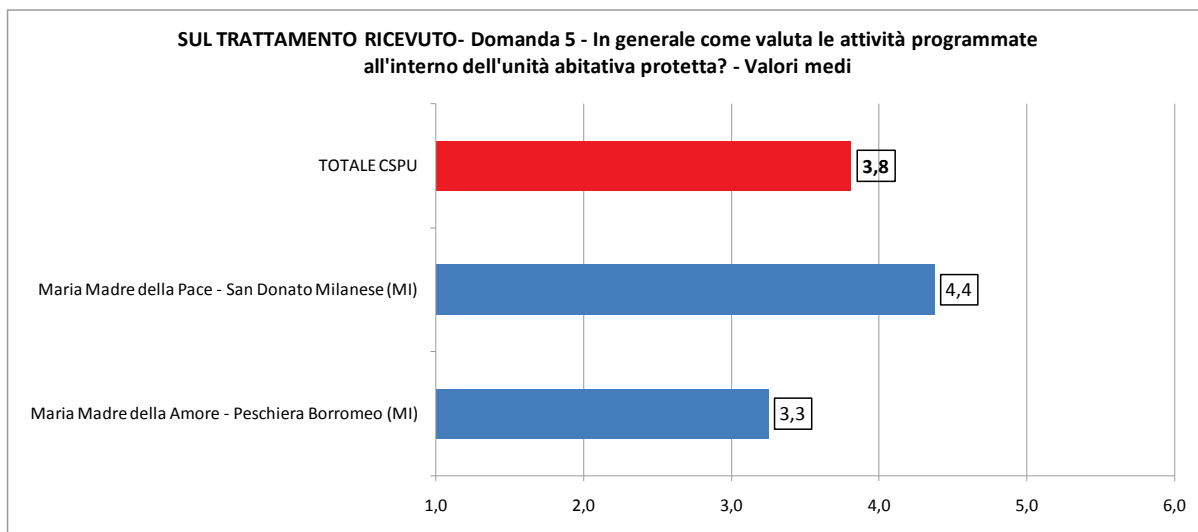
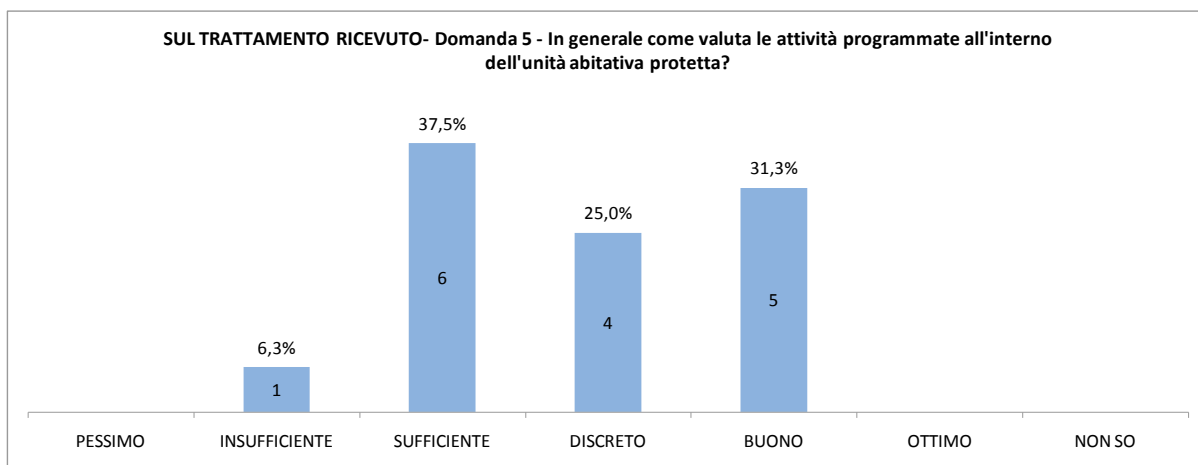
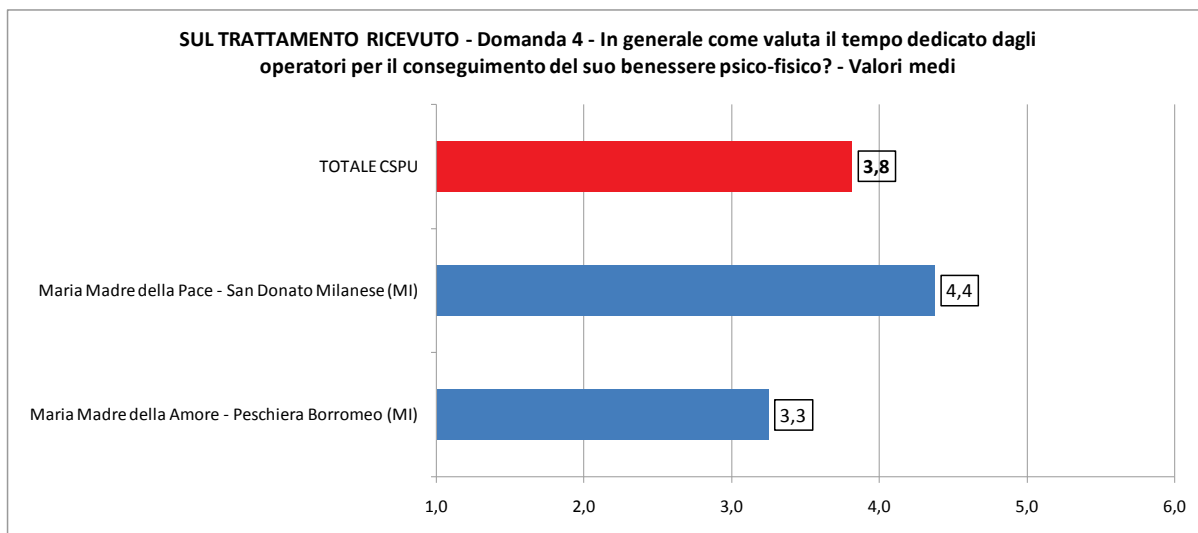


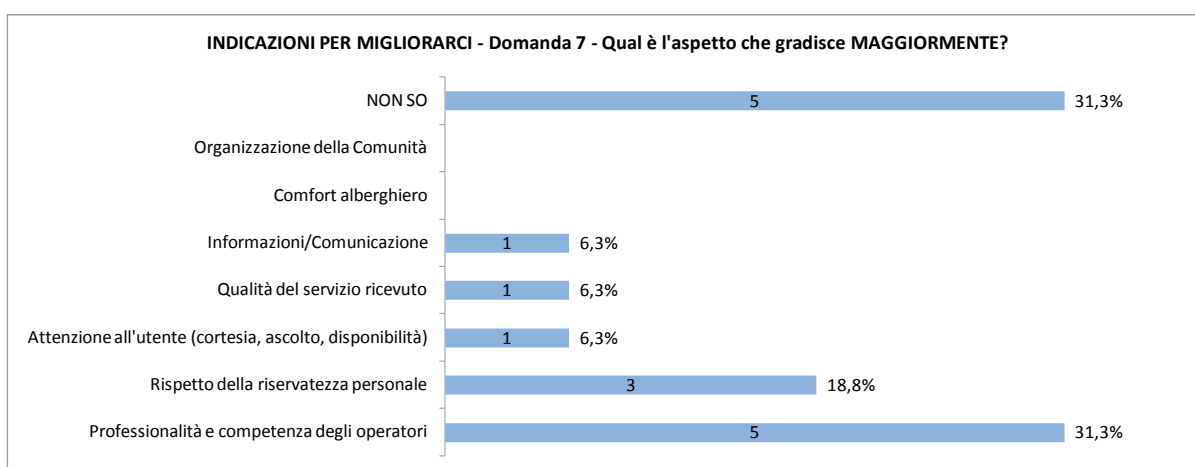
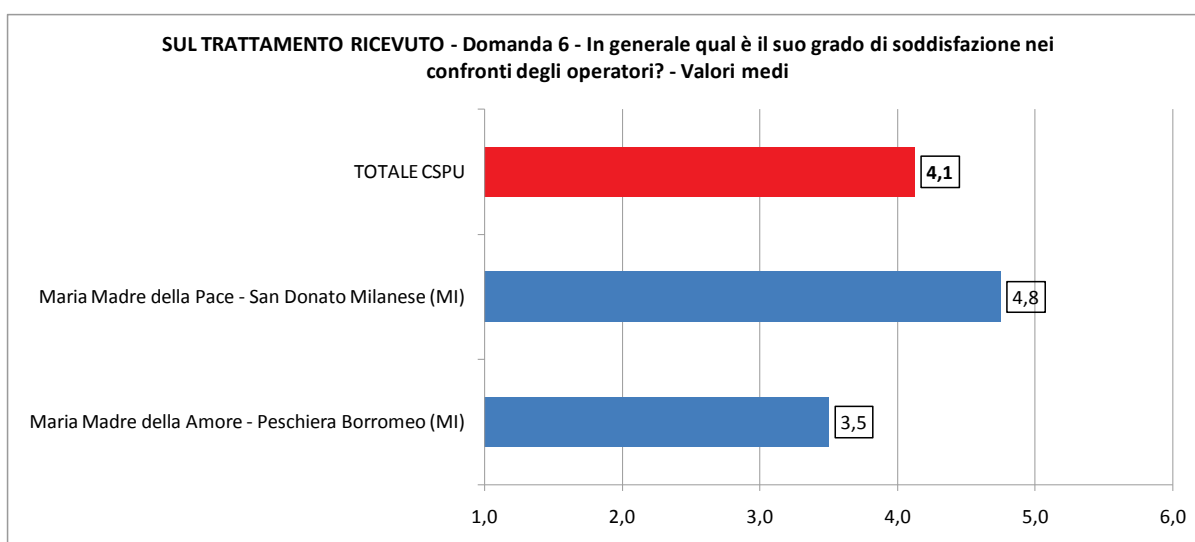
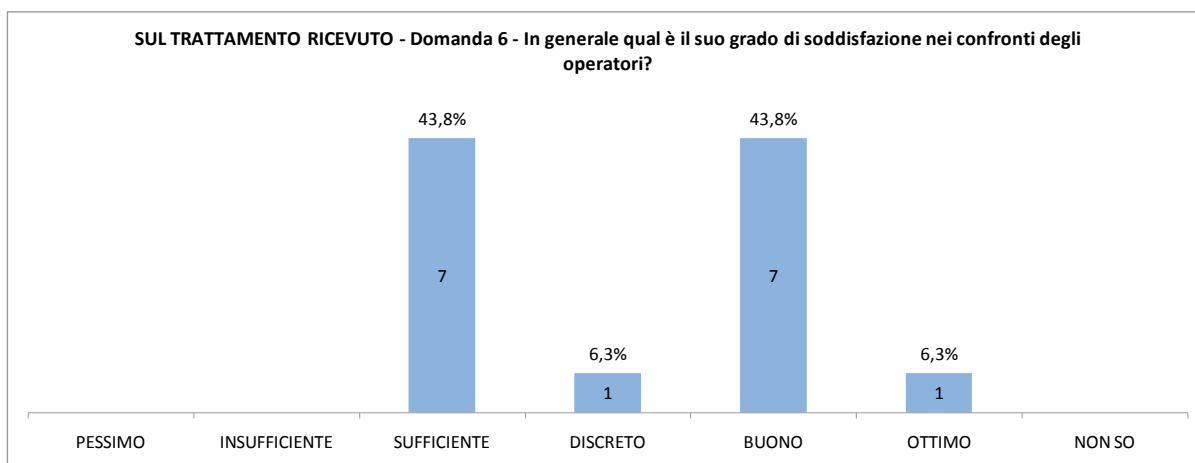
**SUL TRATTAMENTO RICEVUTO - Domanda 3 - Come valuta la pertinenza degli interventi con i suoi problemi di cronicità? - Valori medi**

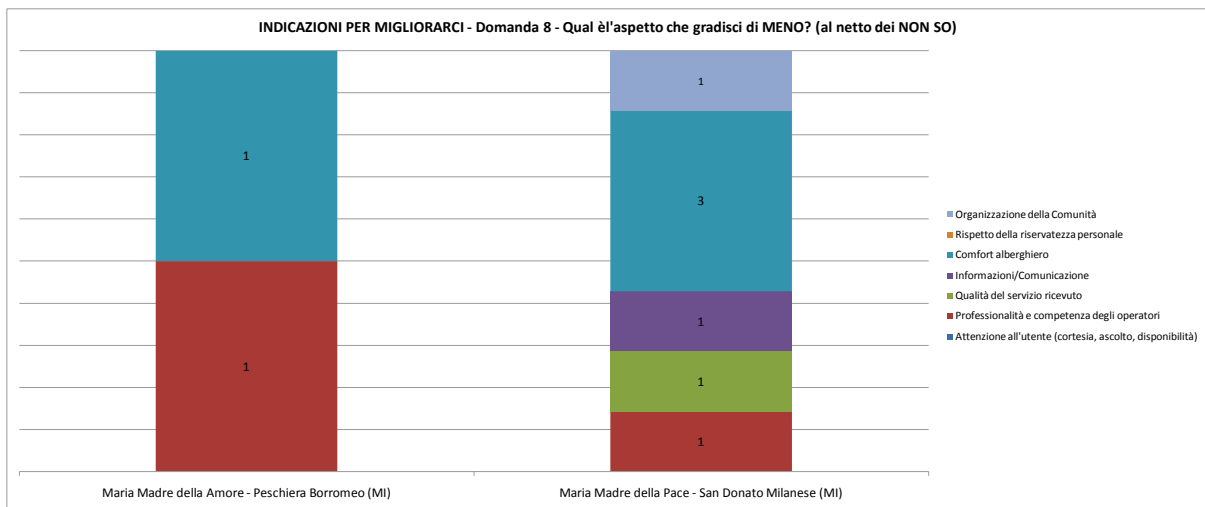
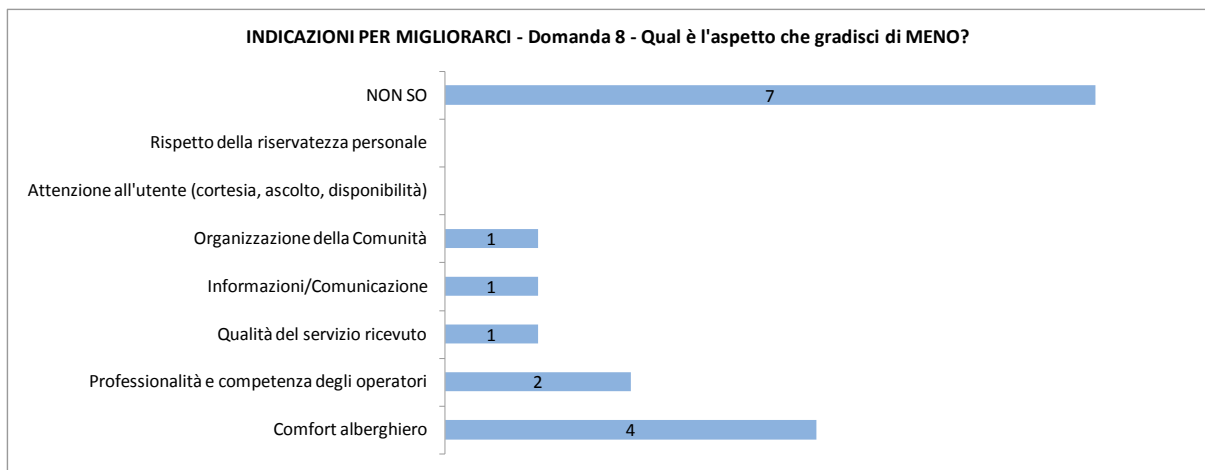
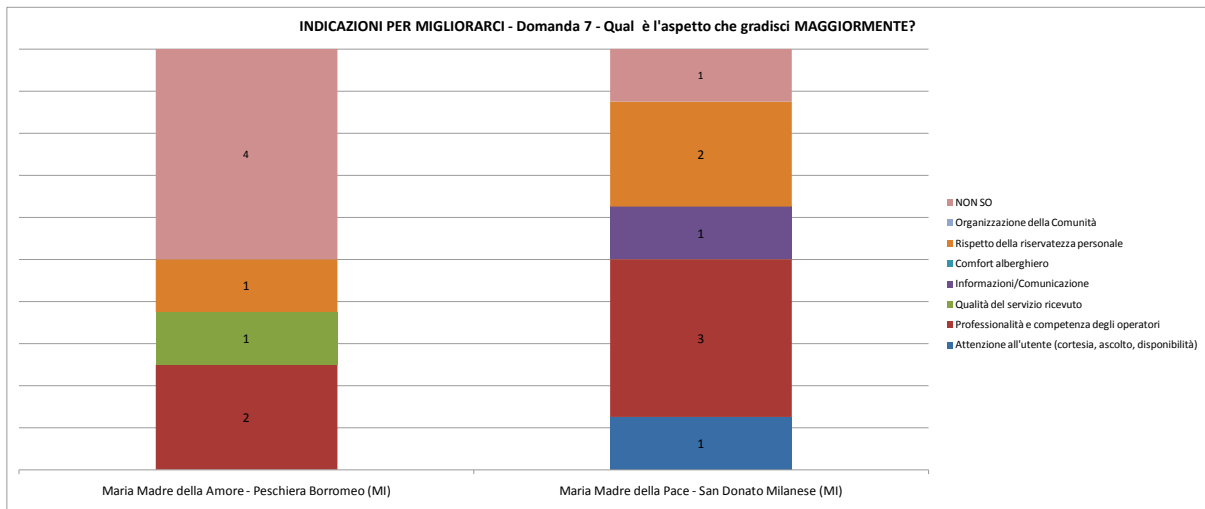


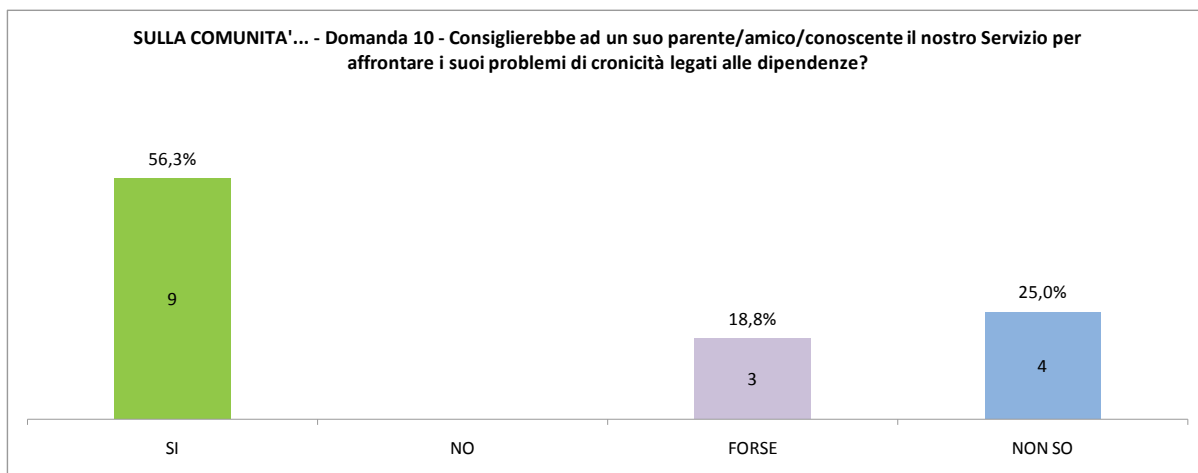
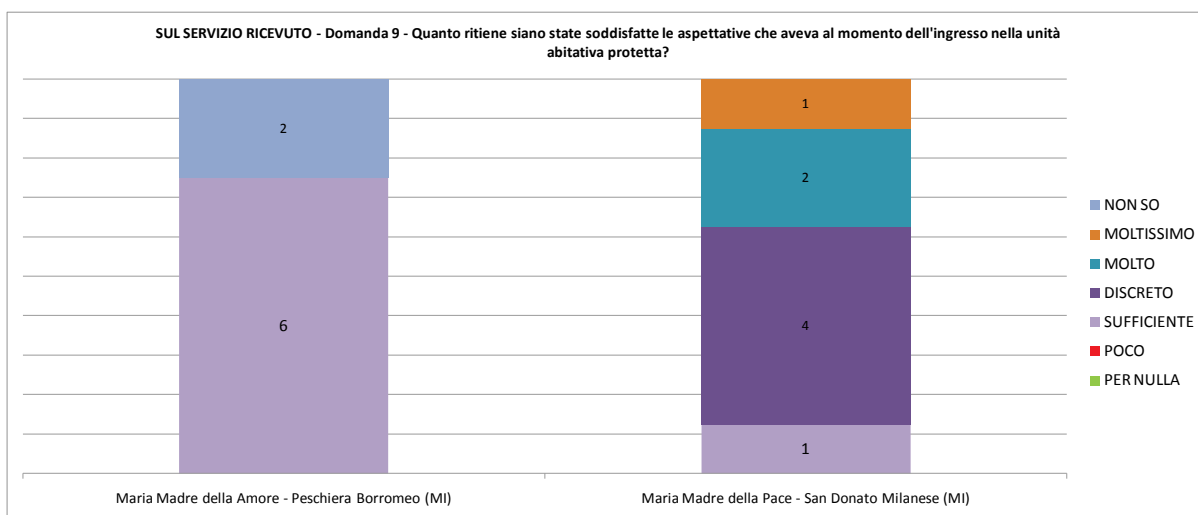
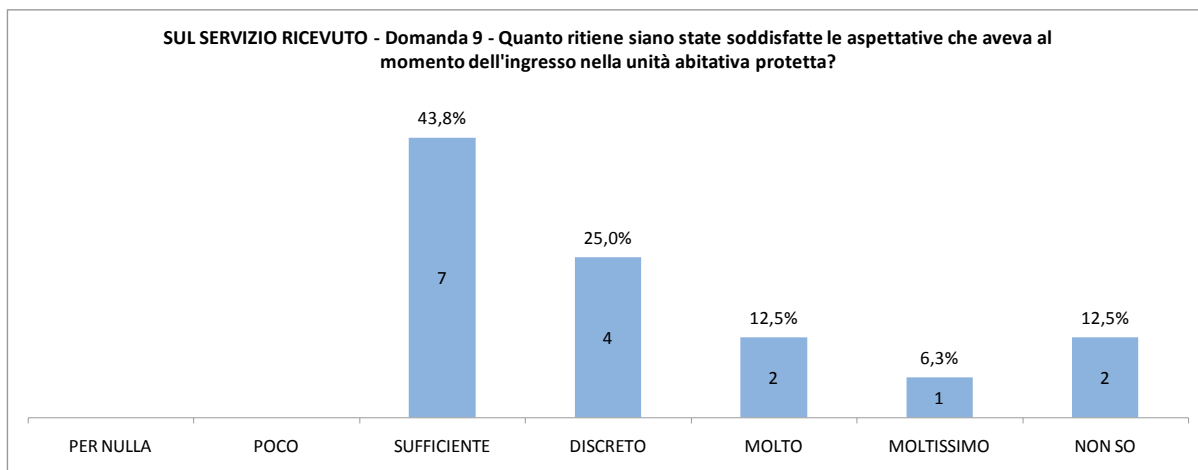
**SUL TRATTAMENTO RICEVUTO - Domanda 4 - In generale come valuta il tempo dedicato dagli operatori per il conseguimento del suo benessere psico-fisico?**

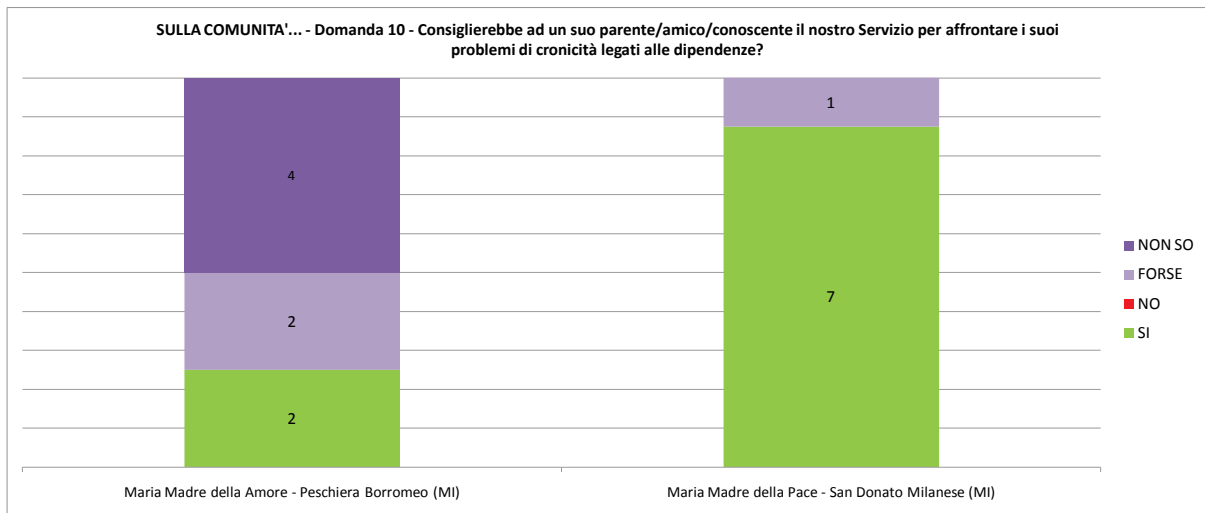




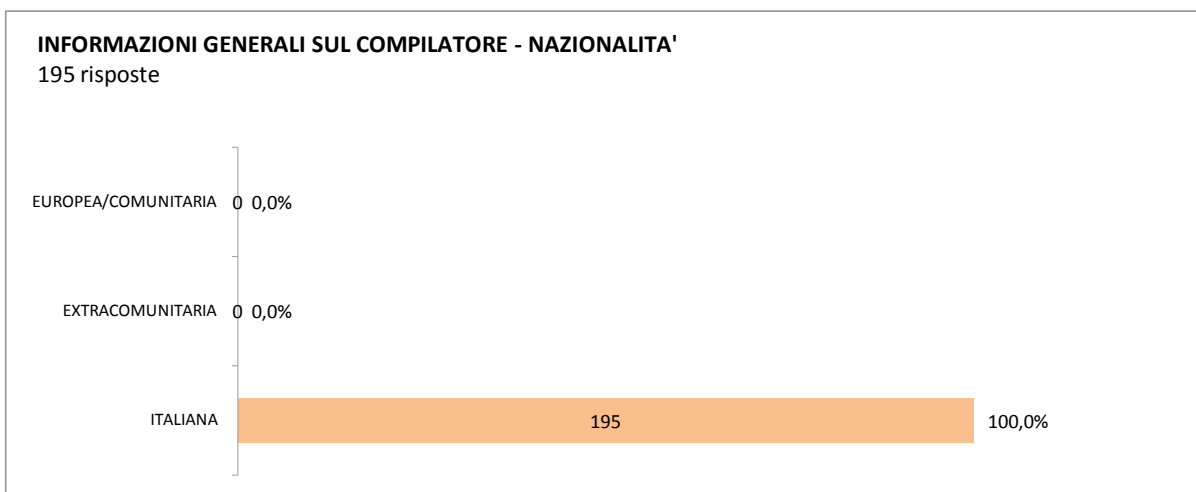
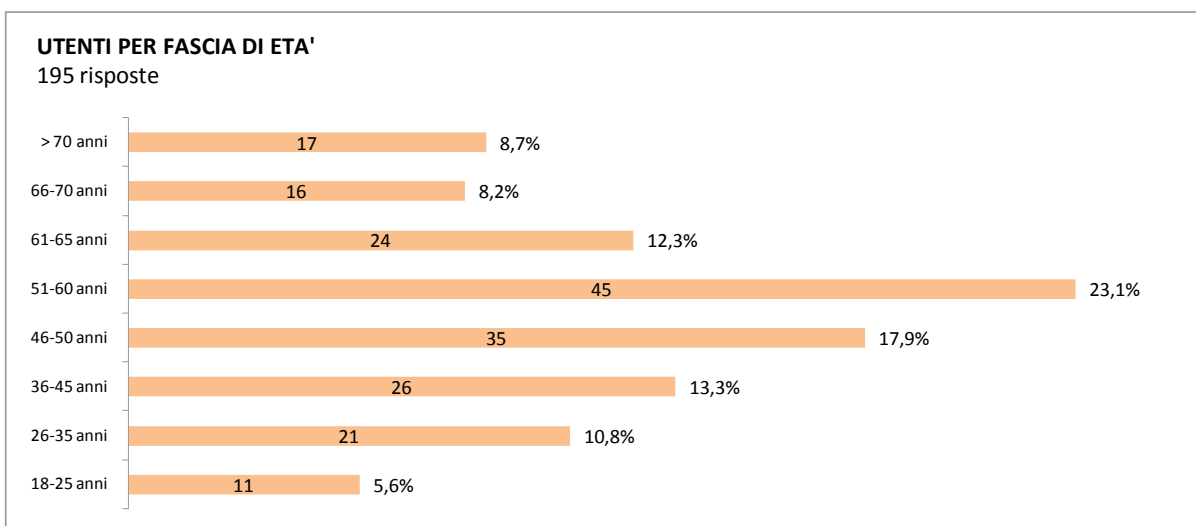
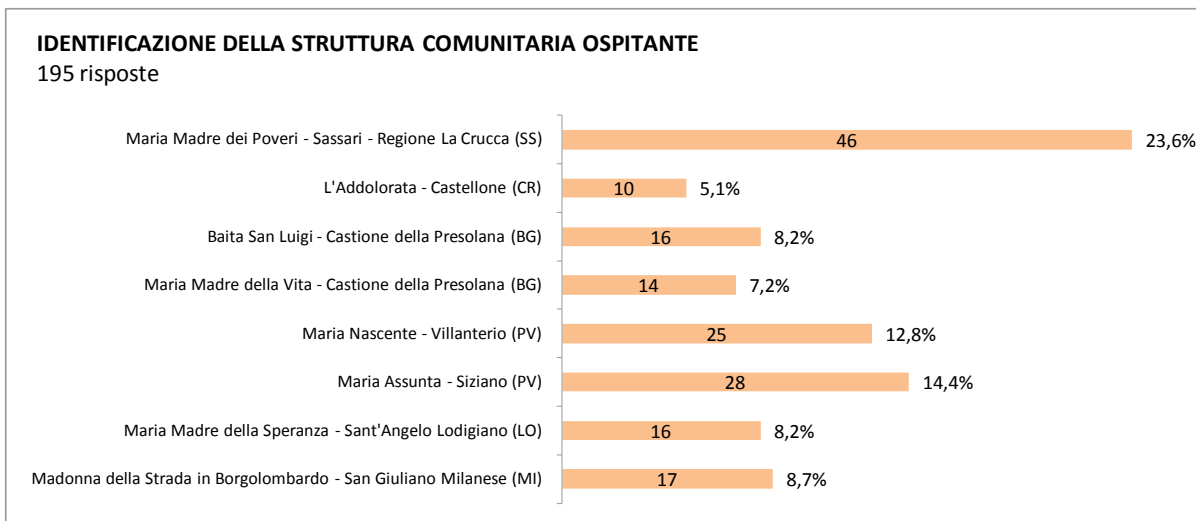






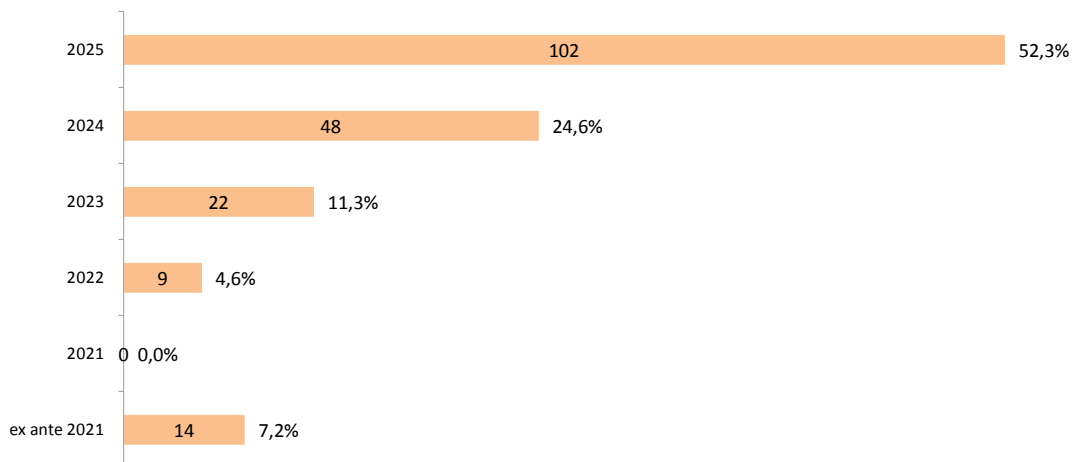


Risultati indagine di customer satisfaction Familiari utenza tipica (grafici)



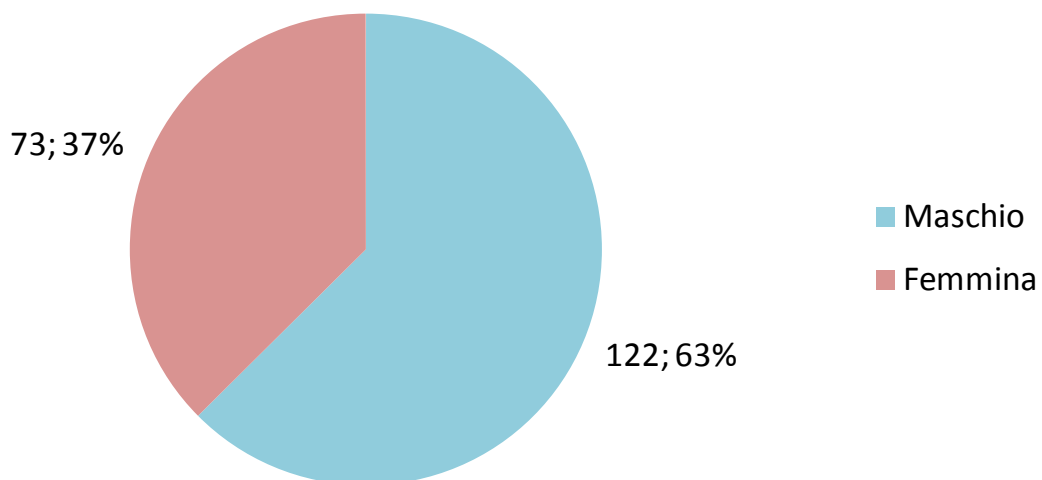
**ANNO INGRESSO IN COMUNITA' DEL PROPRIO FAMILIARE**

195 risposte



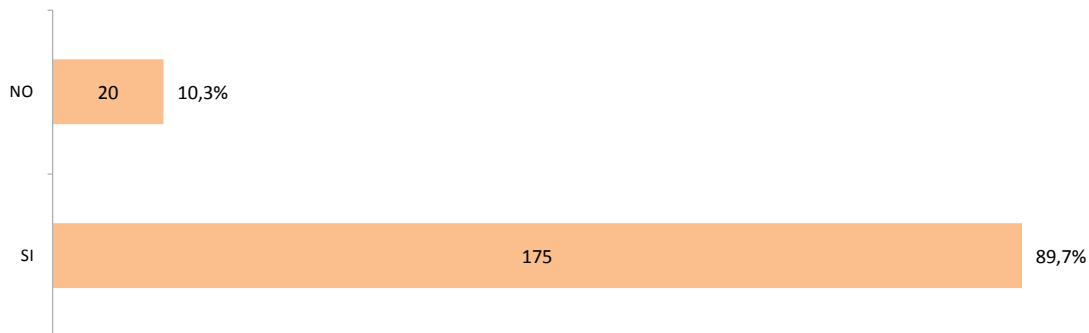
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - GENERE**

195 risposte

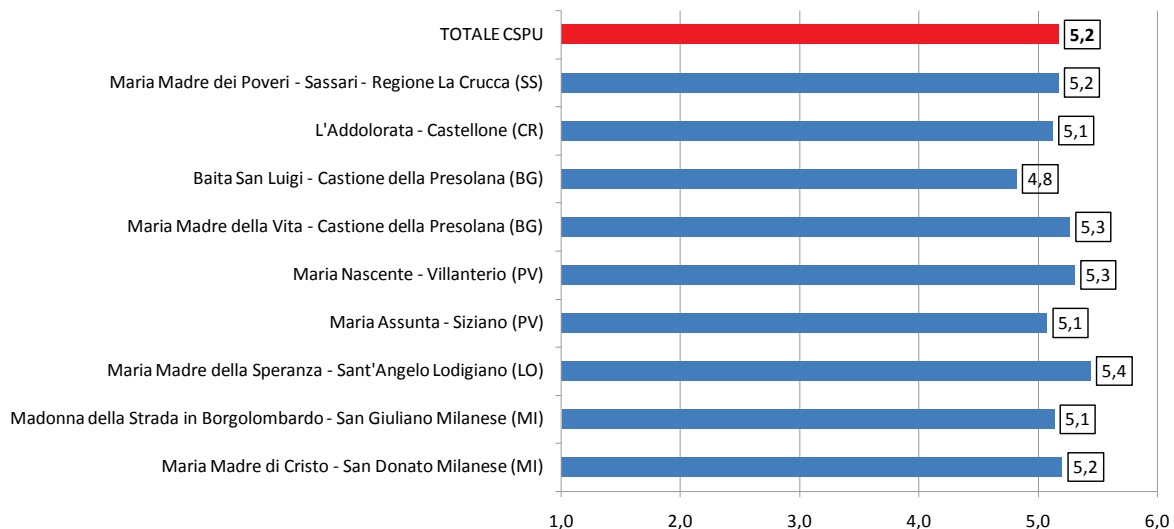


**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - PRESENZA ATTUALE DEL SUO FAMILIARE IN  
COMUNITA'**

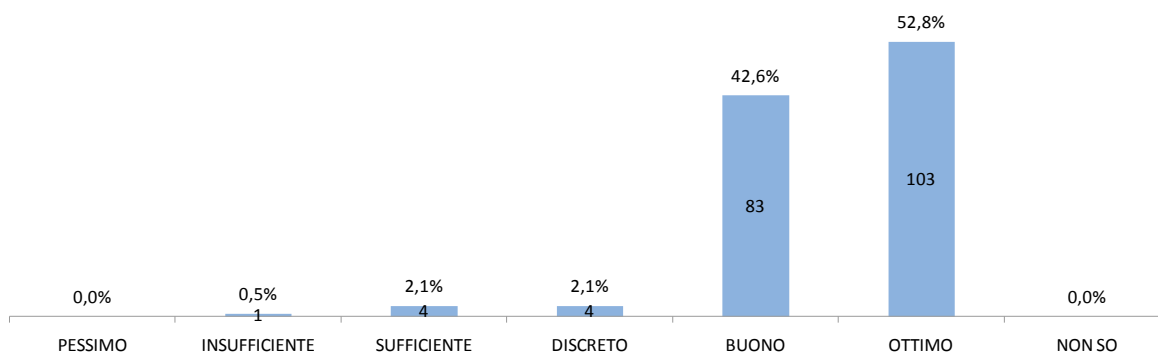
195 risposte



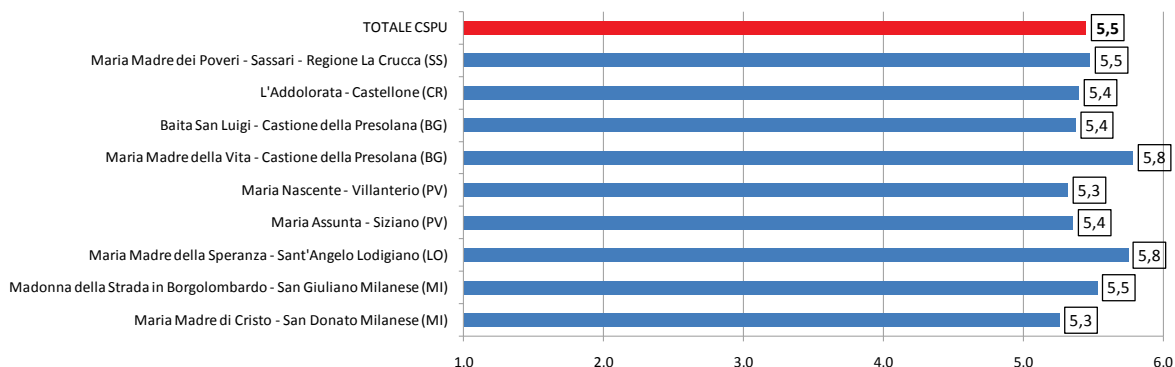
**Punteggio complessivo (da dom 1 a dom 14) - Valori medi**



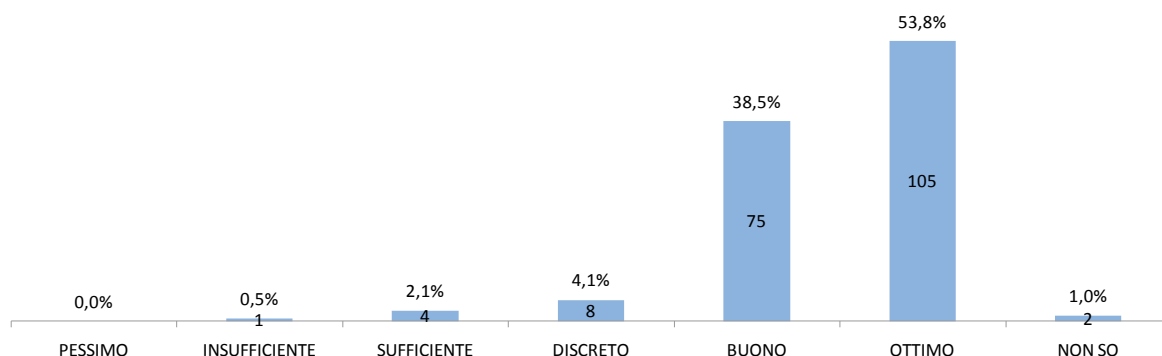
**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 1 - Come valuta la chiarezza e la completezza delle informazioni sul  
Programma Terapeutico del suo familiare?**



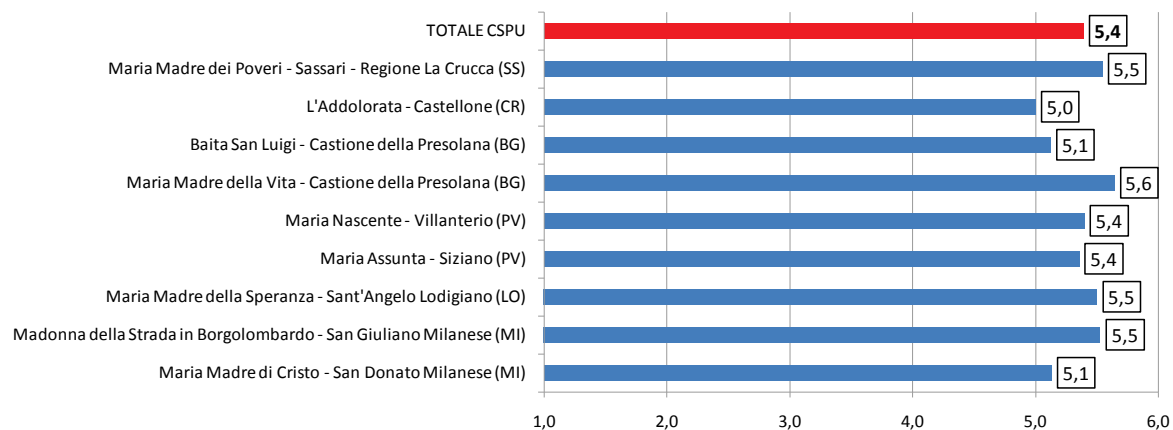
**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 1 - Come valuta la chiarezza e la completezza delle informazioni sul Programma Terapeutico del suo familiare? - Valori medi**

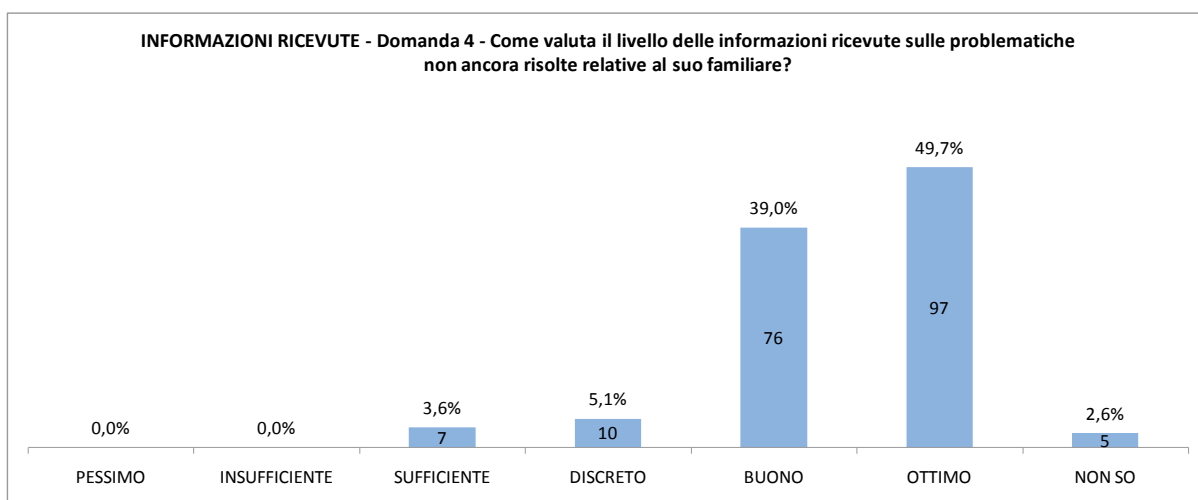
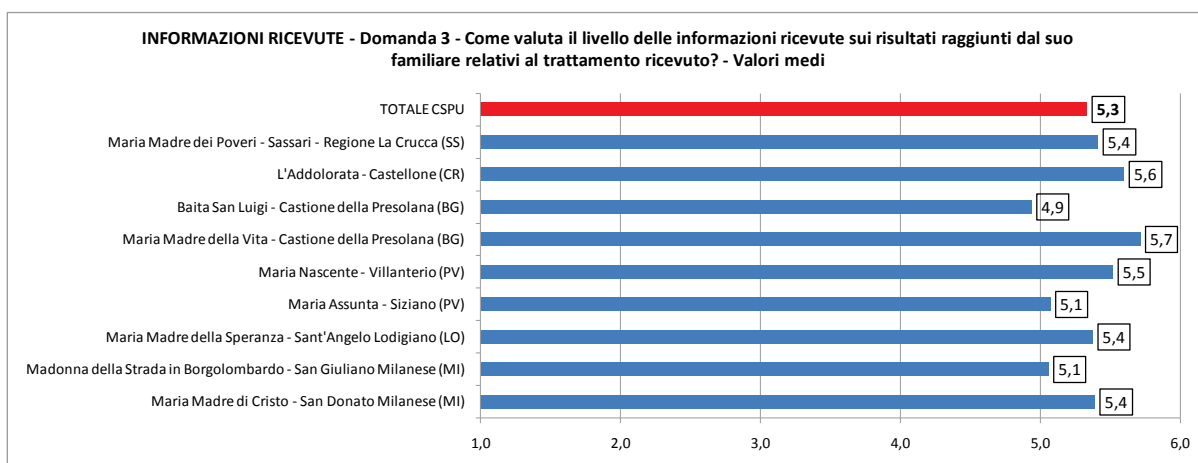
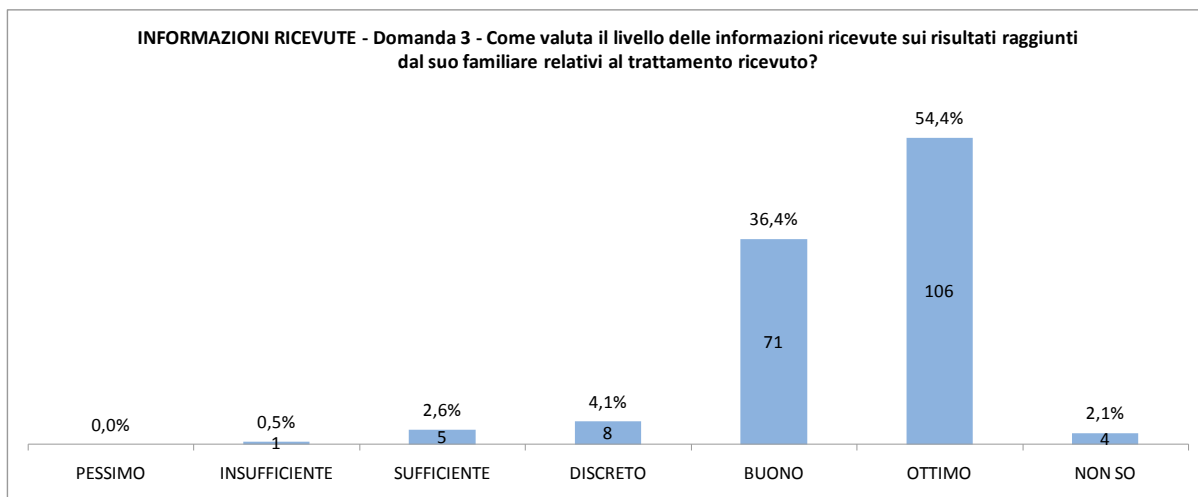


**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 2 - Come valuta il livello delle informazioni ricevute sullo stato di salute del suo familiare e sulle cure prestategli?**

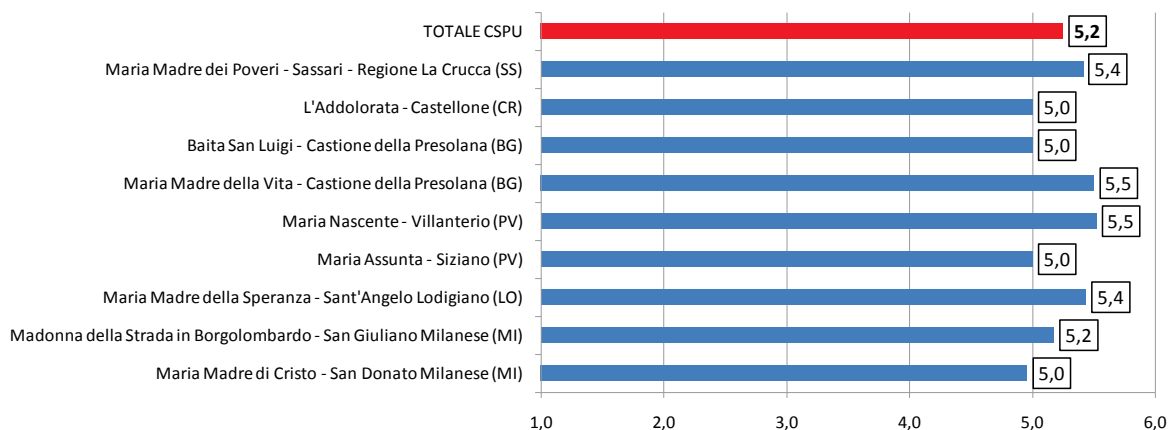


**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 2 - Come valuta il livello delle informazioni ricevute sullo stato di salute del suo familiare e sulle cure prestategli? - Valori medi**

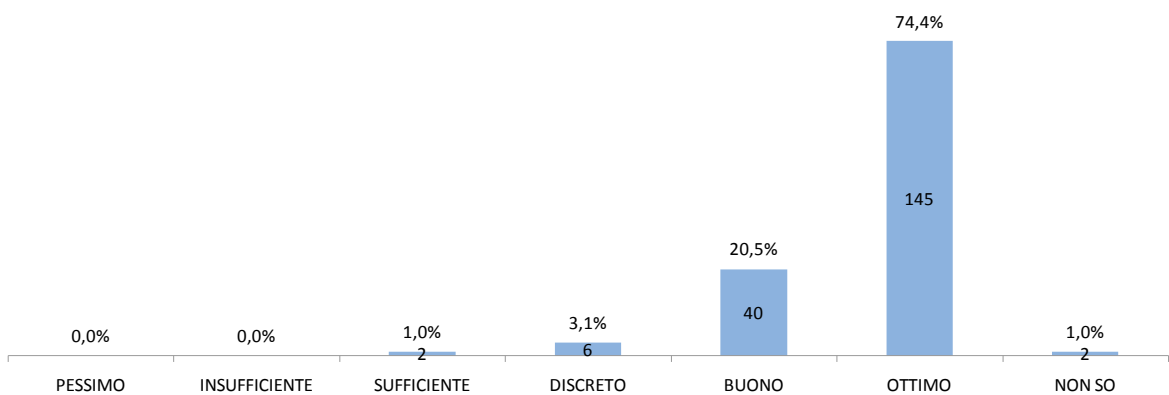




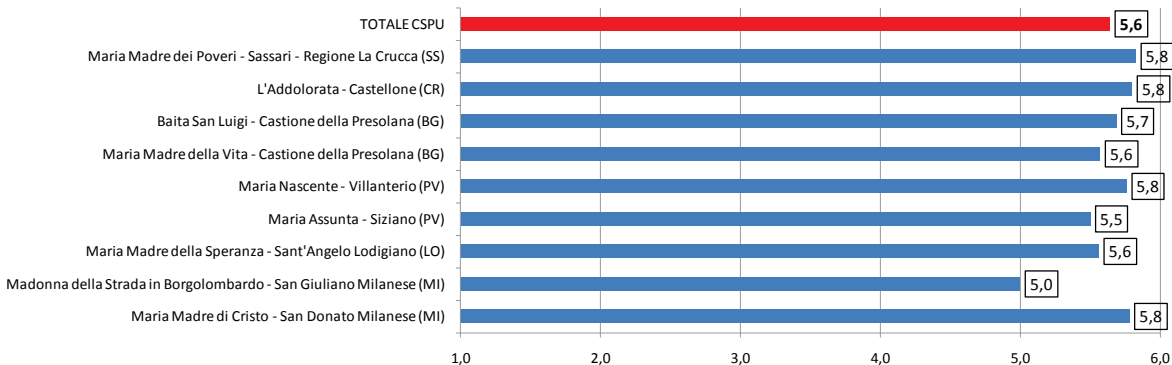
**INFORMAZIONI RICEVUTE - Domanda 4 - Come valuta il livello delle informazioni ricevute sulle problematiche non ancora risolte relative al suo familiare? - Valori medi**

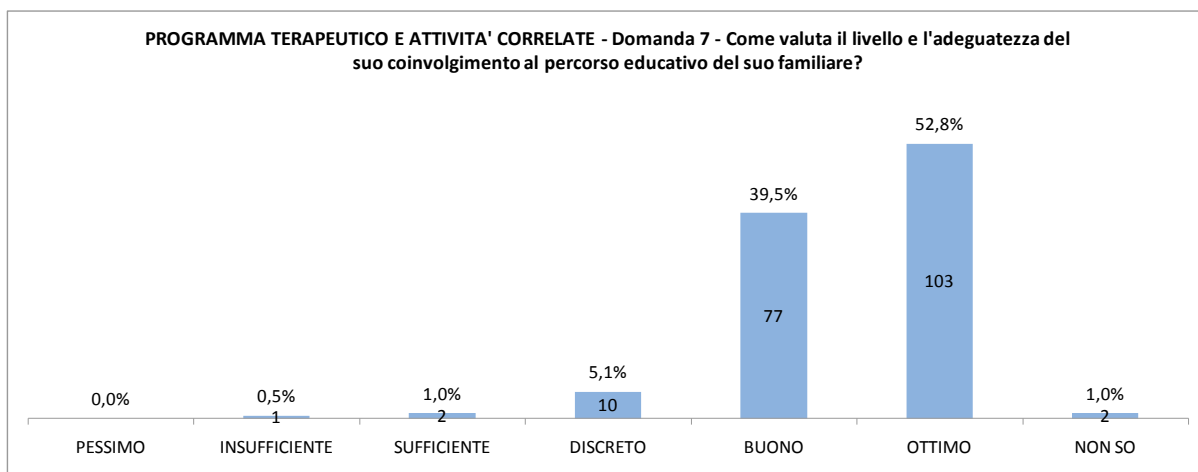
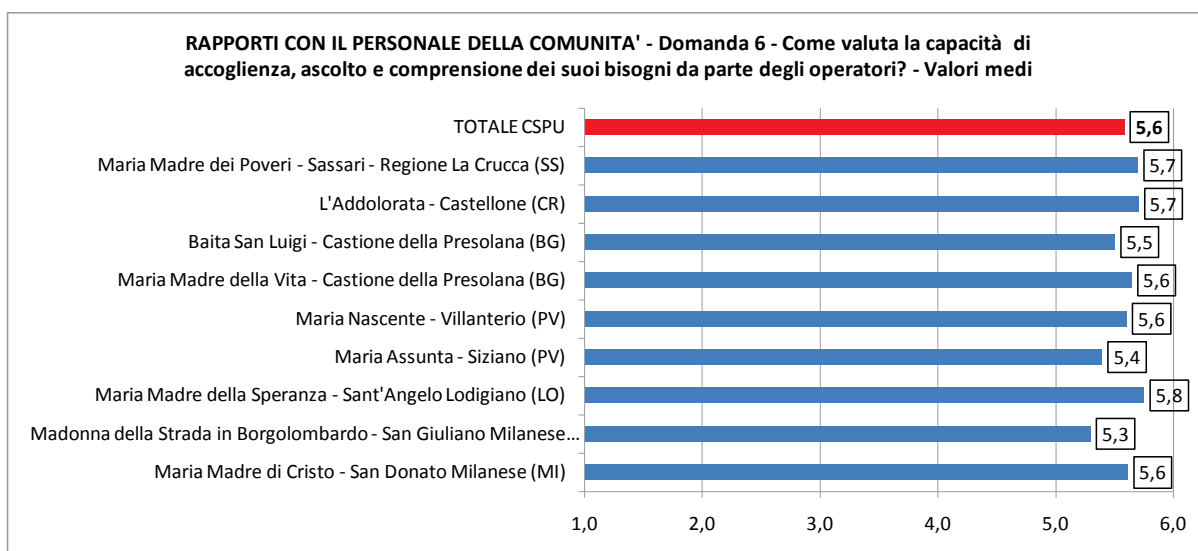
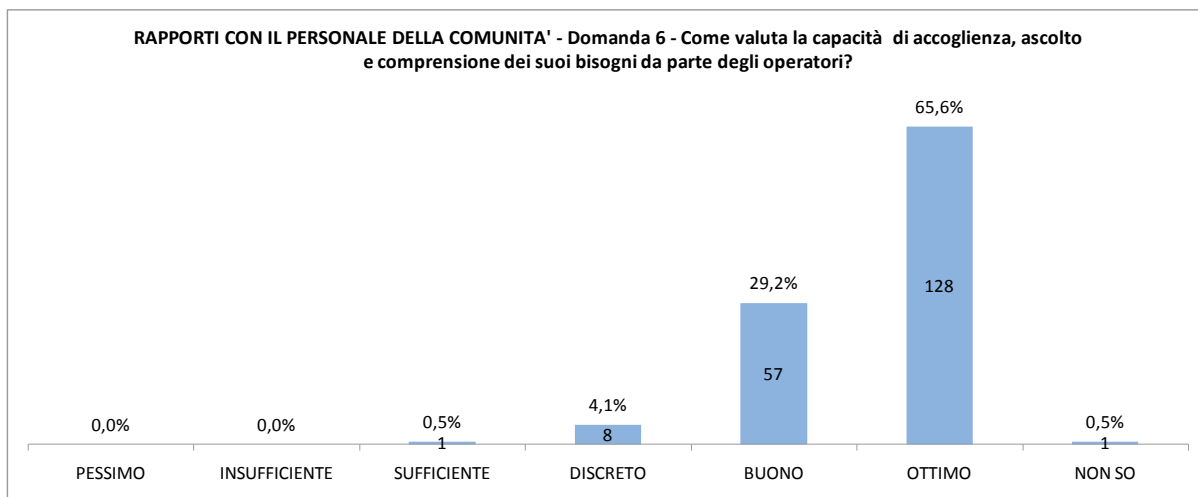


**RAPPORTI CON IL PERSONALE DELLA COMUNITA' - Domanda 5 - Come valuta la cordialità e disponibilità degli operatori?**

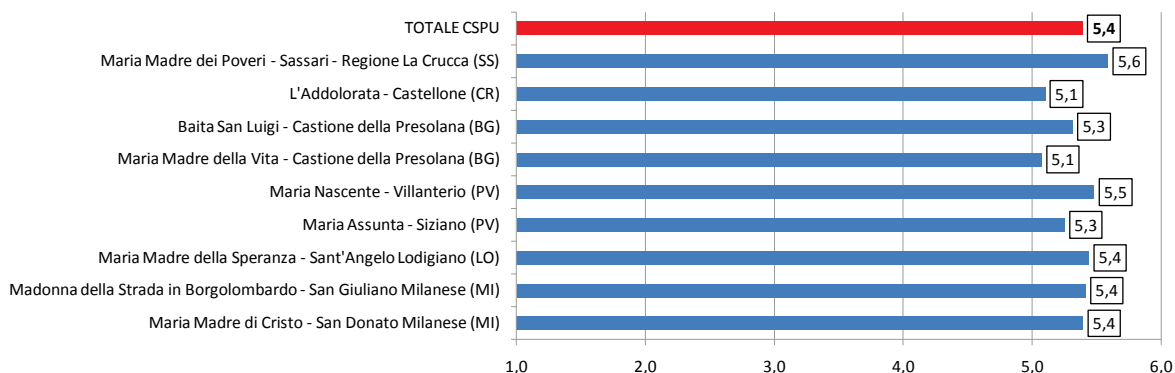


**RAPPORTI CON IL PERSONALE DELLA COMUNITA' - Domanda 5 - Come valuta la cordialità e disponibilità degli operatori? - Valori medi**

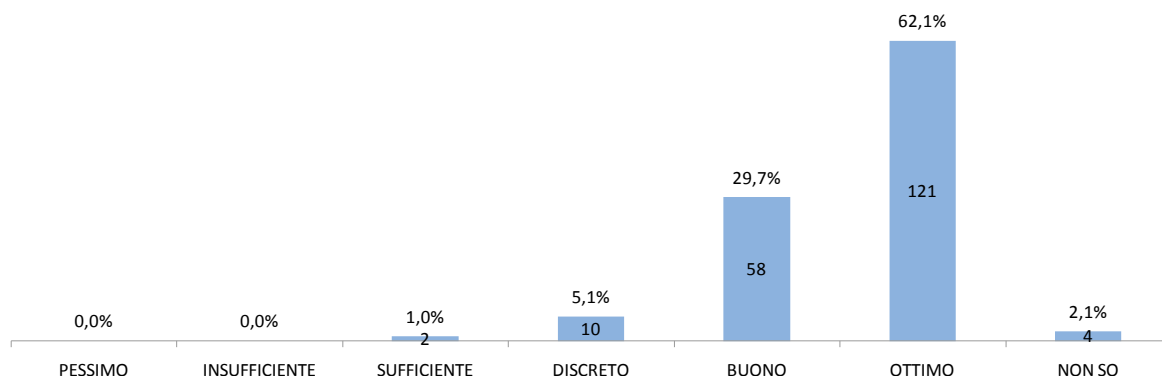




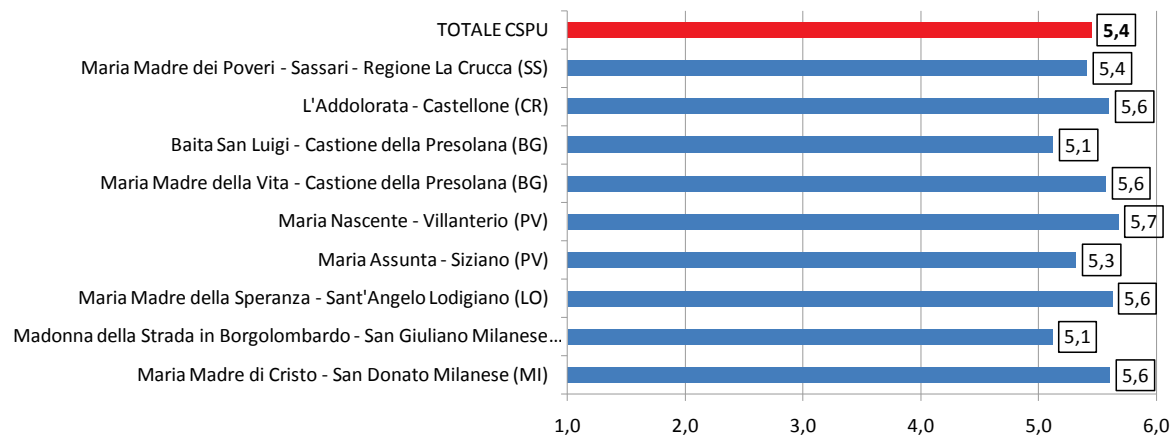
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 7 - Come valuta il livello e l'adeguatezza del suo coinvolgimento al percorso educativo del suo familiare? - Valori medi**

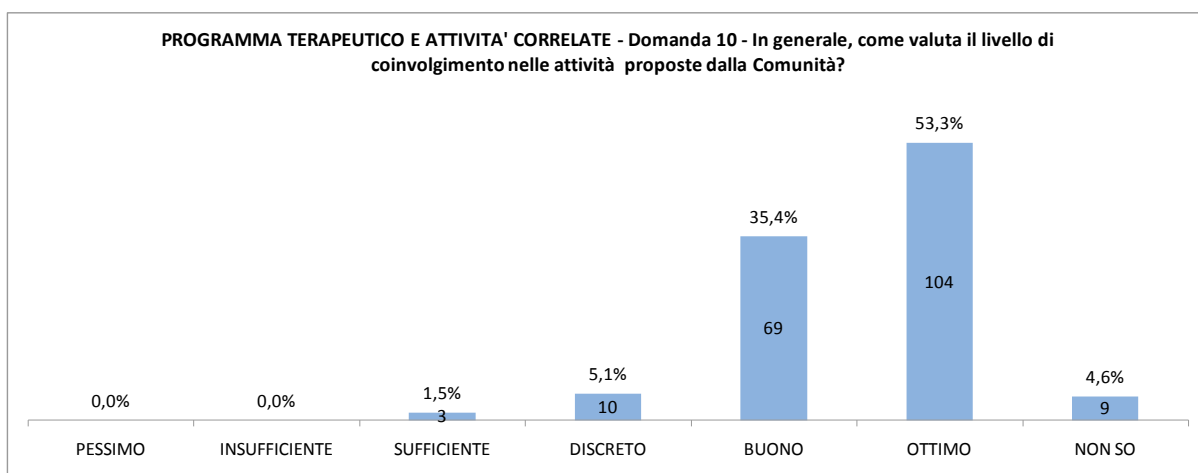
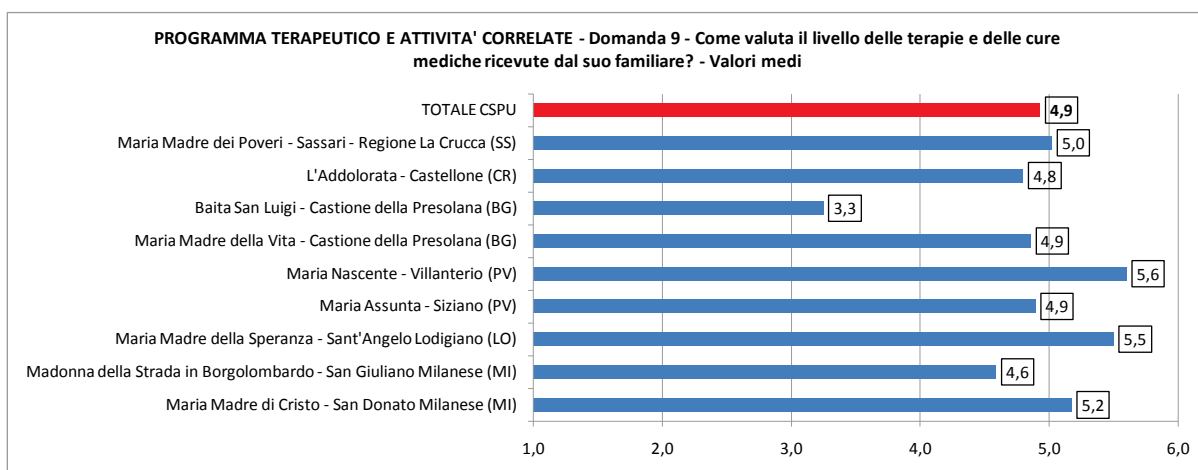
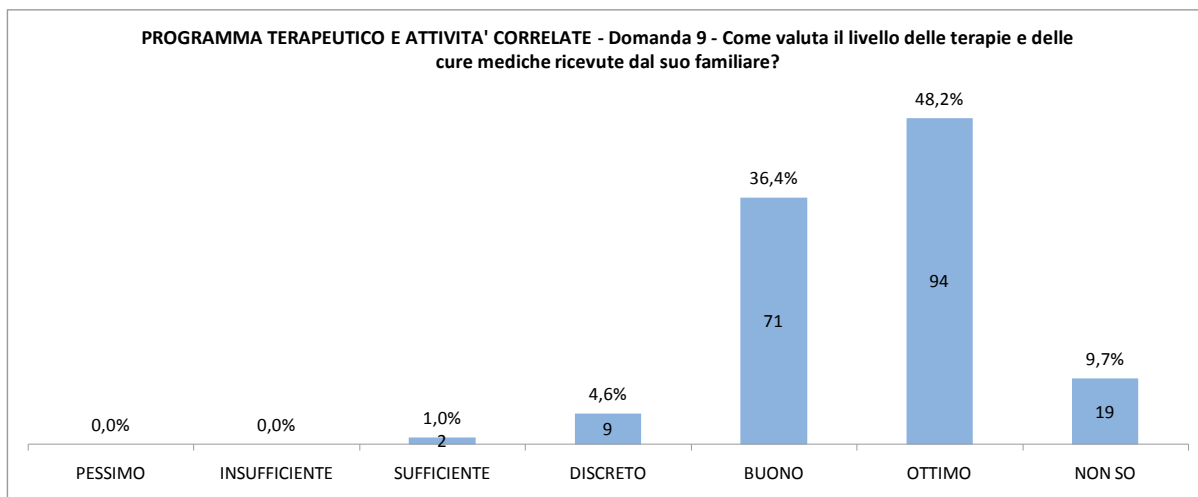


**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 8 - Qual è il suo livello di fiducia nei confronti del Programma terapeutico previsto per il suo familiare?**

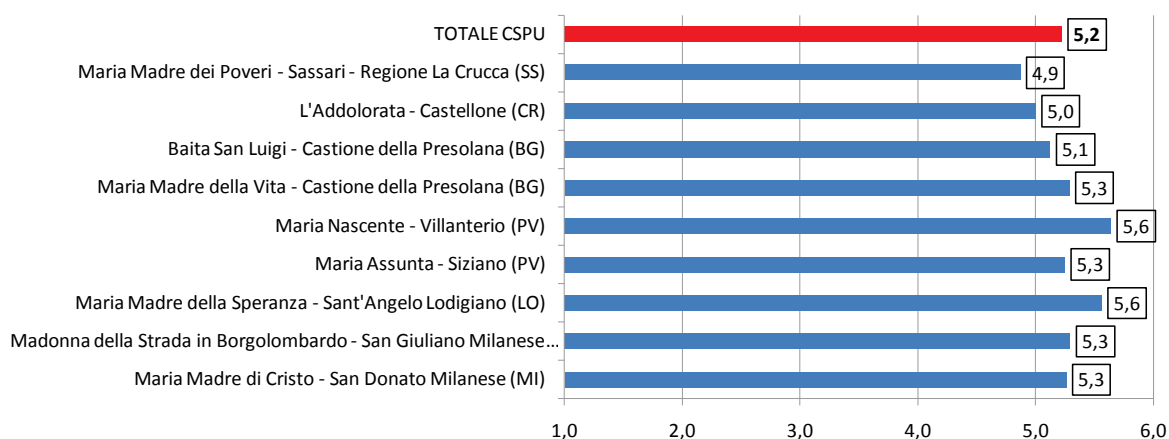


**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 8 - Qual è il suo livello di fiducia nei confronti del Programma terapeutico previsto per il suo familiare? - Valori medi**

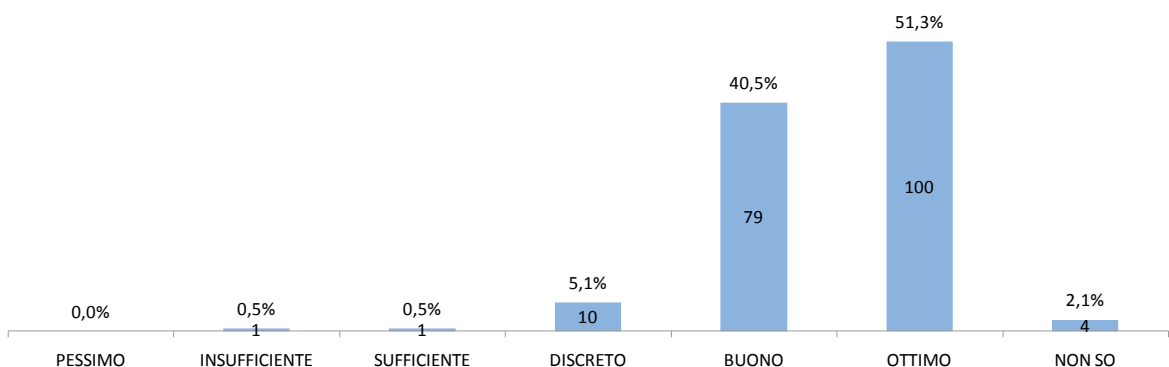




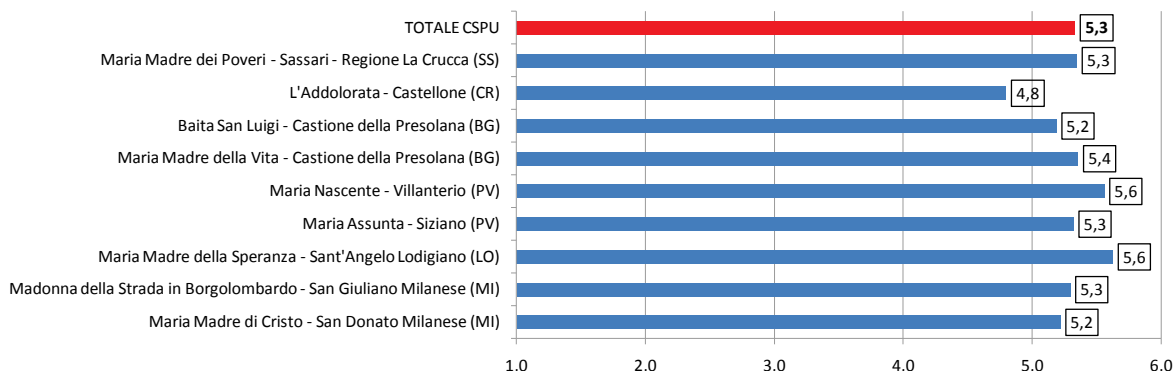
**PROGRAMMA TERAPEUTICO E ATTIVITA' CORRELATE - Domanda 10 - In generale, come valuta il livello di coinvolgimento nelle attività proposte dalla Comunità? - Valori medi**

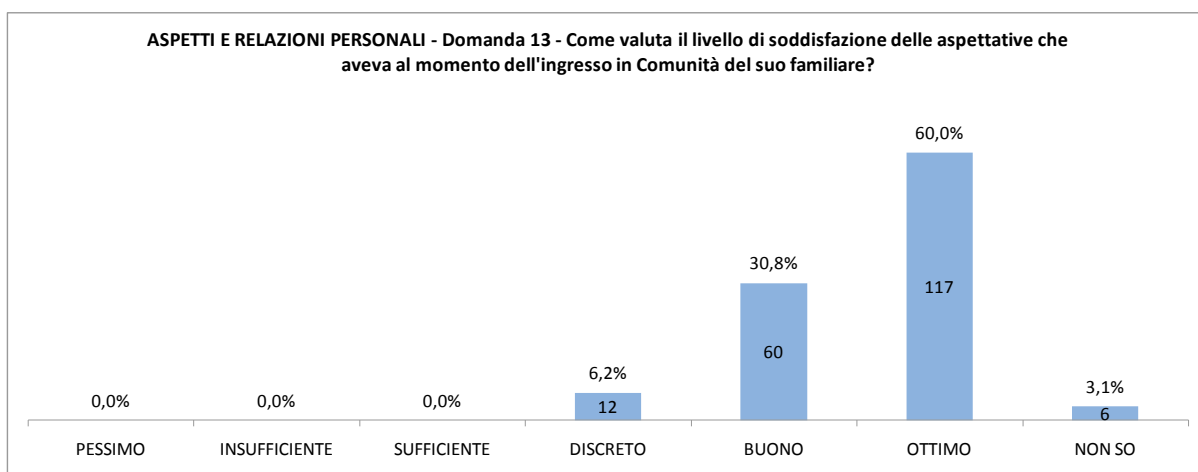
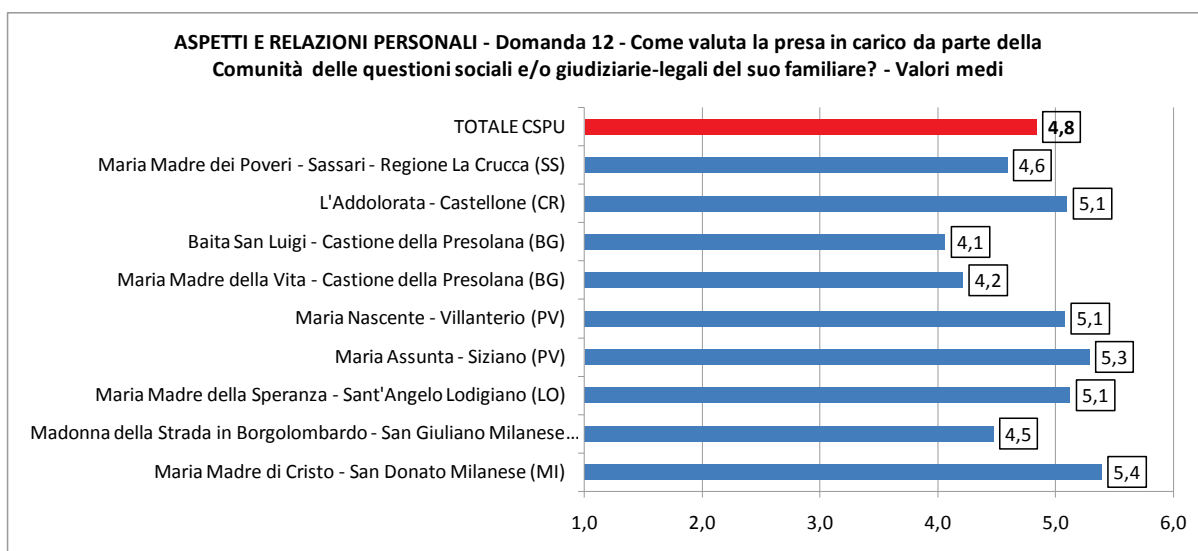
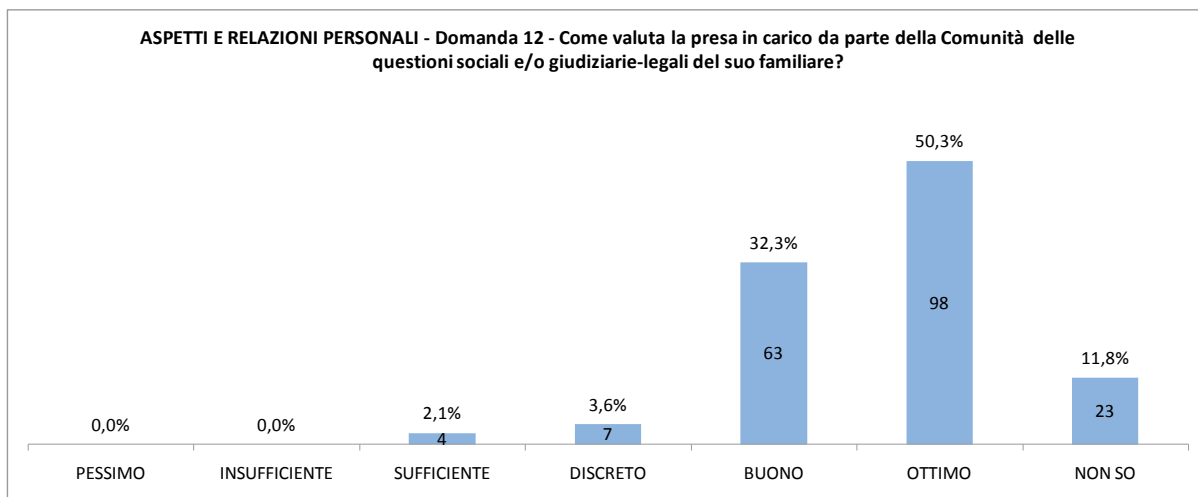


**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 11 - Come valuta il livello dei rapporti (di relazione e contatto) con il suo familiare organizzati dalla Comunità?**

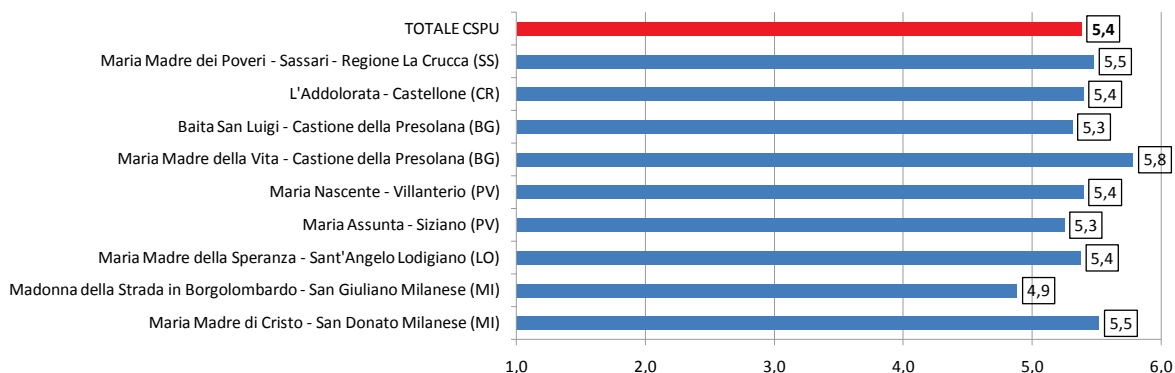


**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 11 - Come valuta il livello dei rapporti (di relazione e contatto) con il suo familiare organizzati dalla Comunità? - Valori medi**

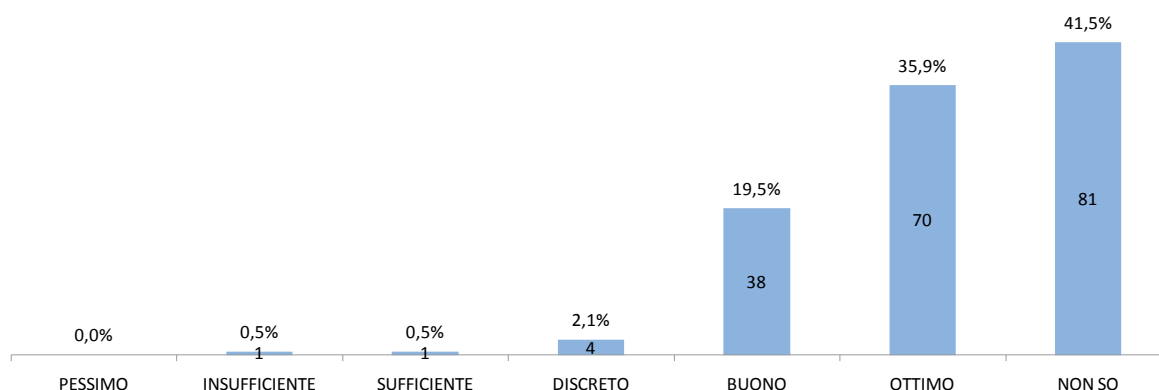




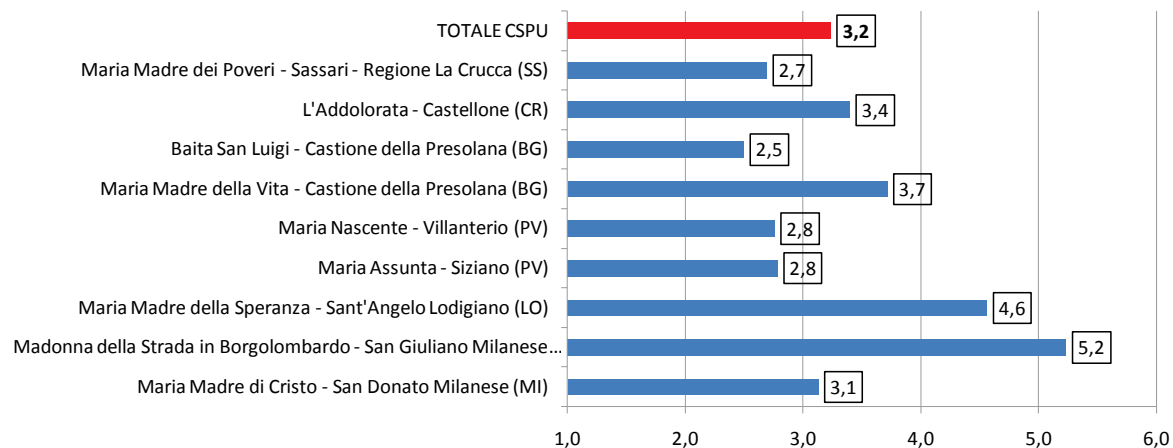
**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 13 - Come valuta il livello di soddisfazione delle aspettative che aveva al momento dell'ingresso in Comunità del suo familiare? - Valori medi**

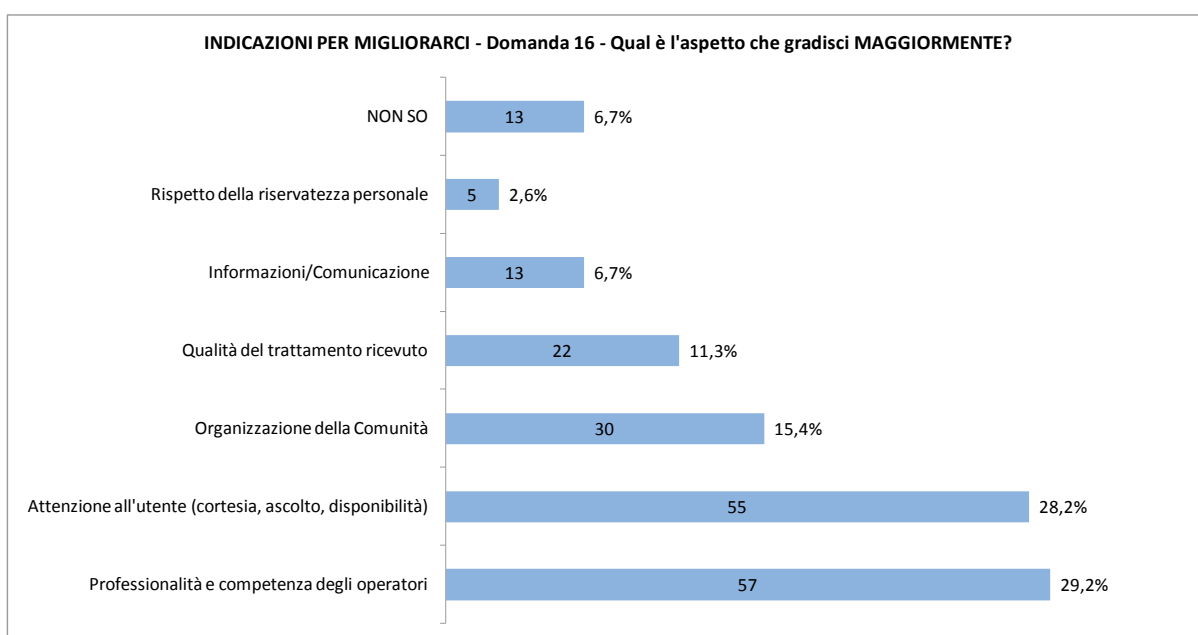
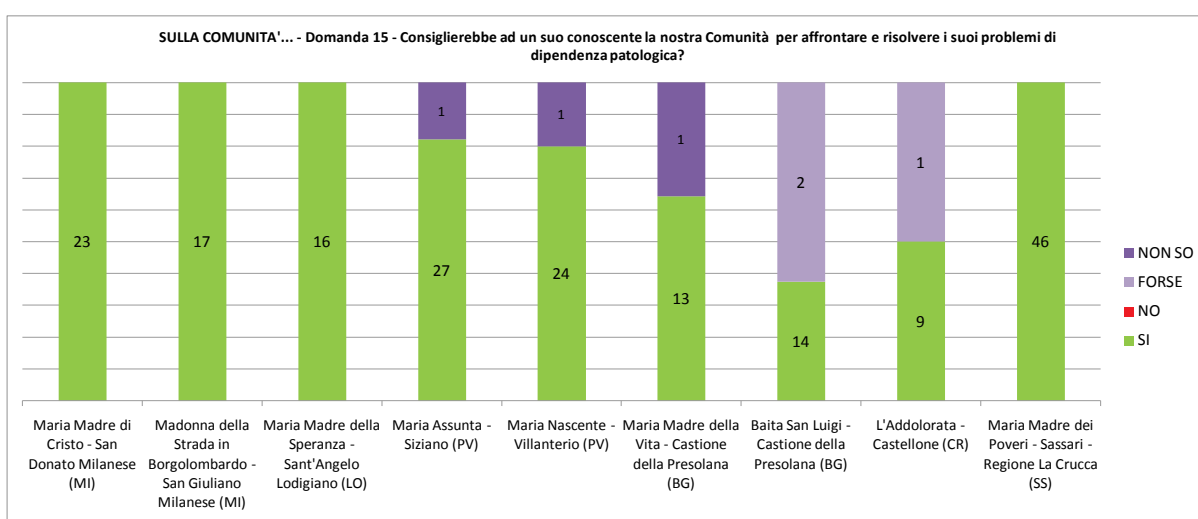
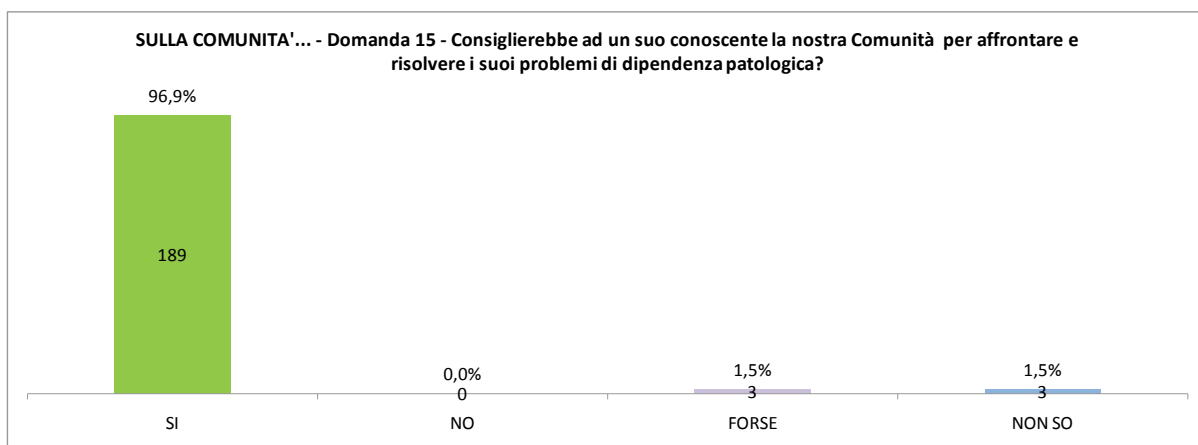


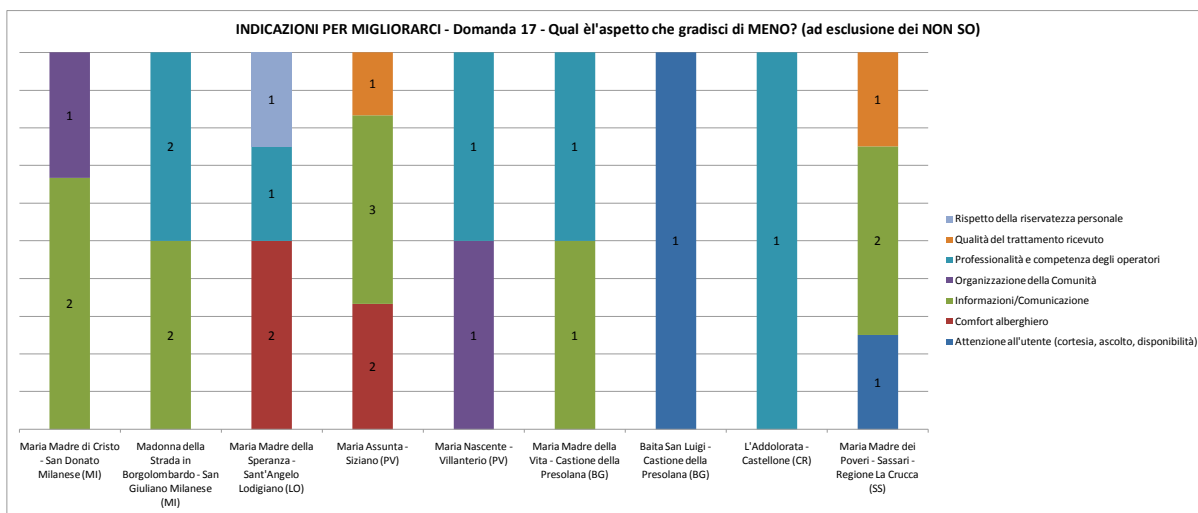
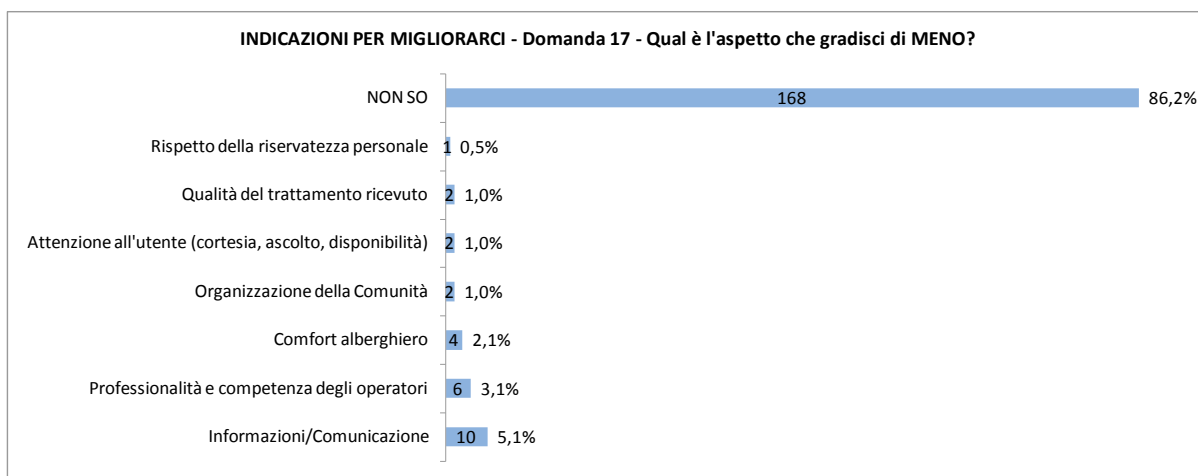
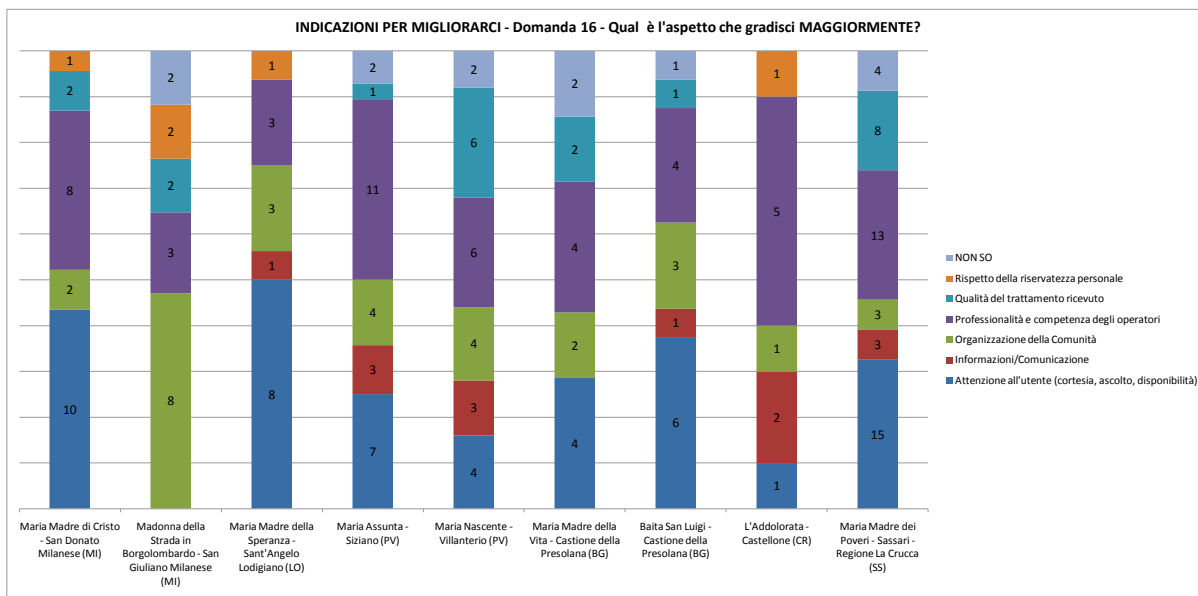
**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 14 - Come valuta la presenza e vicinanza di Promozione Umana dopo il termine del Programma terapeutico del suo familiare?**



**ASPETTI E RELAZIONI PERSONALI - Domanda 14 - Come valuta la presenza e vicinanza di Promozione Umana dopo il termine del Programma terapeutico del suo familiare? - Valori medi**



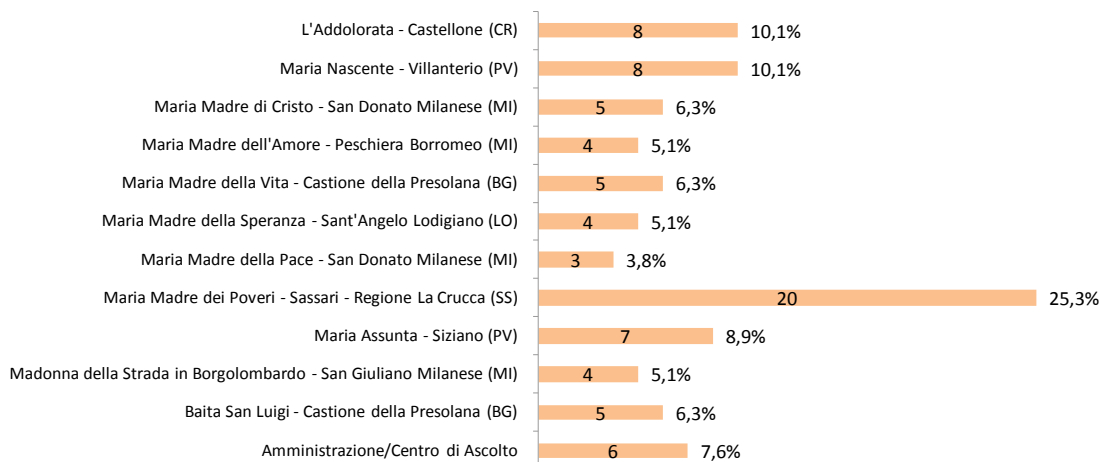




Analisi del clima aziendale (grafici)

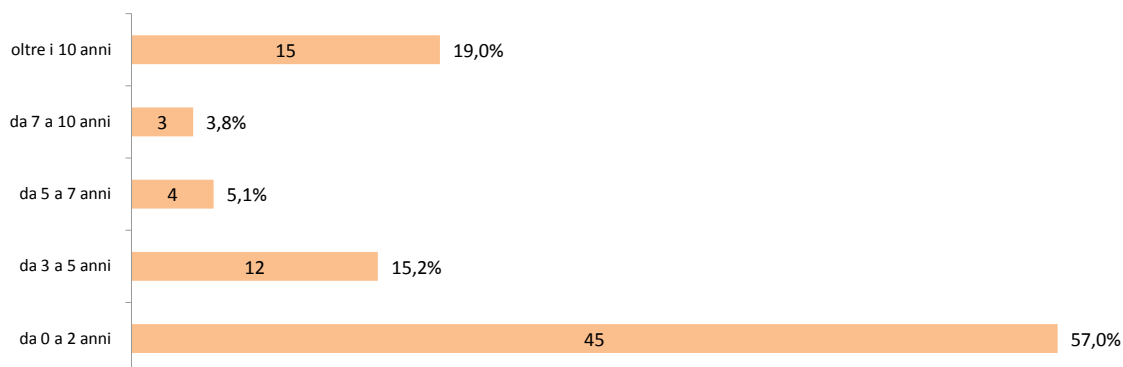
**IDENTIFICAZIONE DELLA STRUTTURA COMUNITARIA/AZIENDALE**

79 risposte



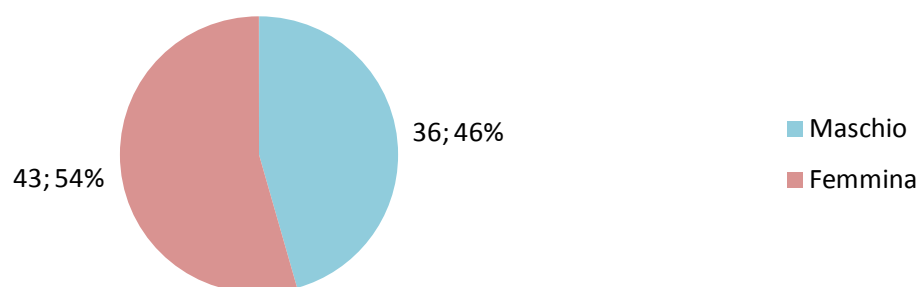
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - ANZIANITA' DI SERVIZIO**

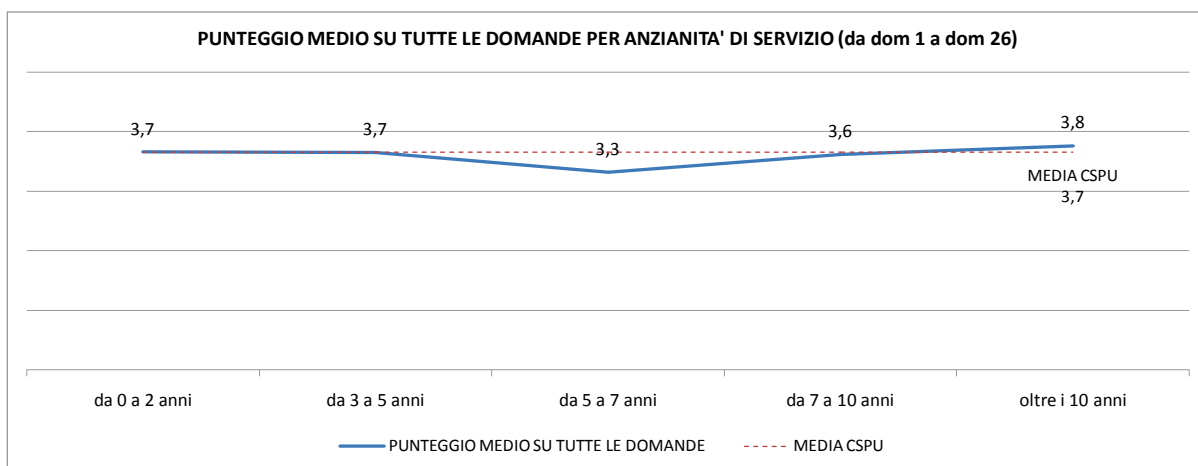
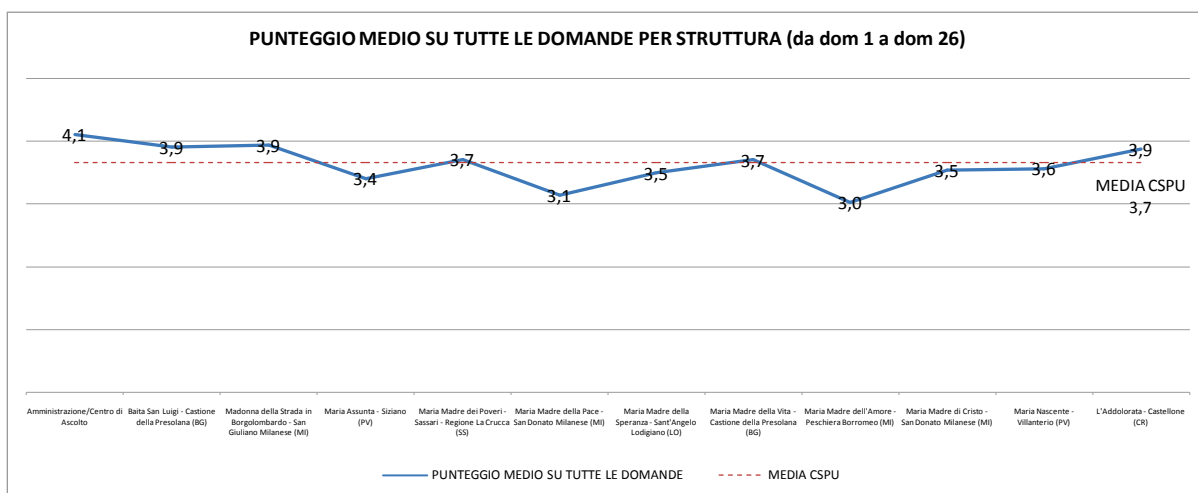
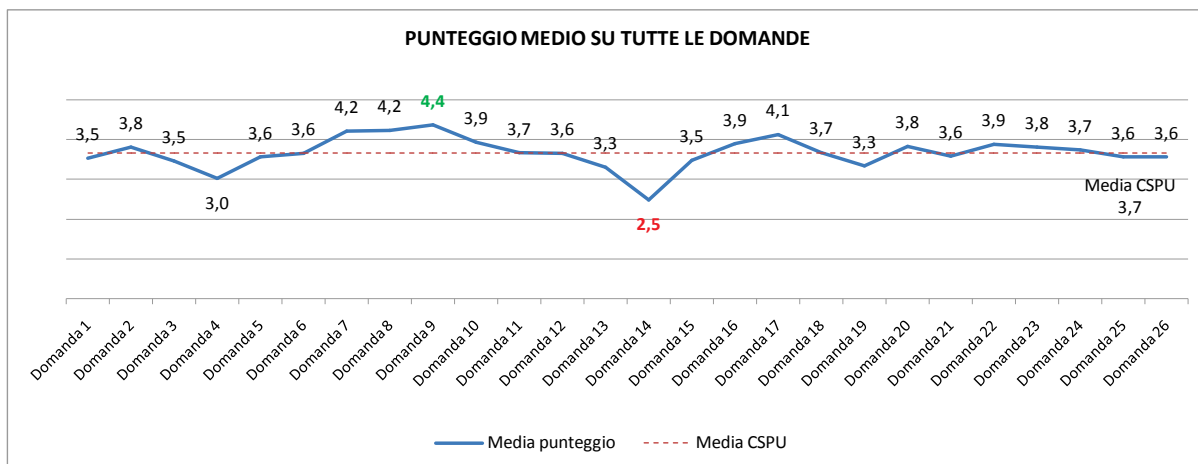
79 risposte



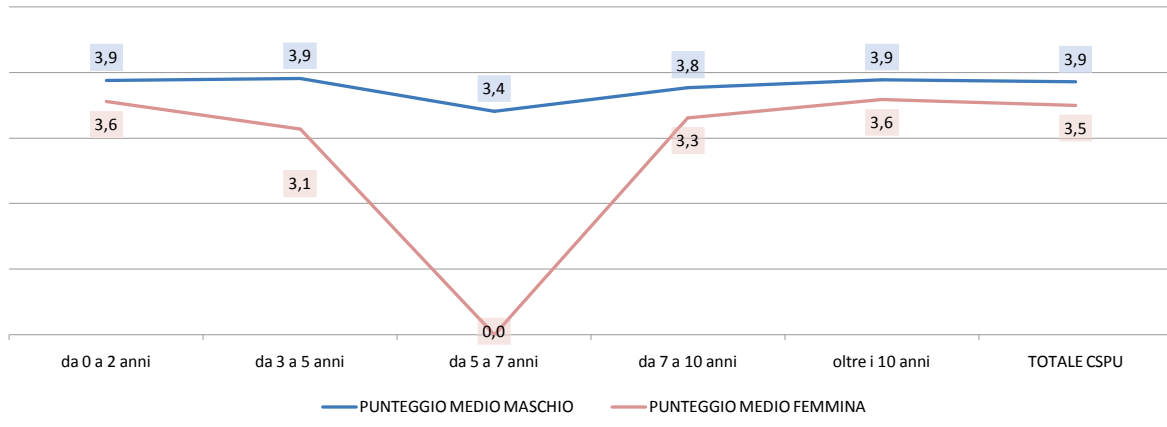
**INFORMAZIONI GENERALI SUL COMPILATORE - GENERE**

79 risposte

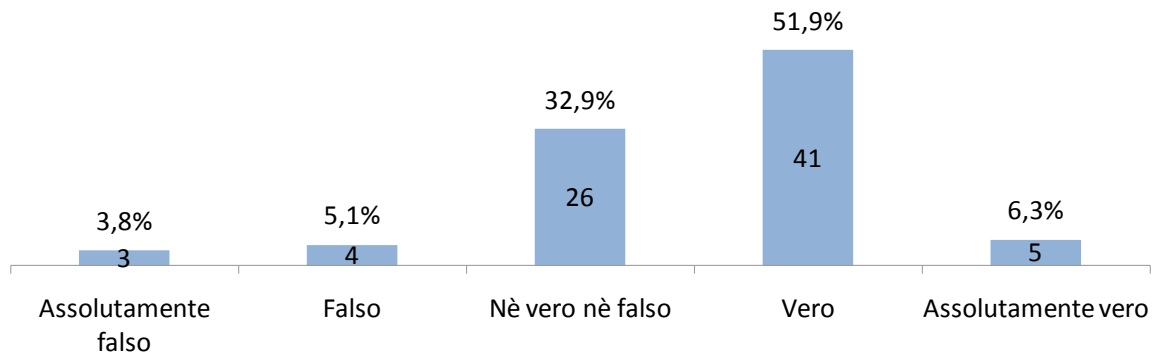




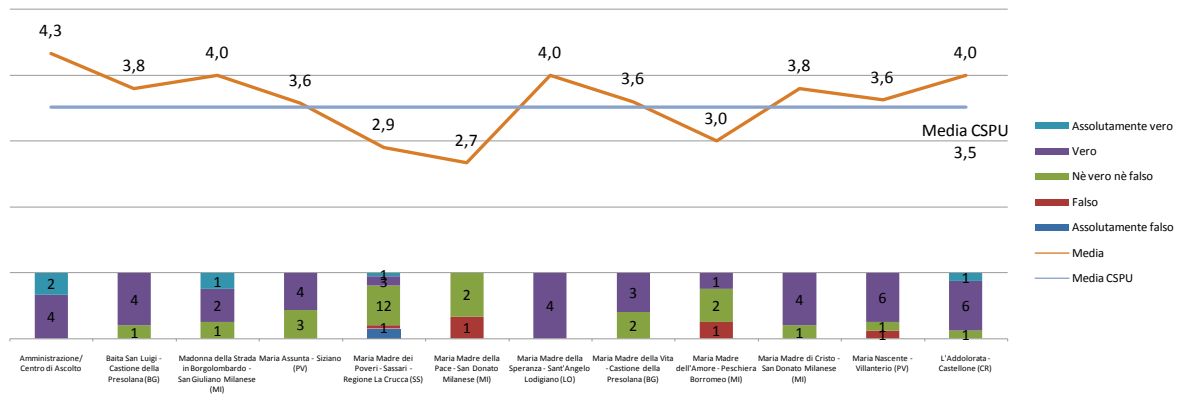
**PUNTEGGIO MEDIO SU TUTTE LE DOMANDE PER GENERE E ANZIANITA' DI SERVIZIO (da dom 1 a dom 26)**



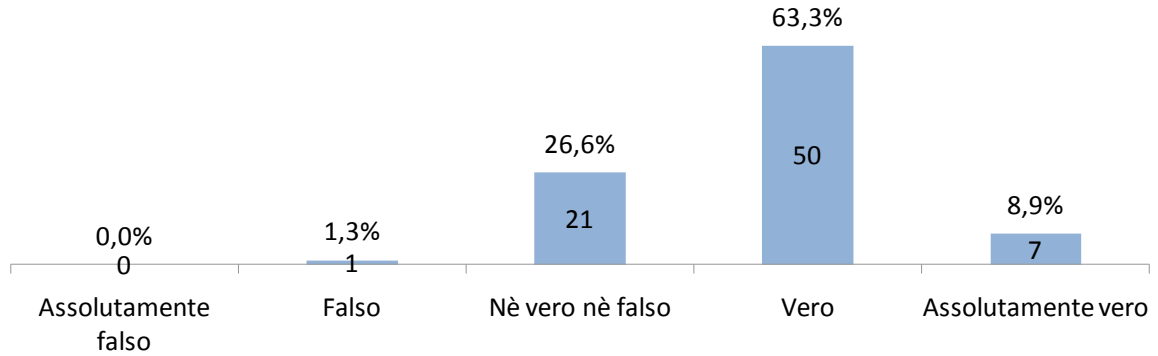
**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 1 – All'interno del gruppo/equipe è facile riuscire a prendere una decisione**



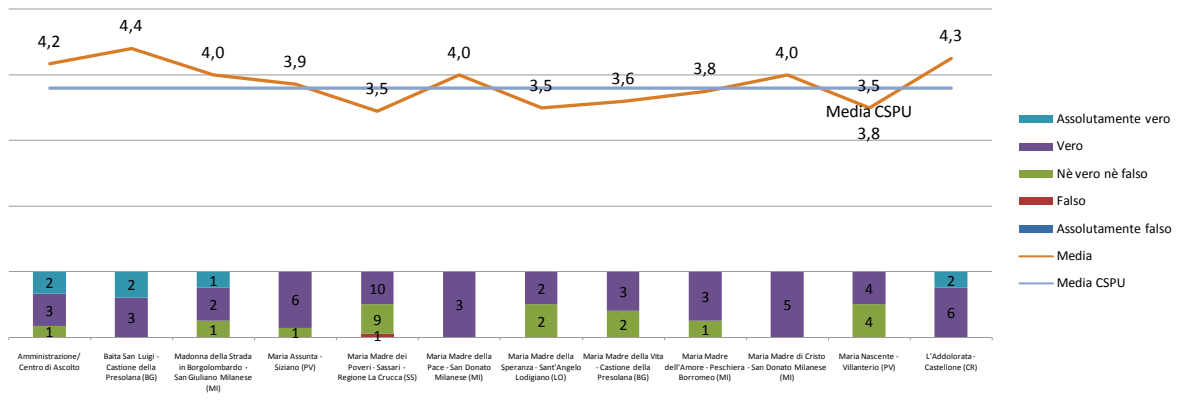
**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 1 – All'interno del gruppo/equipe è facile riuscire a prendere una decisione**



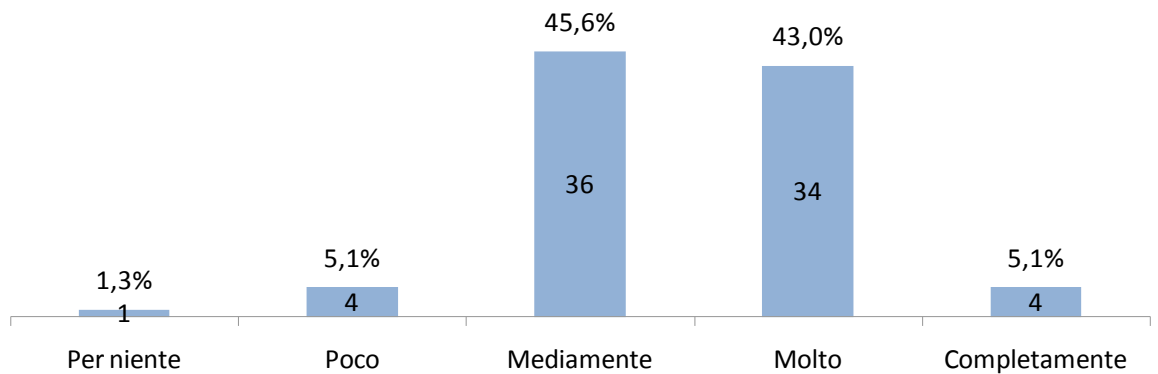
**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 2 – I componenti del gruppo/equipe sono amichevoli l'uno con l'altro**

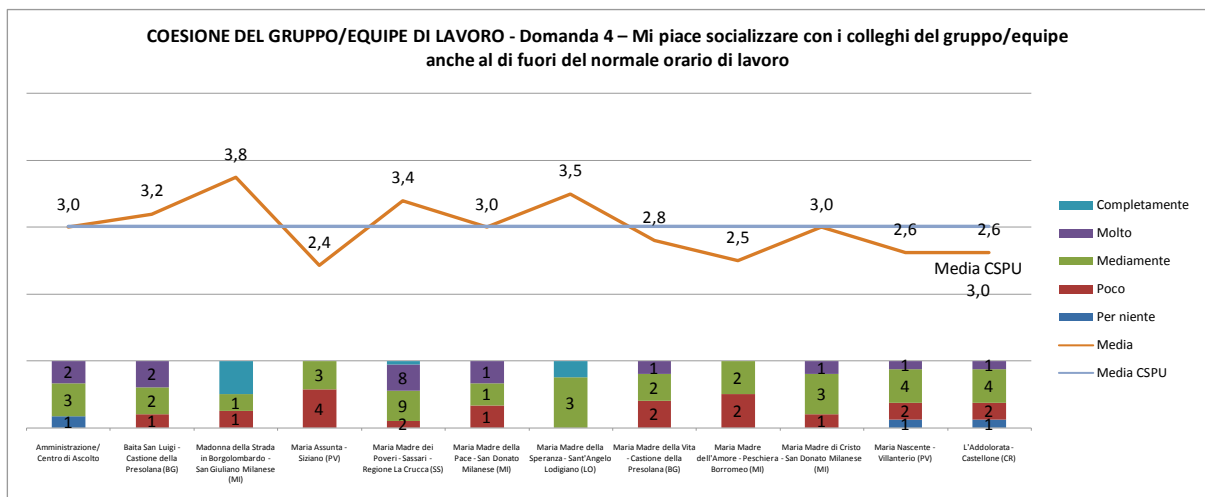
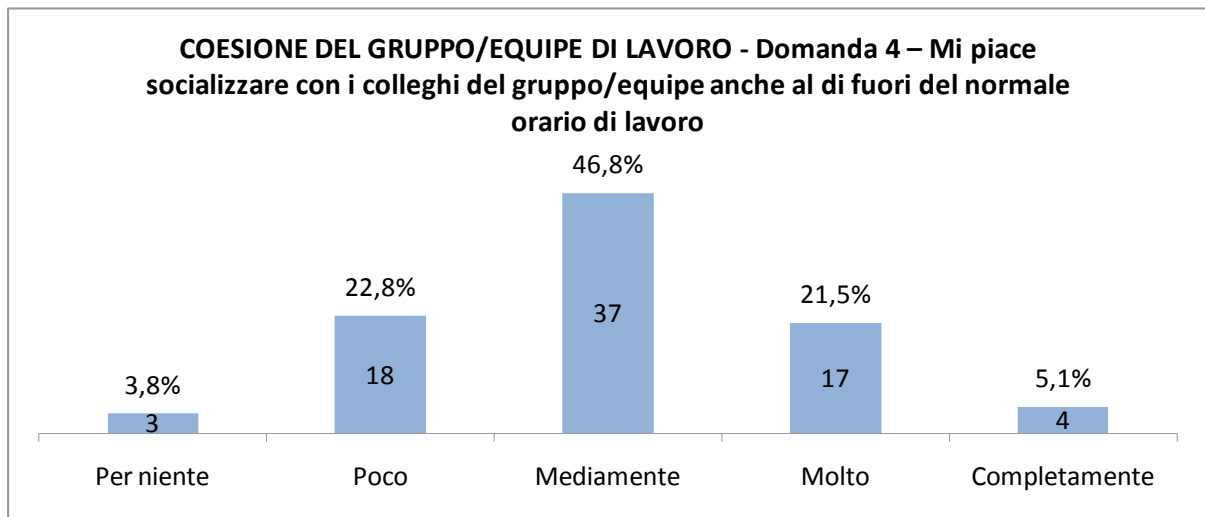
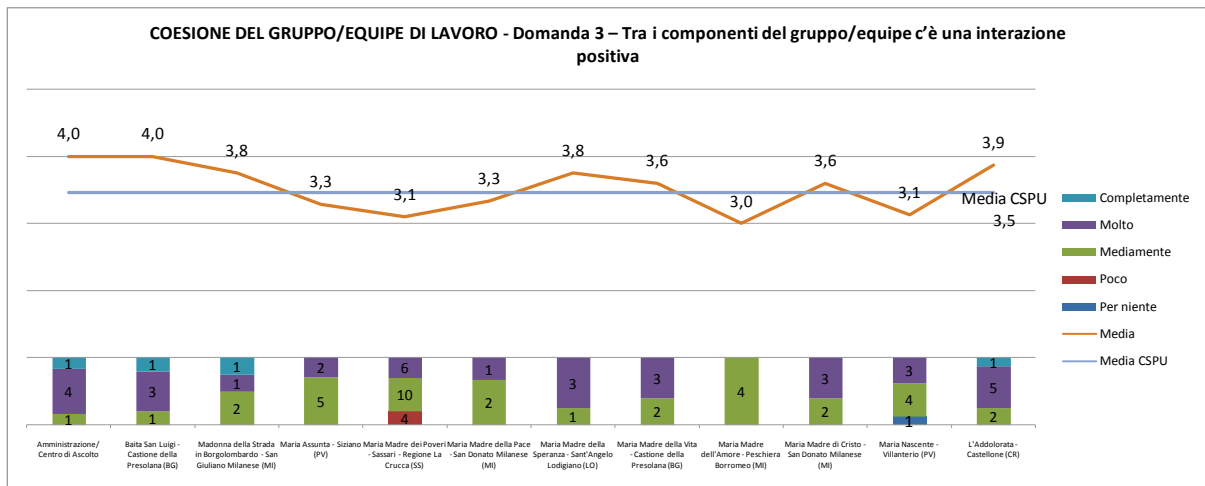


**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 2 – I componenti del gruppo/equipe sono amichevoli l'uno con l'altro**

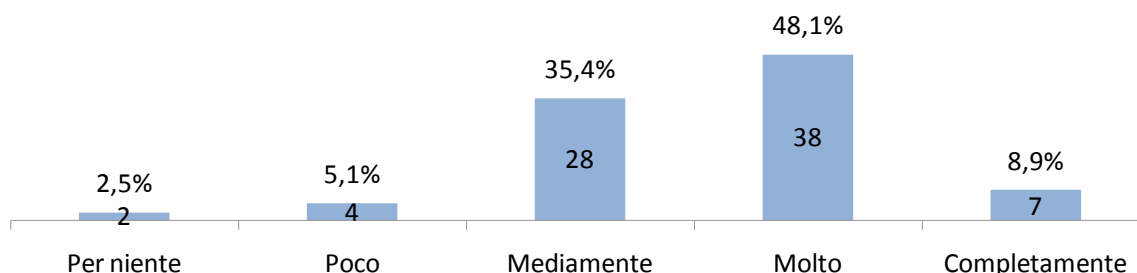


**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 3 – Tra i componenti del gruppo/equipe c'è una interazione positiva**

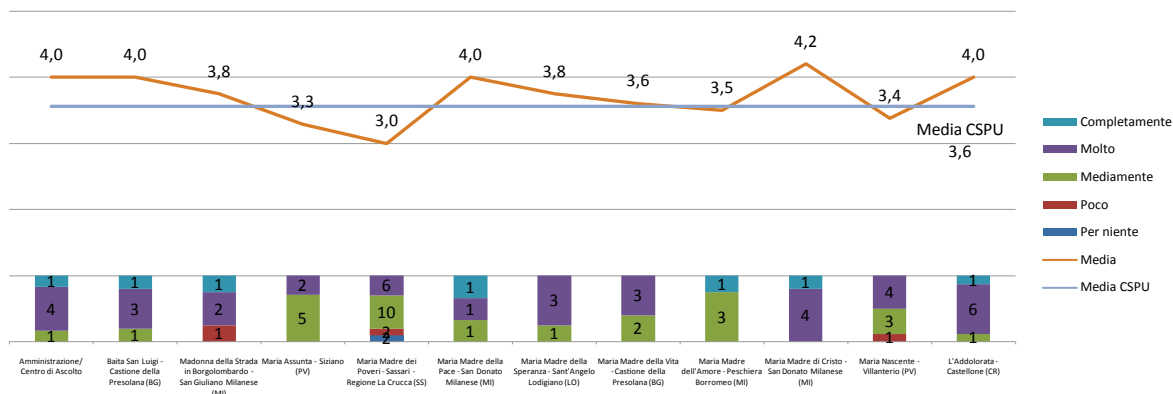




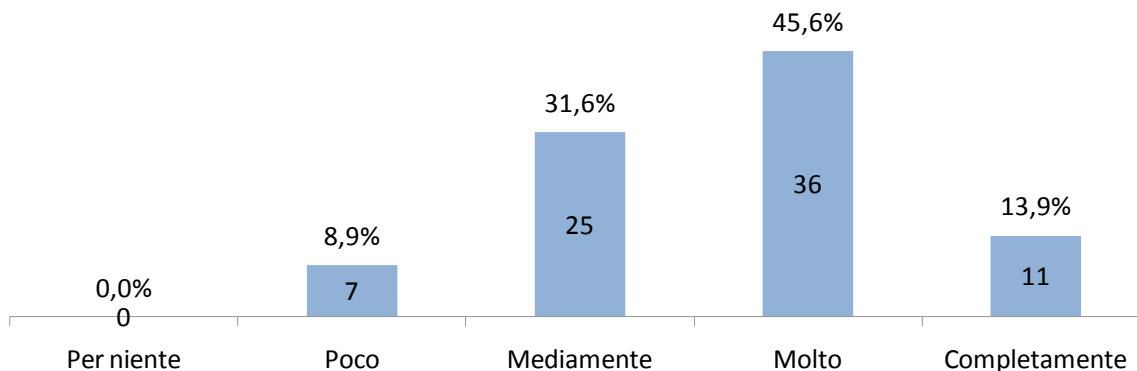
**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 5 – Tra i componenti del gruppo/equipe c'è un reciproco aiuto nella gestione dei progetti assegnati**

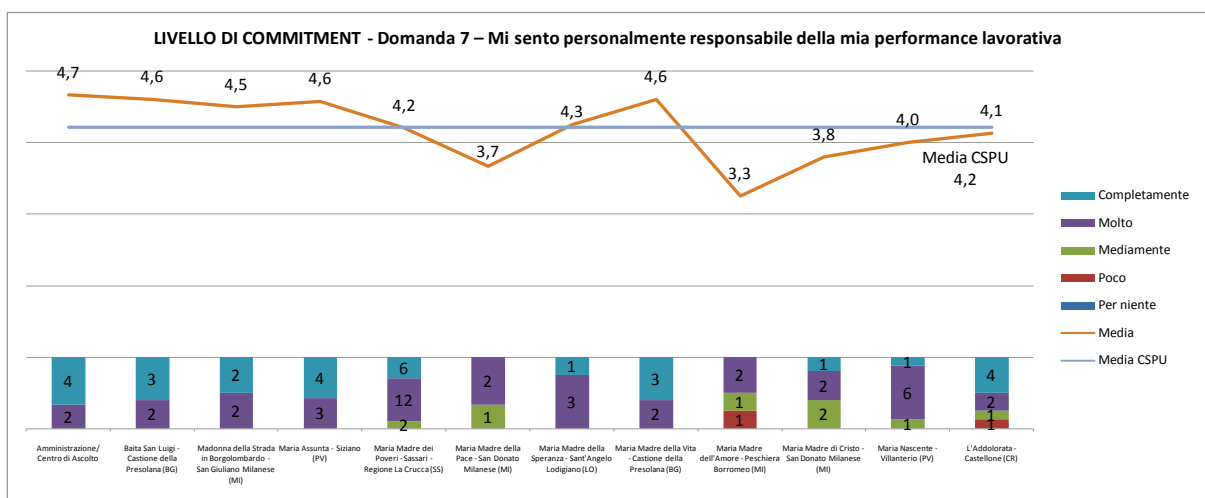
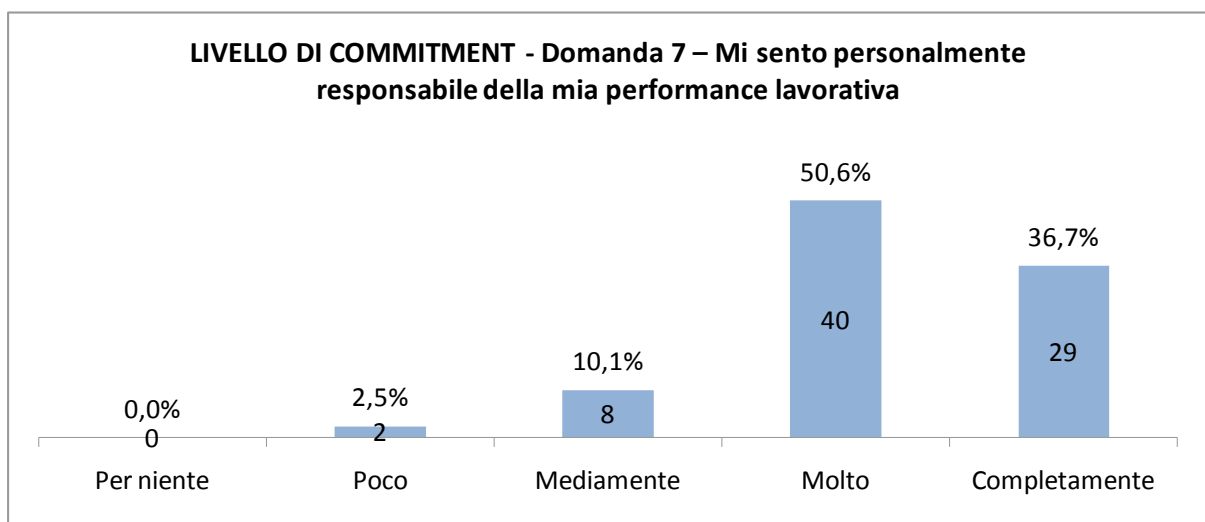
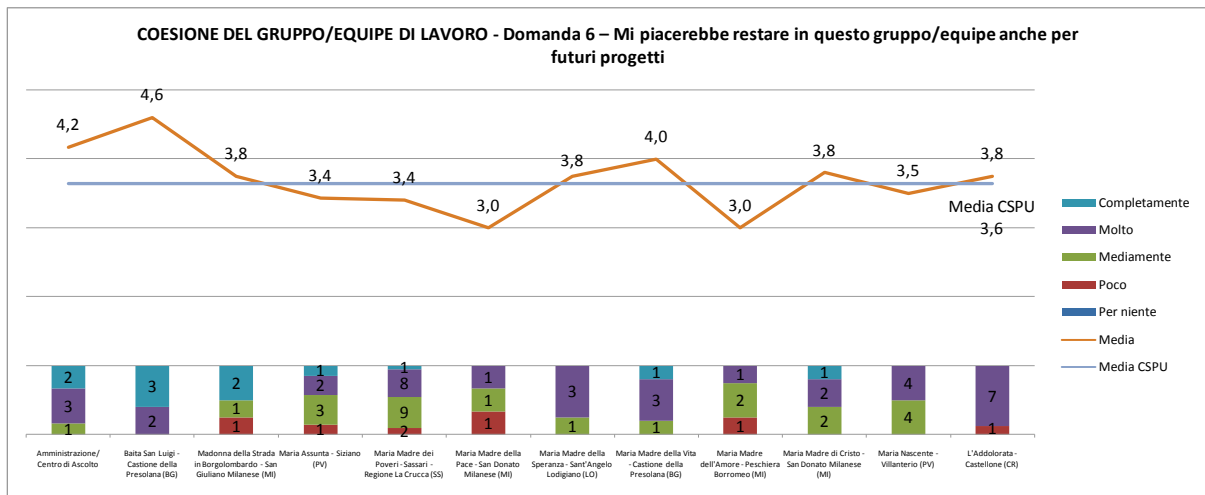


**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 5 – Tra i componenti del gruppo/equipe c'è un reciproco aiuto nella gestione dei progetti assegnati**

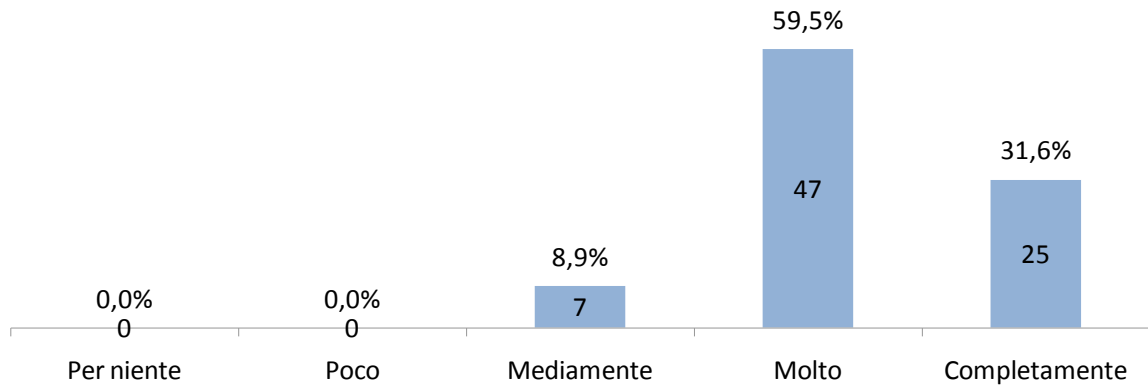


**COESIONE DEL GRUPPO/EQUIPE DI LAVORO - Domanda 6 – Mi piacerebbe restare in questo gruppo/equipe anche per futuri progetti**

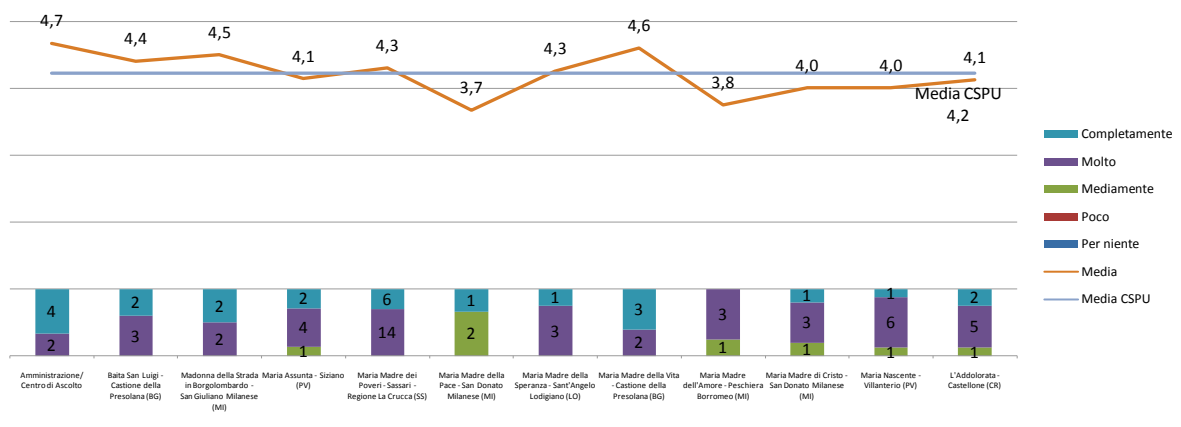




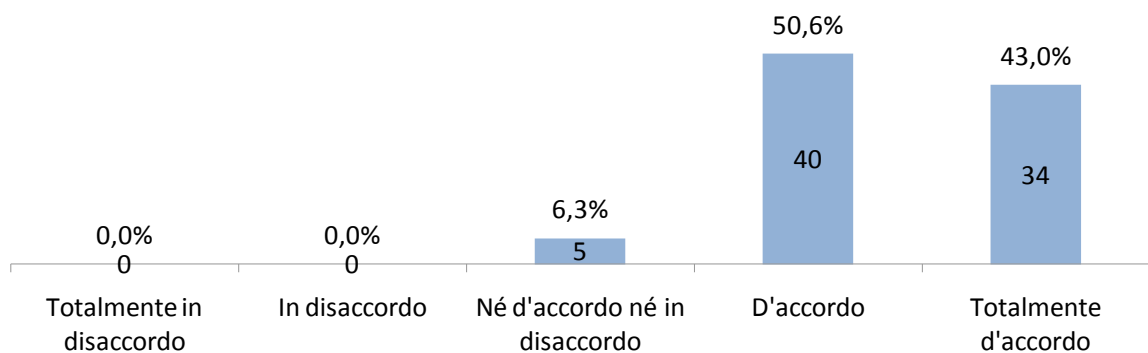
**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 8 – Mi sento insoddisfatto quando scopro di aver ottenuto un cattivo rendimento sul lavoro**

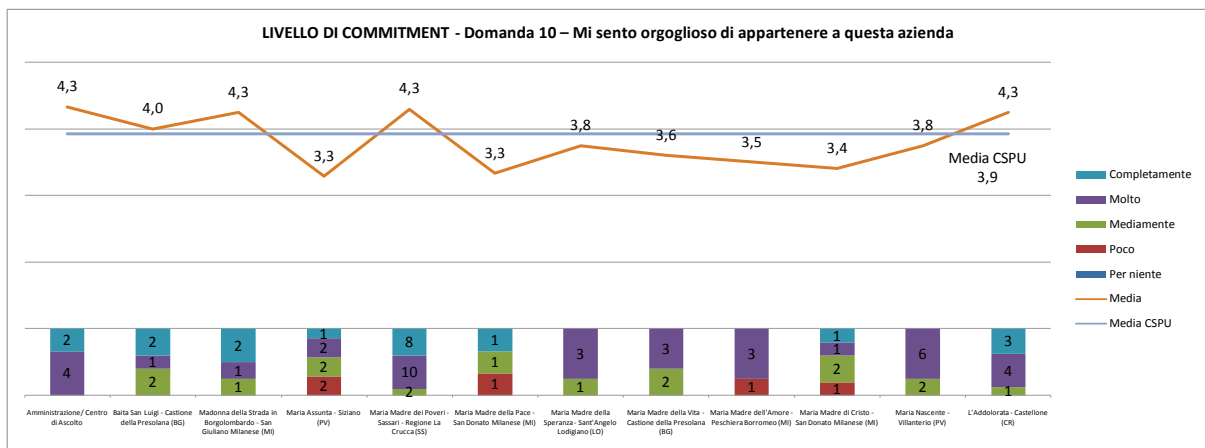
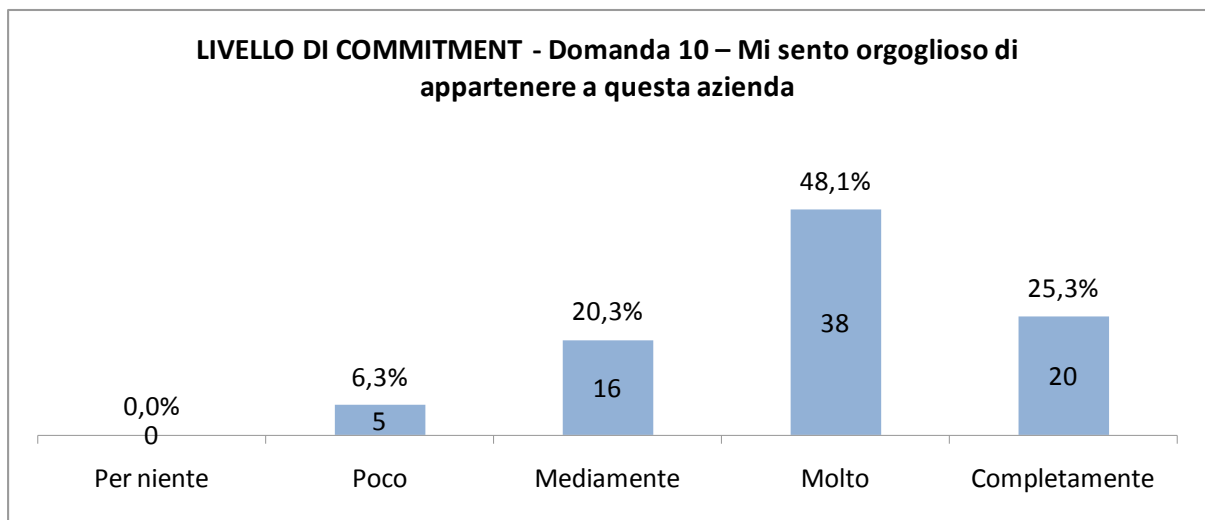
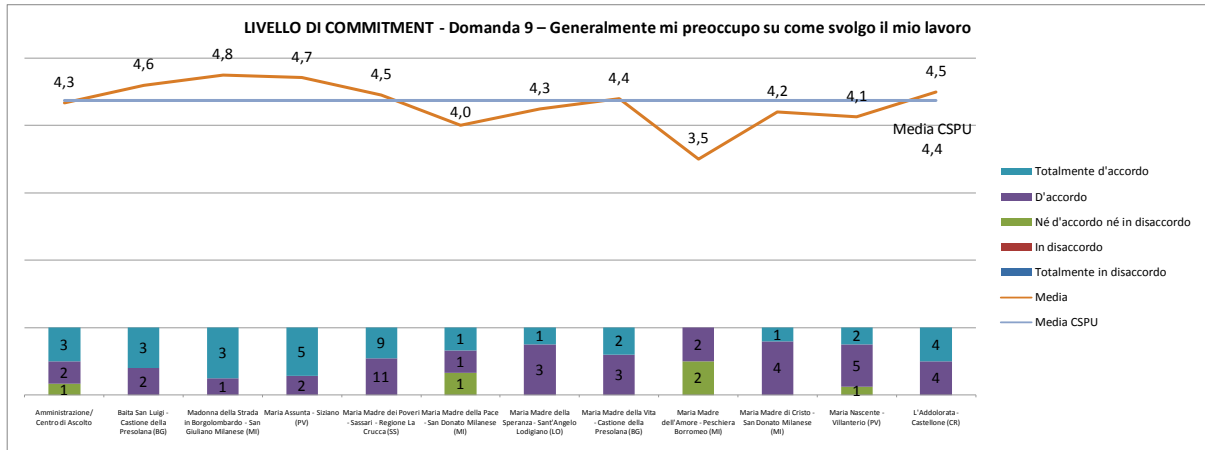


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 8 – Mi sento insoddisfatto quando scopro di aver ottenuto un cattivo rendimento sul lavoro**

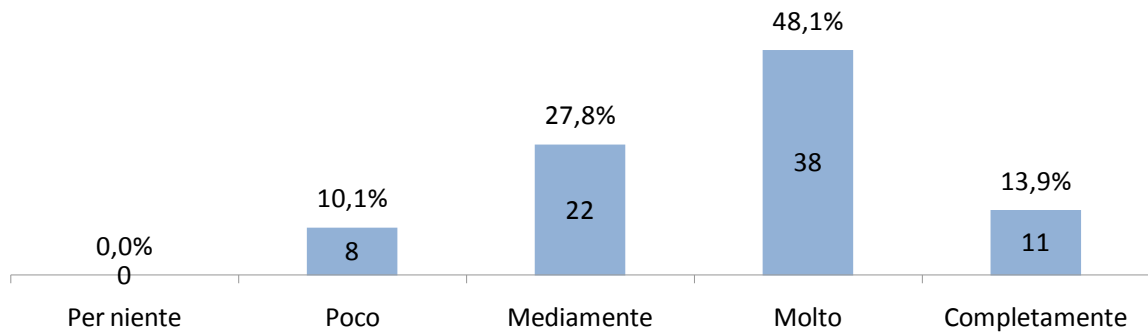


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 9 – Generalmente non mi preoccupa su come svolgo il mio lavoro**

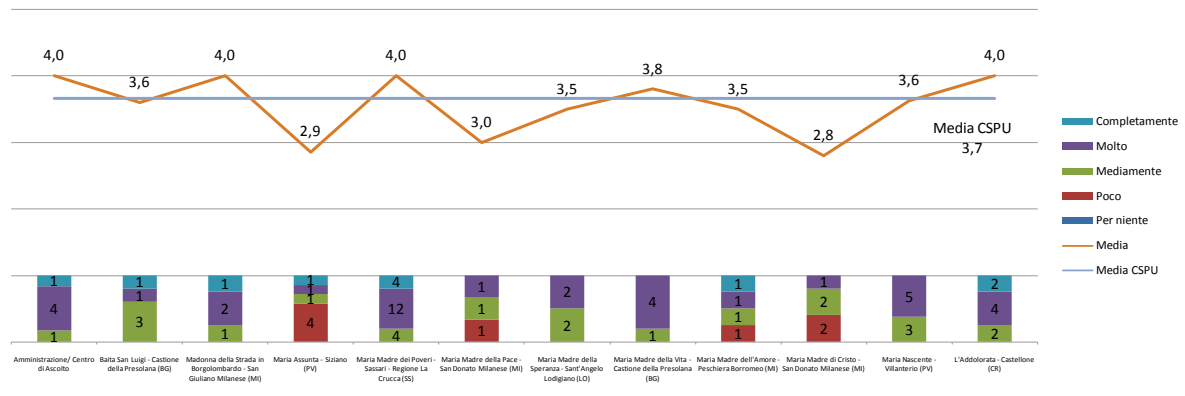




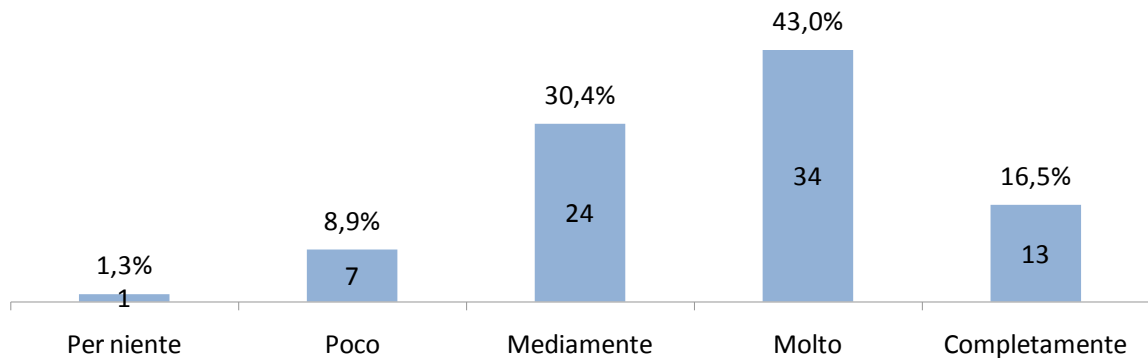
**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 11 – Mi sento profondamente legato a questa azienda**

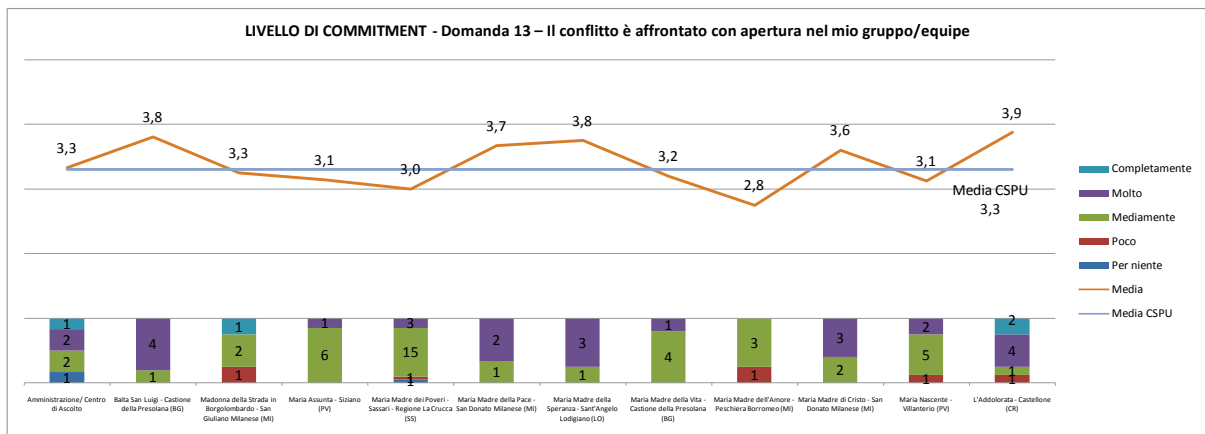
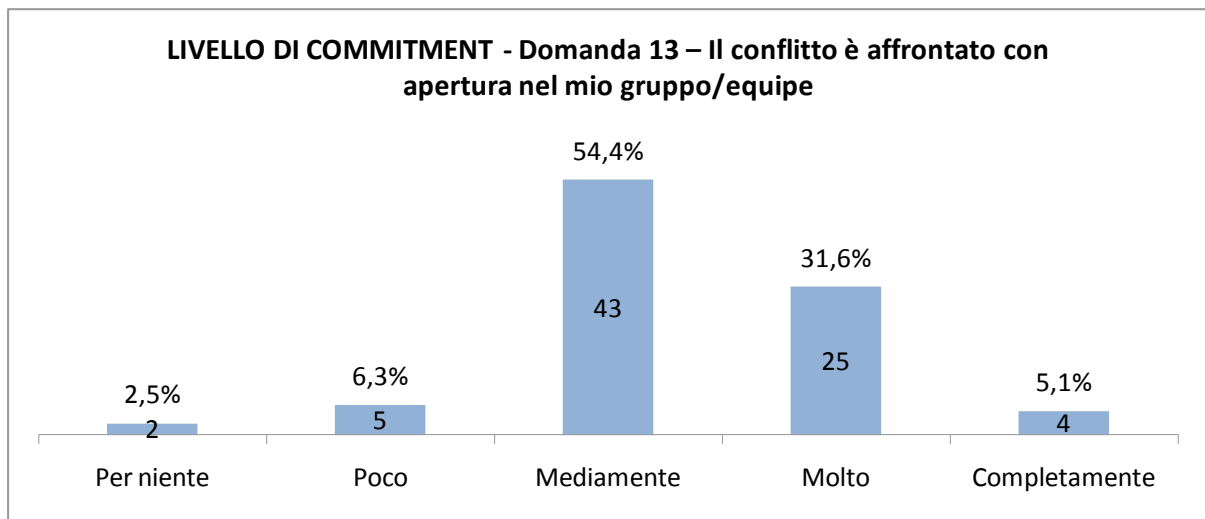
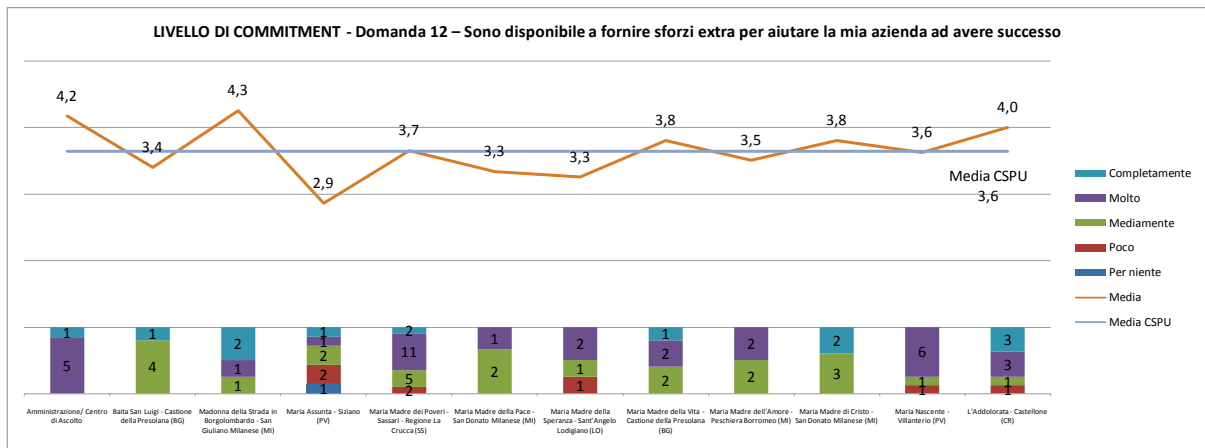


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 11 – Mi sento profondamente legato a questa azienda**

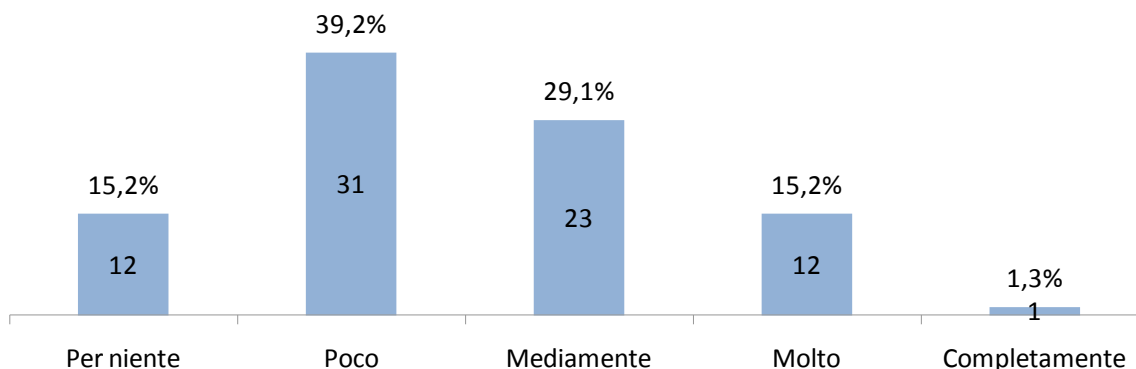


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 12 – Sono disponibile a fornire sforzi extra per aiutare la mia azienda ad avere successo**

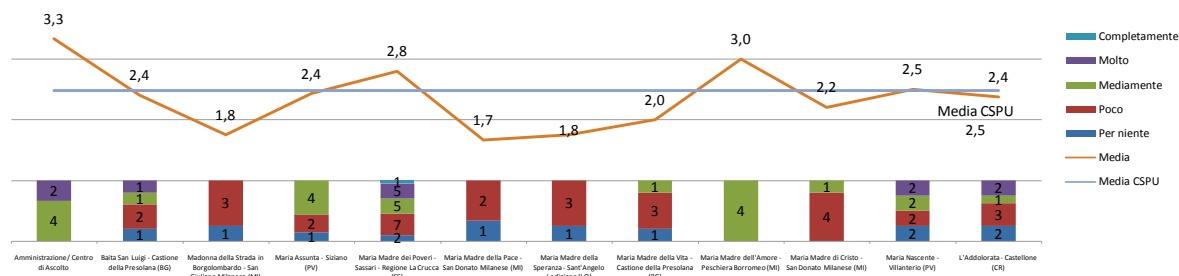




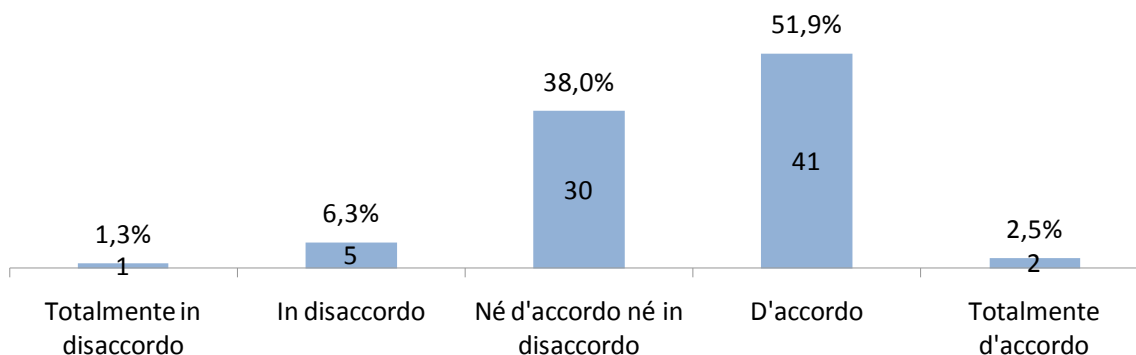
**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 14 – Le differenze di opinione sulle responsabilità lavorative sono evitate nel mio gruppo/equipe**

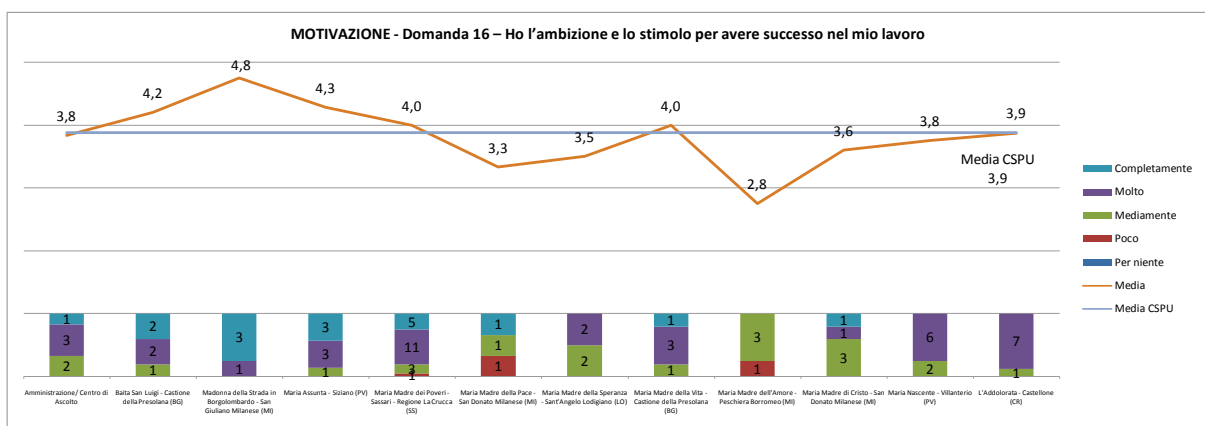
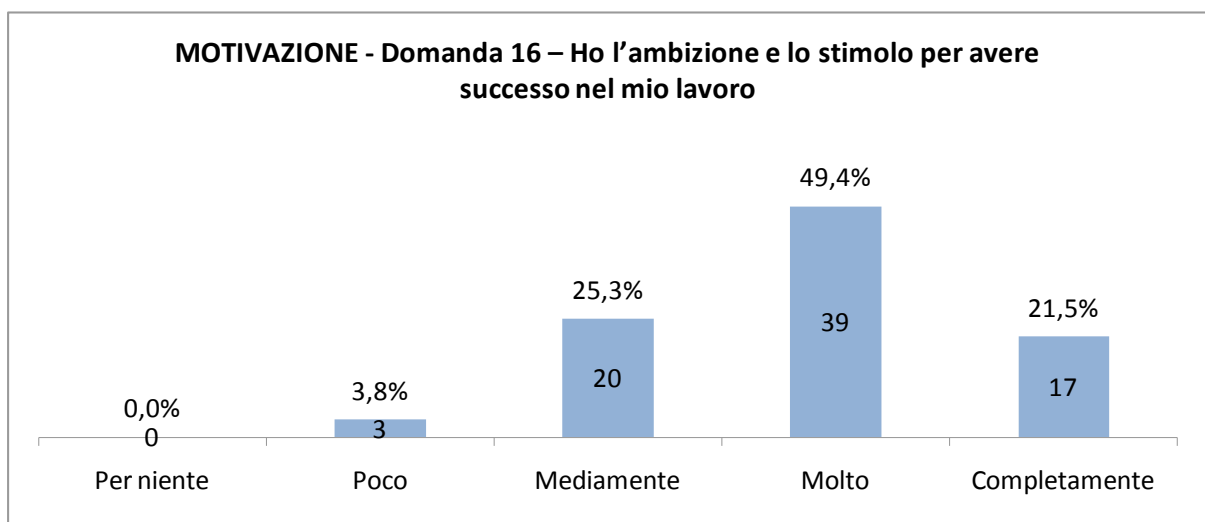
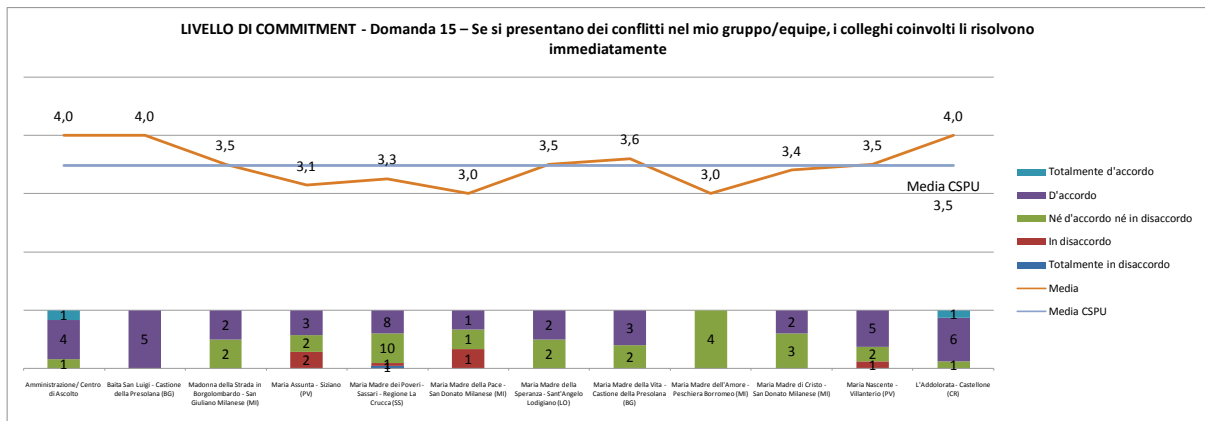


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 14 – Le differenze di opinione sulle responsabilità lavorative sono evitate nel mio gruppo/equipe**

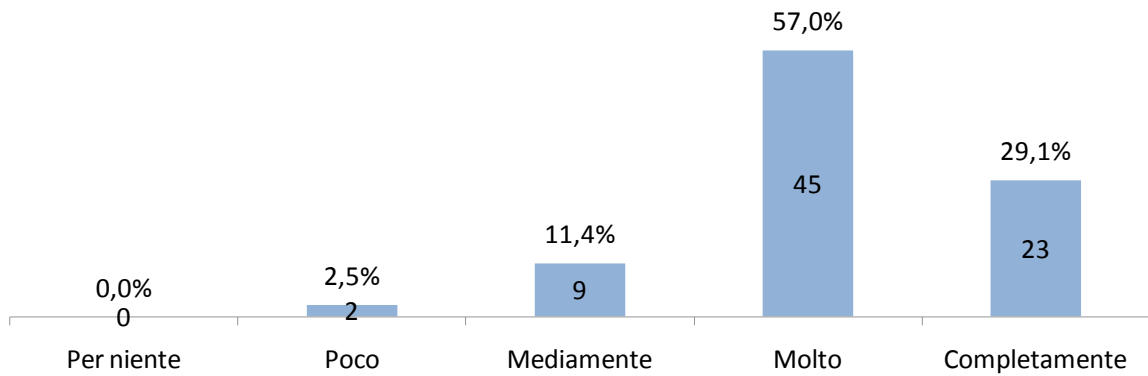


**LIVELLO DI COMMITMENT - Domanda 15 – Se si presentano dei conflitti nel mio gruppo/equipe, i colleghi coinvolti li risolvono immediatamente**

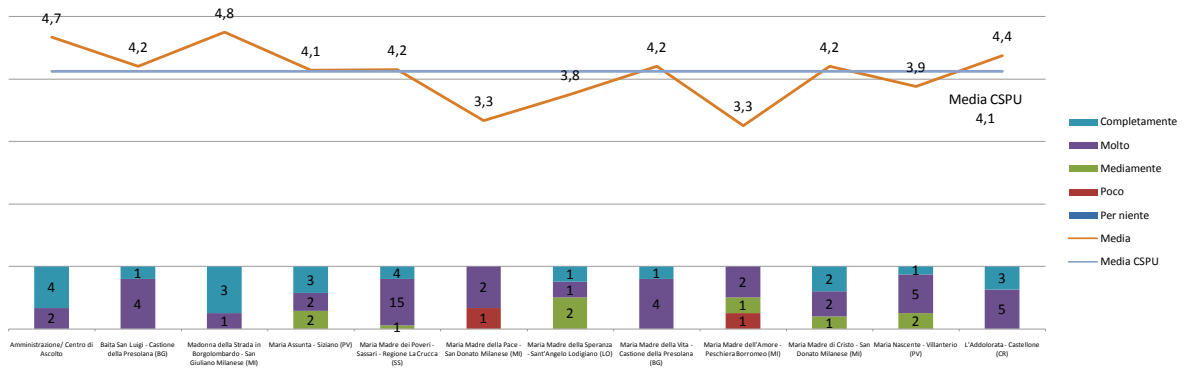




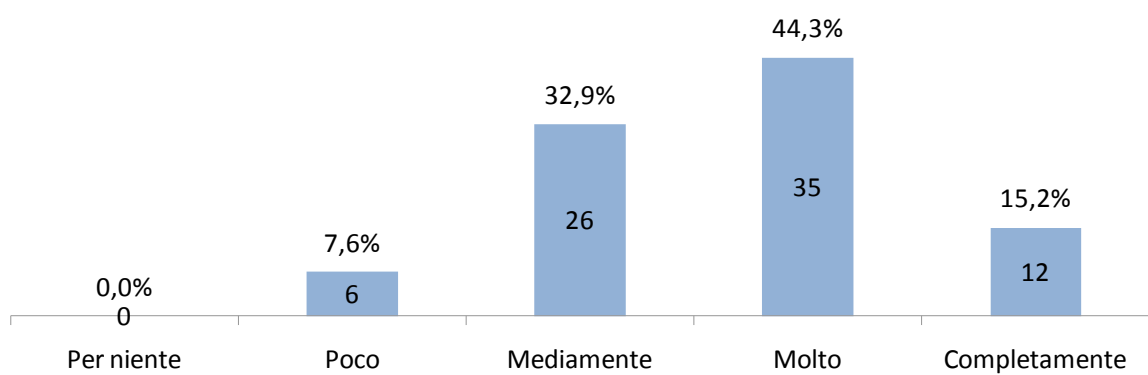
**MOTIVAZIONE - Domanda 17 – Mi sento molto determinato a portare a compimento i progetti assegnati**



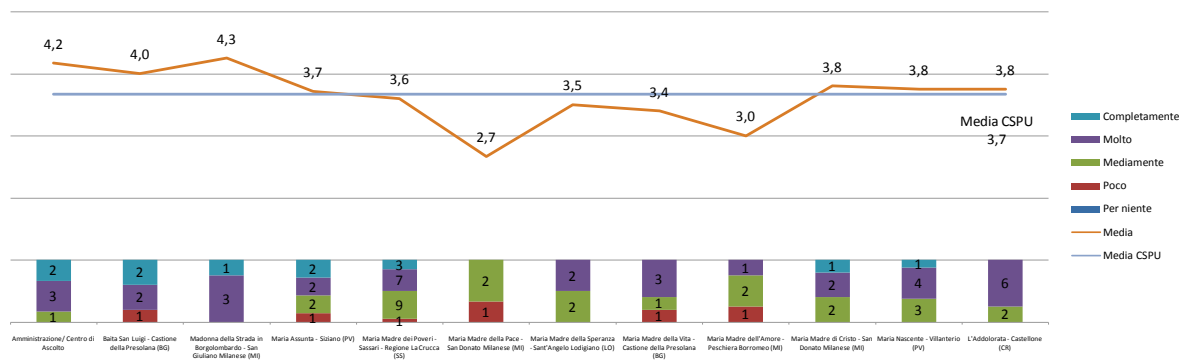
**MOTIVAZIONE - Domanda 17 – Mi sento molto determinato a portare a compimento i progetti assegnati**



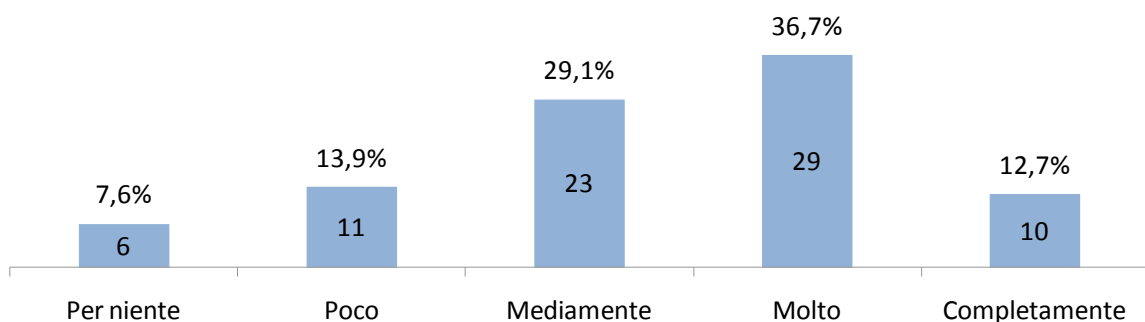
**MOTIVAZIONE - Domanda 18 – Sento l'esigenza di avere delle responsabilità nello svolgimento dei progetti assegnati**



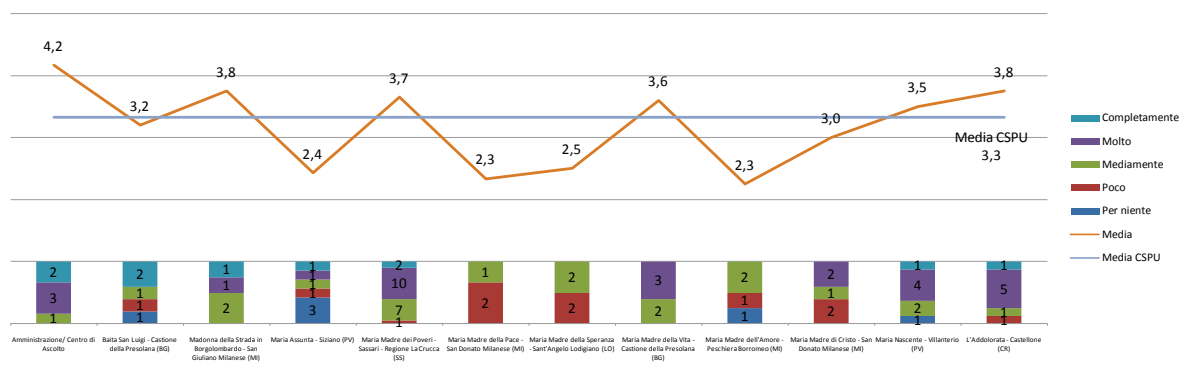
**MOTIVAZIONE - Domanda 18 – Sento l'esigenza di avere delle responsabilità nello svolgimento dei progetti assegnati**



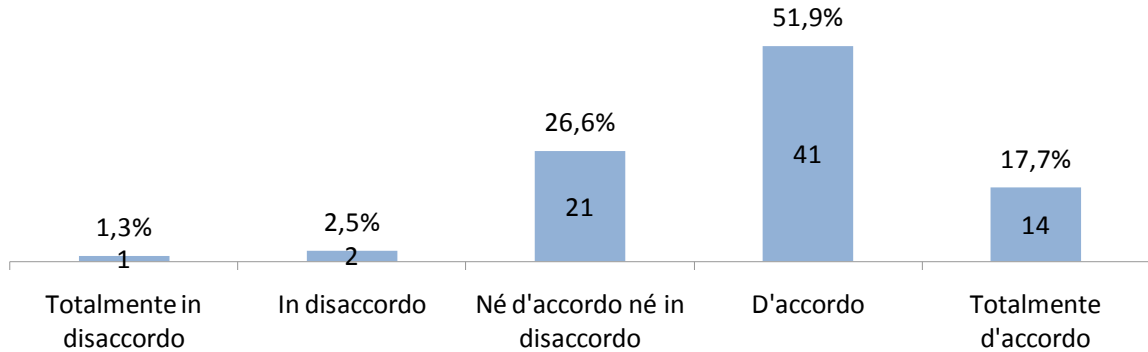
**MOTIVAZIONE - Domanda 19 – Ho l'energia necessaria per gestire i cambiamenti all'interno del mio gruppo/equipe o dell'azienda**



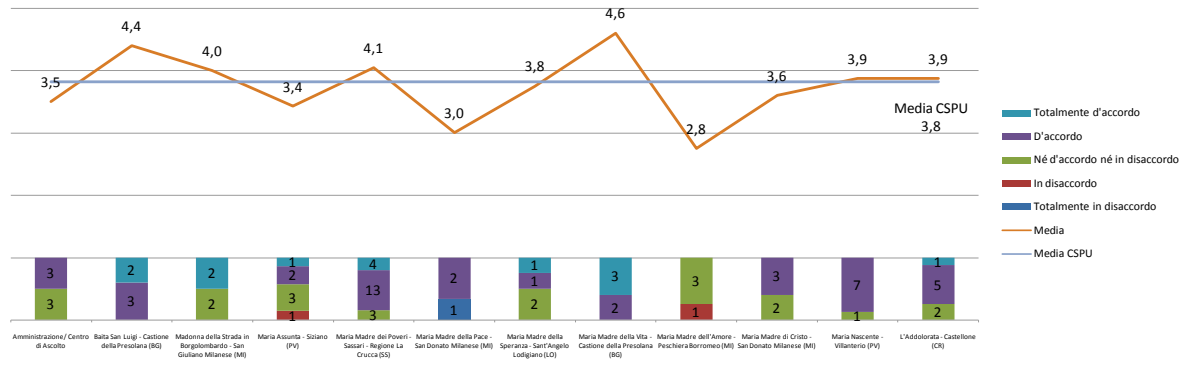
**MOTIVAZIONE - Domanda 19 – Ho l'energia necessaria per gestire i cambiamenti all'interno del mio gruppo/equipe o dell'azienda**



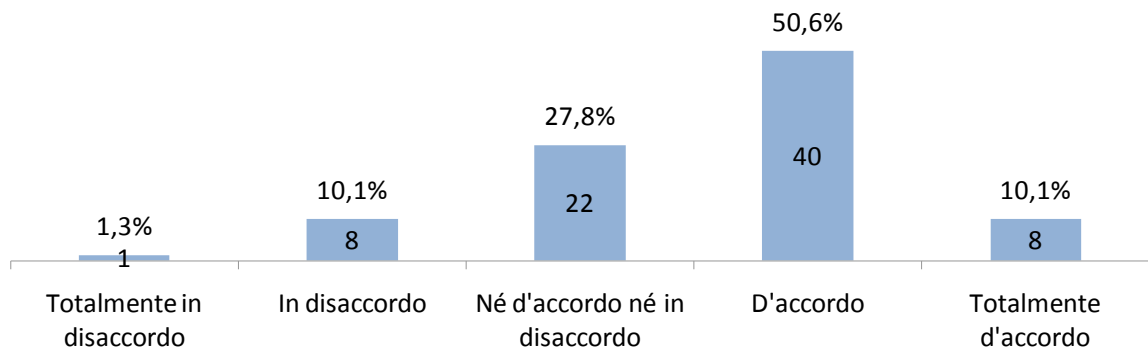
**MOTIVAZIONE - Domanda 20 – Da quando svolgo questo lavoro, riesco a fare molto di più di quello che pensavo di poter svolgere**



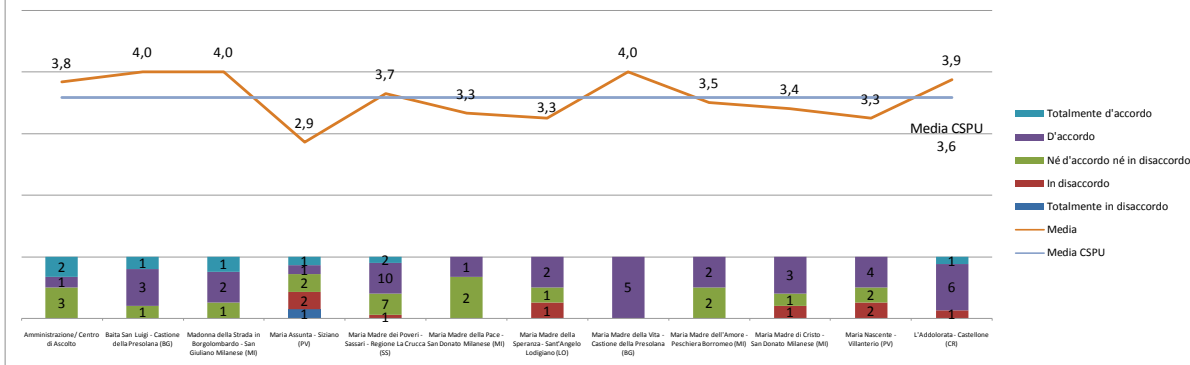
**MOTIVAZIONE - Domanda 20 – Da quando svolgo questo lavoro, riesco a fare molto di più di quello che pensavo di poter svolgere**



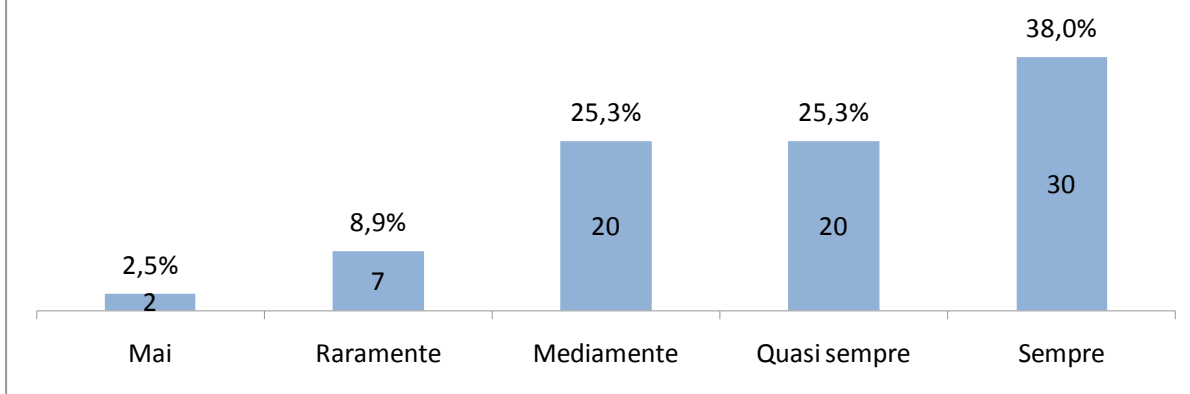
**MOTIVAZIONE - Domanda 21 – Il mio lavoro mi spinge ad andare oltre i miei interessi personali per il bene dell'organizzazione**



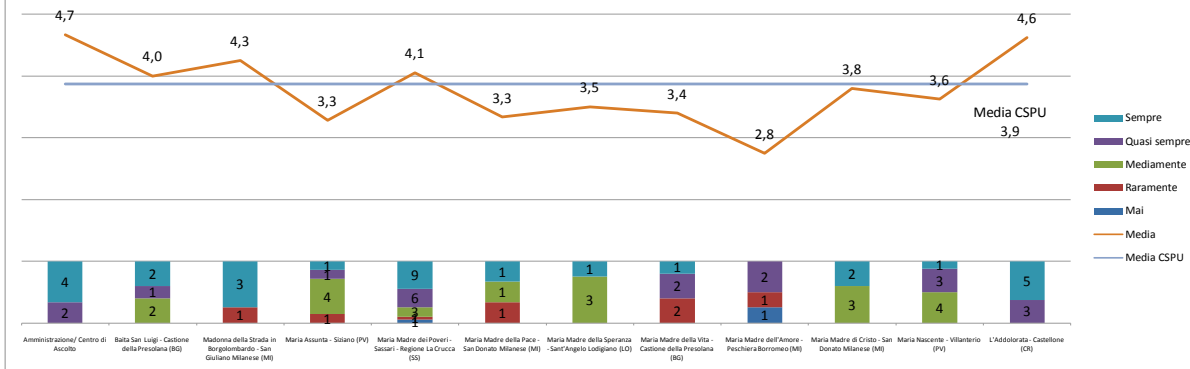
**MOTIVAZIONE - Domanda 21 – Il mio lavoro mi spinge ad andare oltre i miei interessi personali per il bene dell'organizzazione**



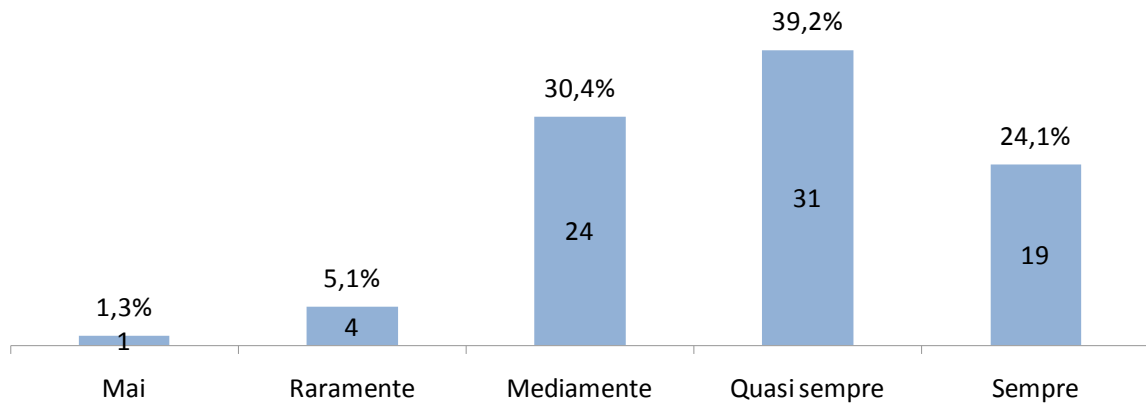
**SODDISFAZIONE - Domanda 22 – Parlo entusiasticamente del mio lavoro anche con amici e familiari**



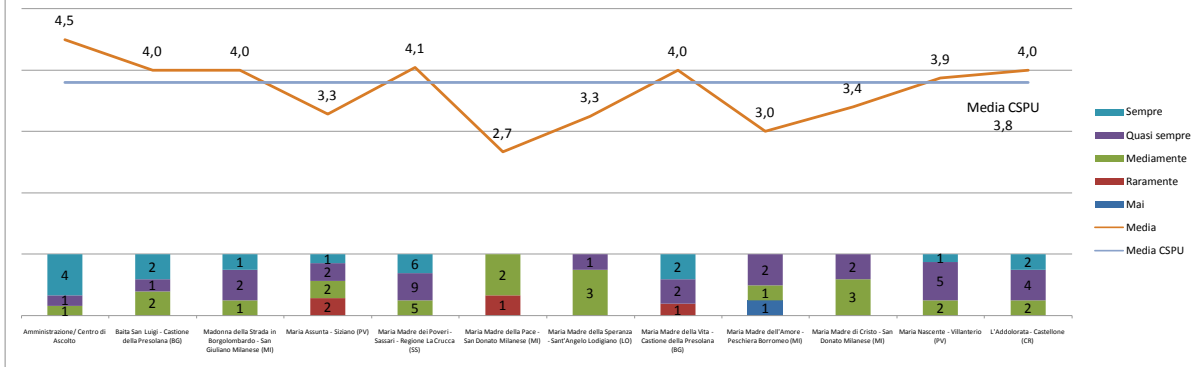
**SODDISFAZIONE - Domanda 22 – Parlo entusiasticamente del mio lavoro anche con amici e familiari**



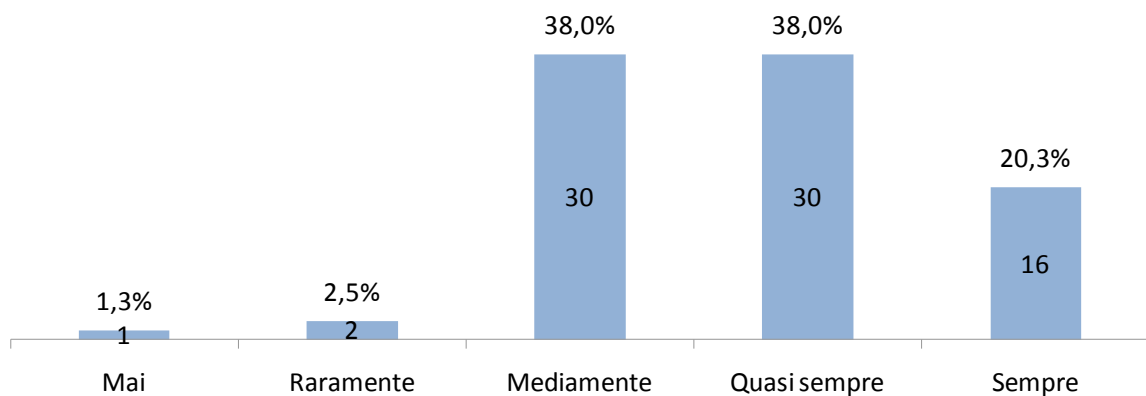
**SODDISFAZIONE - Domanda 23 – Il mio lavoro mi gratifica**

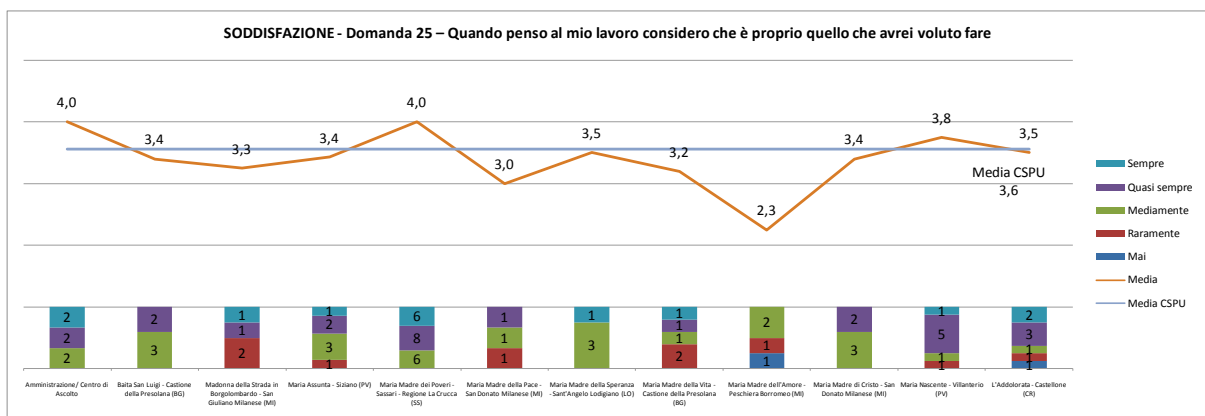
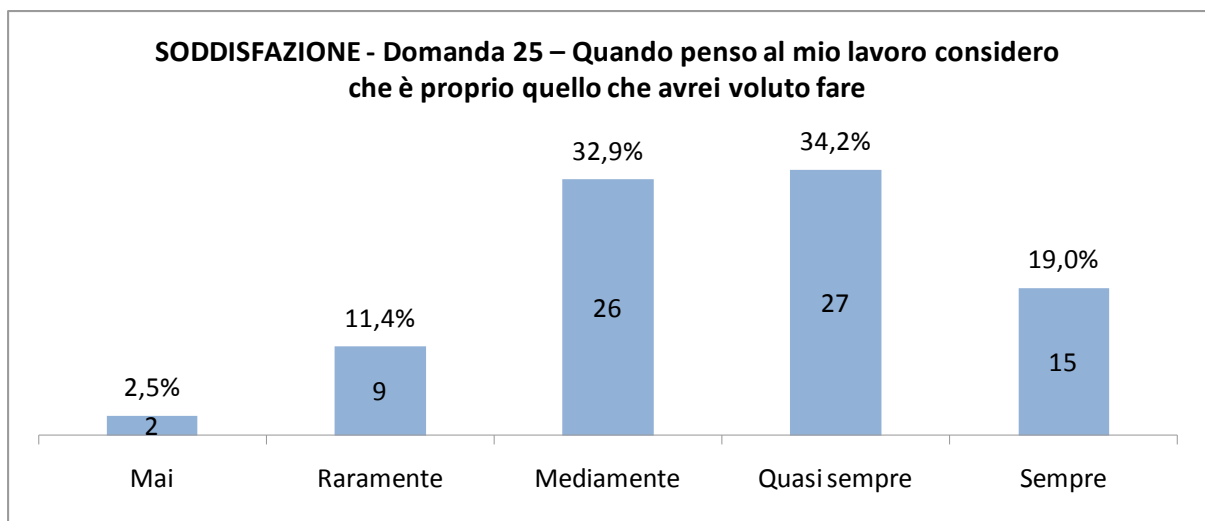
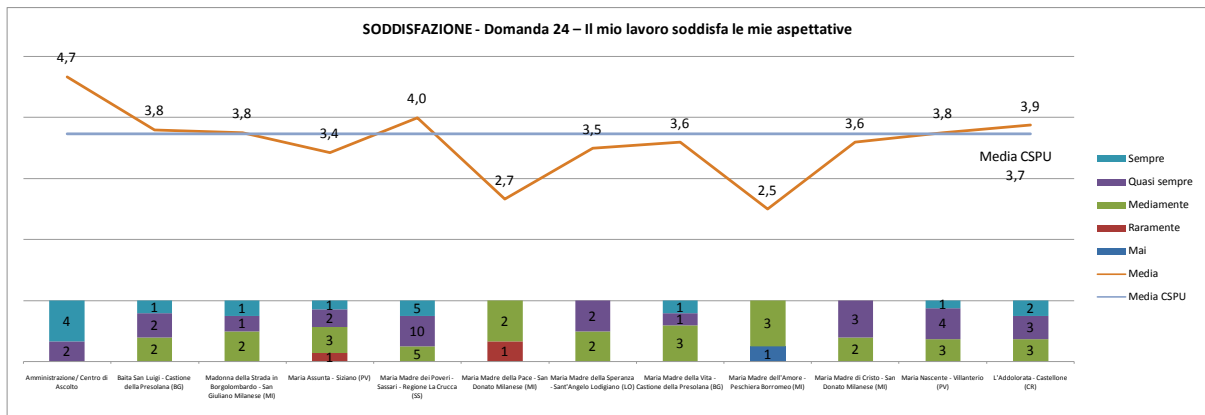


**SODDISFAZIONE - Domanda 23 – Il mio lavoro mi gratifica**

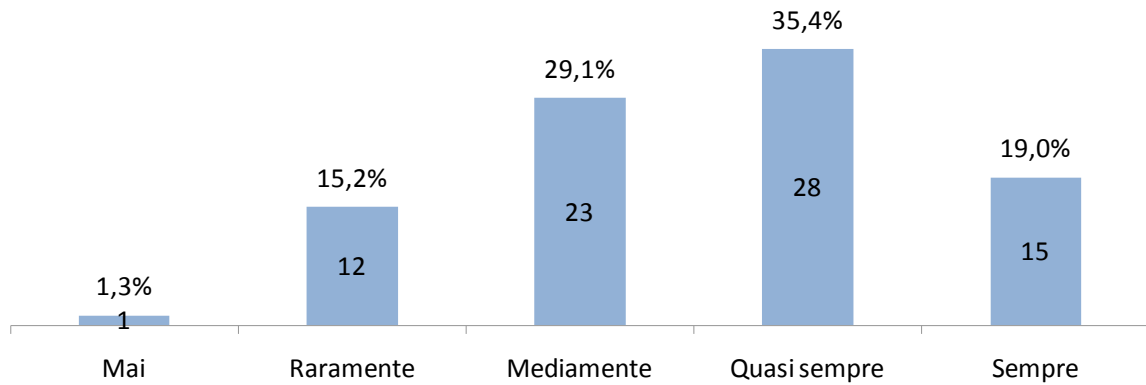


**SODDISFAZIONE - Domanda 24 – Il mio lavoro soddisfa le mie aspettative**





**SODDISFAZIONE - Domanda 26 – Anche lo svolgimento dei lavori più faticosi non mi pesa, anzi mi gratifica molto**



**SODDISFAZIONE - Domanda 26 – Anche lo svolgimento dei lavori più faticosi non mi pesa, anzi mi gratifica molto**

