





















RESULTADOS DE LA CARTA DE SERVICIOS DEL MUSEO ZUMALAKARREGI 2015

COMPROMISO		RESULTADO		
DOCUMENTACIÓN E INVESTIGACIÓN	Valor compromiso	Valor alcanzado	Graf.	Observaciones
A responder a un 80% de las consultas y solicitudes en un plazo no superior a 48 horas.	> 80%	97,05 %		
A actualizar mensualmente las novedades del catálogo de los fondos bibliográficos y documentales.	= 12	12		
EXPOSICIONES TEMPORALES	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A itinerar una exposición temporal anualmente en colaboración con otras instituciones.	1	2		
EDUCATIVO	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A realizar, como mínimo, 30 visitas guiadas al año dirigidas a diferentes colectivos, entre los cuales, al menos una de ellas sea para colectivos con necesidades educativas especiales	≥ 30	31 + 2 especiales	 	
A personalizar la visita guiada (temática, dinámica, participación, duración) a las características de los grupos de escolares y adultos, potenciando la participación activa de las visitas, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	> 7,7	7,79		
A realizar, al menos, 4 actividades culturales, educativas o didácticas fuera del museo, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	A realizar ≥ 4	15		
	Valoración > 7,7	8,73		
A realizar, como mínimo, un taller u otra actividad cultural, educativa o didáctica al mes, entre las cuales, una de ellas sea para colectivos con necesidades especiales, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	A realizar > 12	12		
	Valoración > 7,7	7,90		
WEB	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A actualizar mensualmente los contenidos de las secciones dinámicas de la Web en euskera, español, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	= 12	12		
	Valoración > 7,7	9,12		

A ampliar la oferta web anualmente con un nuevo producto virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.	1 – 24	6 - 20	 	
DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A realizar un mailing virtual por actividad al público al que va dirigido.	≥ 26	31		
A reeditar anualmente el catálogo de “Servicios y actividades didácticas”.	1	1	---	
COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y AGENTES	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A realizar anualmente 8 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.	≥ 8	12		
A realizar anualmente 8 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.	≥ 8	18		
ATENCIÓN AL PÚBLICO	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A atender con trato amable y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	Quejas < 5	0		No se ha recibido ni una sola queja.
	Valoración > 7,7	8,74		
A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.	> 7,7	8,63		

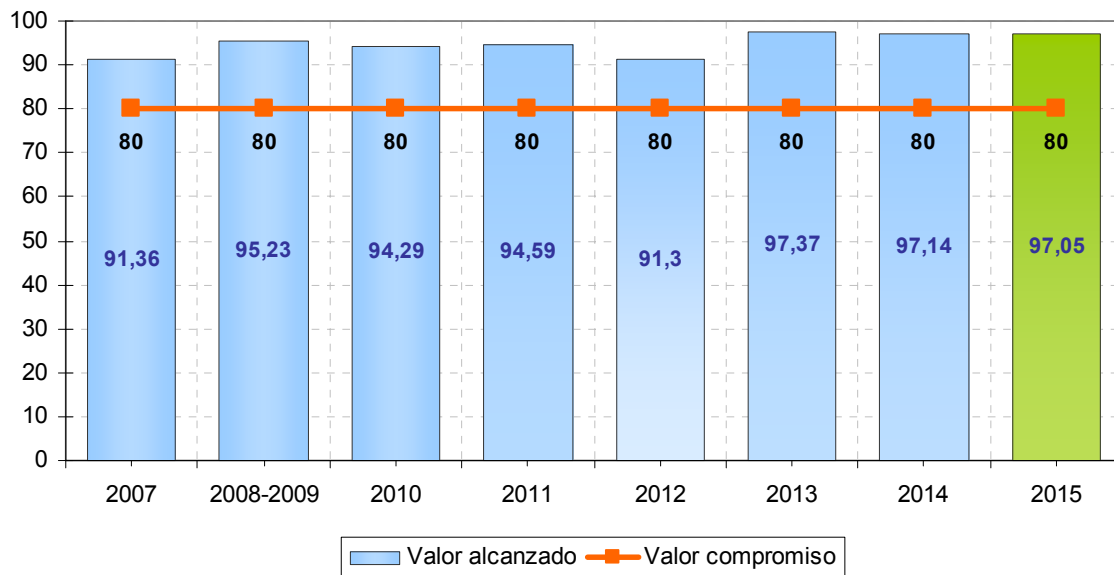
[volver](#)

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1:

A responder a un 80% de las consultas y solicitudes en un plazo no superior a 48 horas.

Unidad de medida: porcentaje

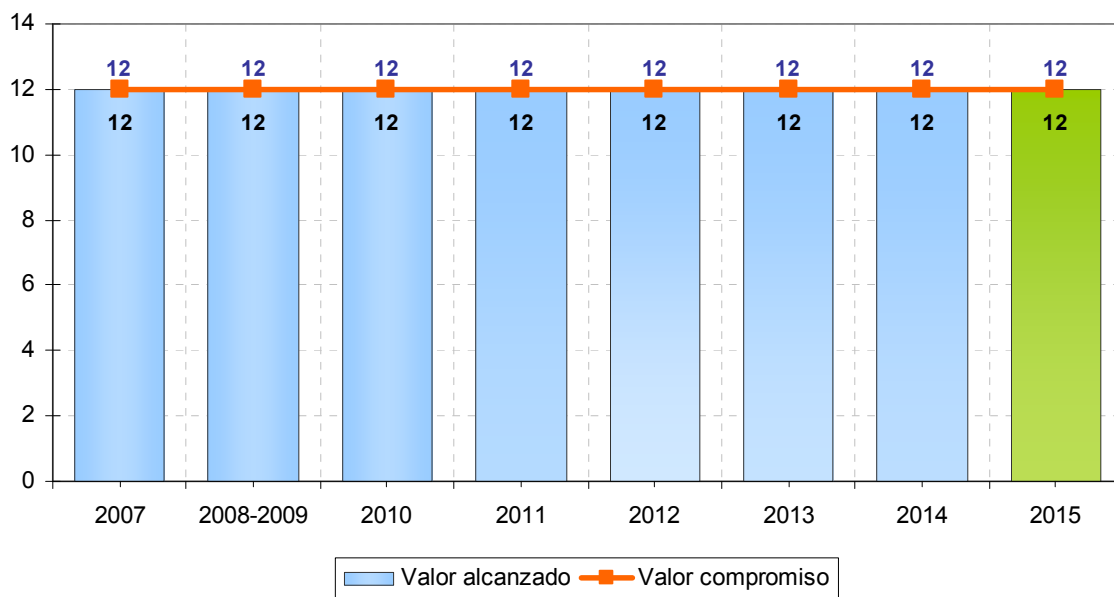


[volver](#)

GRÁFICO 2:

A actualizar mensualmente las novedades del catálogo de los fondos bibliográficos y documentales.

Unidad de medida: número de actualizaciones

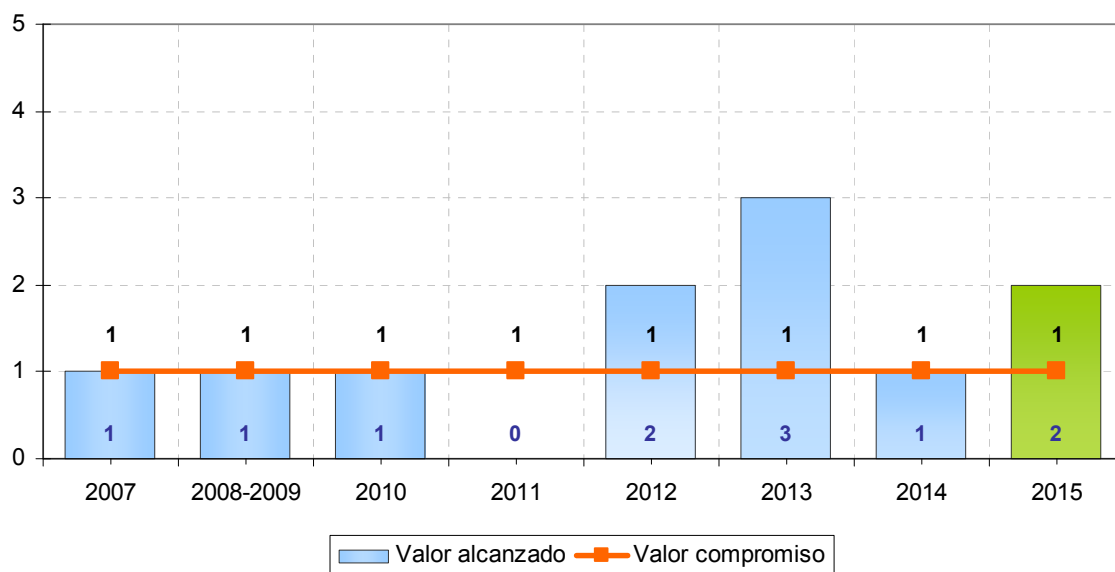


[volver](#)

GRÁFICO 3:

A itinerar una exposición temporal anualmente en colaboración con otras instituciones.

Unidad de medida: número de exposiciones

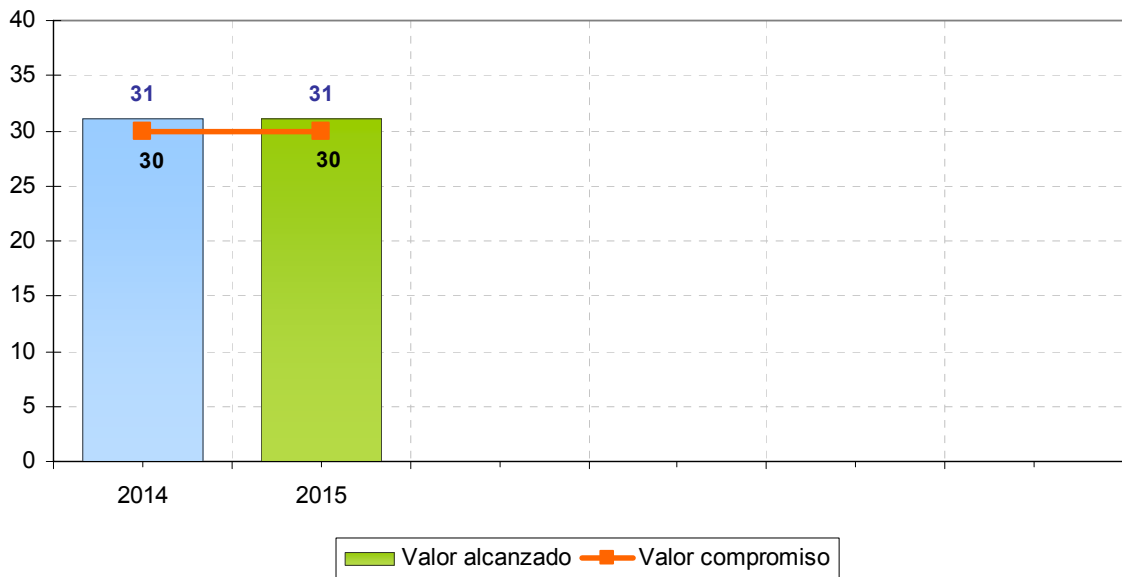


[volver](#)

GRÁFICO 4-a:

A realizar, como mínimo, 30 visitas guiadas al año dirigidas a diferentes colectivos, entre los cuales, al menos una de ellas sea para colectivos con necesidades especiales.

Unidad de medida: número de visitas

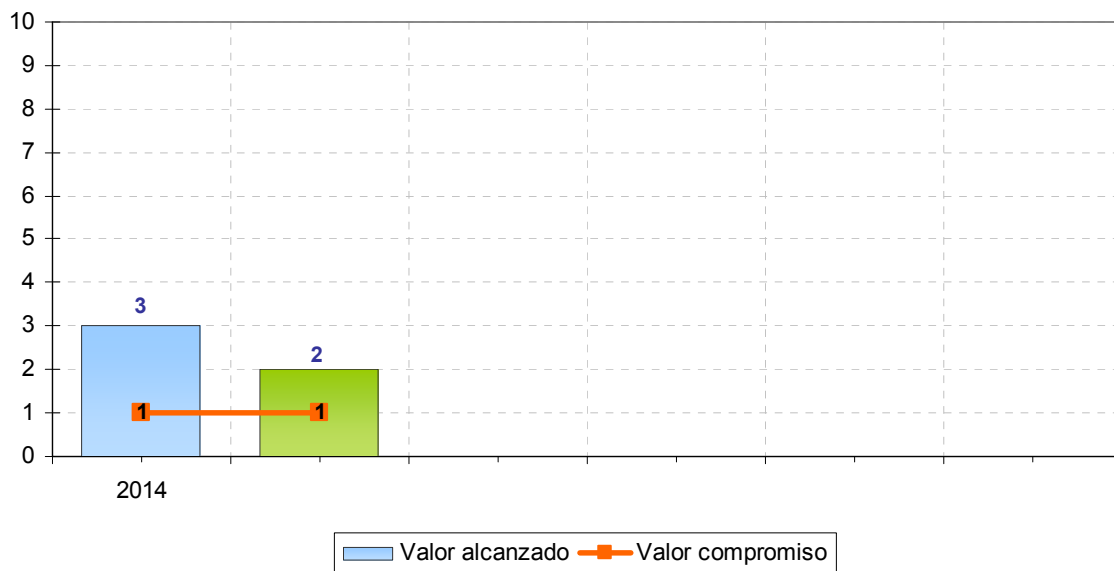


[volver](#)

GRÁFICO 4-b:

A realizar, como mínimo, 30 visitas guiadas al año dirigidas a diferentes colectivos, entre los cuales, al menos una de ellas sea para colectivos con necesidades especiales.

Unidad de medida: número de visitas con necesidades especiales

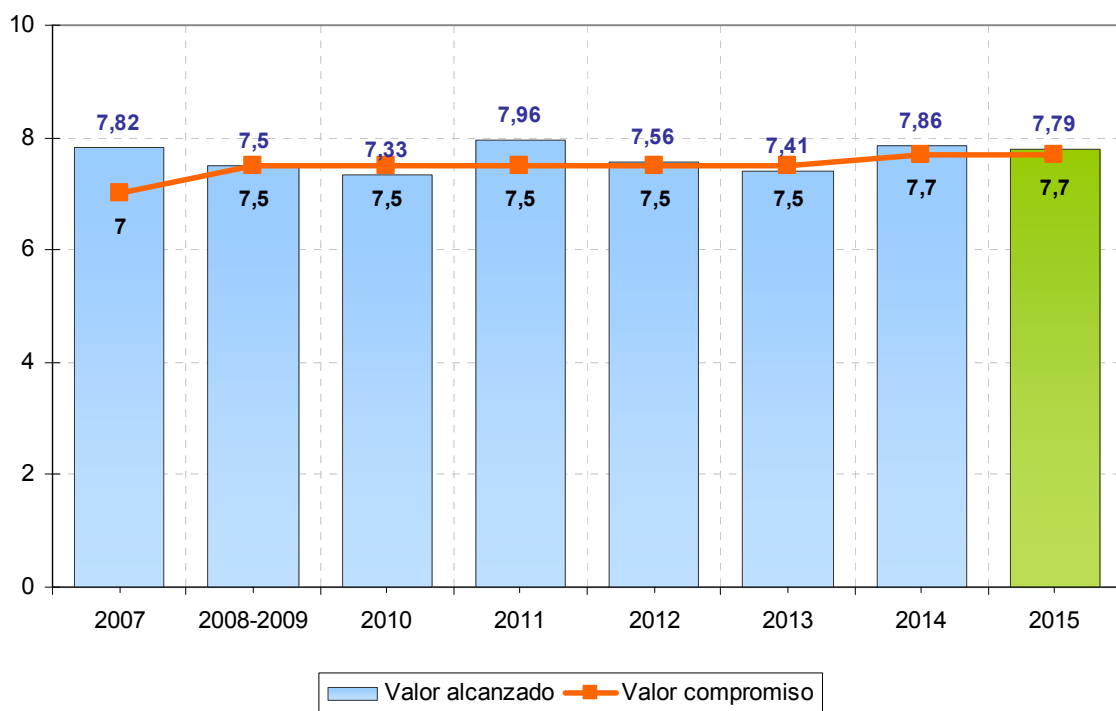


[volver](#)

GRÁFICO 5:

A personalizar la visita guiada (temática, dinámica, participación, duración) a las características de los grupos de escolares y adultos, potenciando la participación activa de las visitas.

Unidad de medida: índice de satisfacción

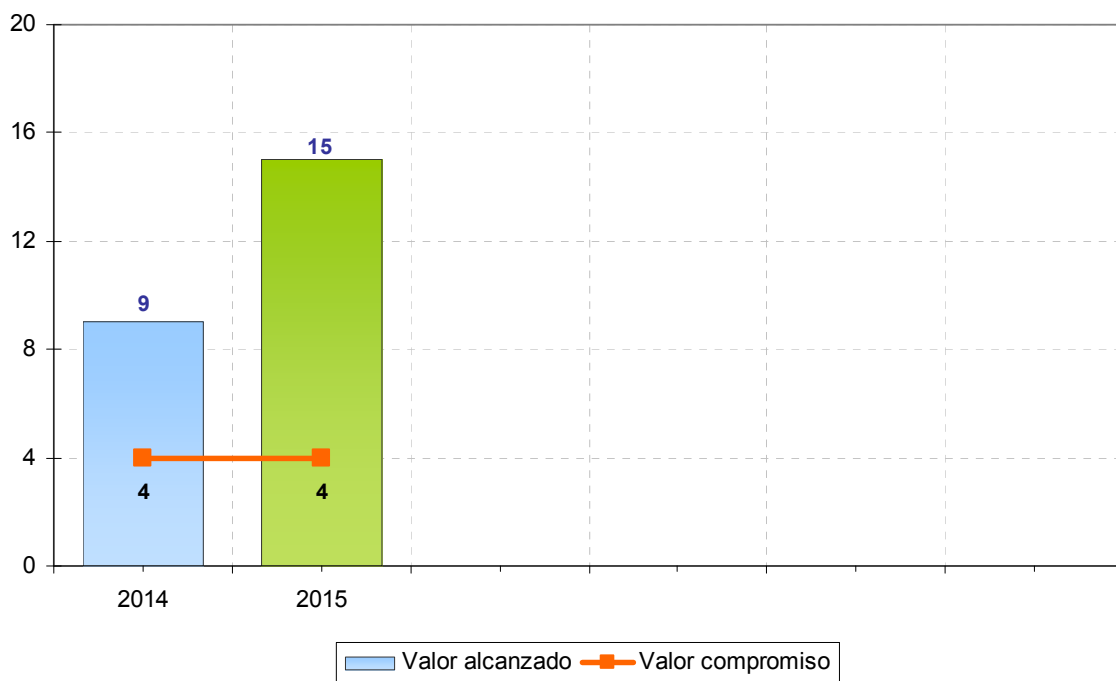


[volver](#)

GRÁFICO 6-a:

A realizar, al menos, 4 actividades culturales, educativas o didácticas fuera del museo.

Unidad de medida: número de actividades

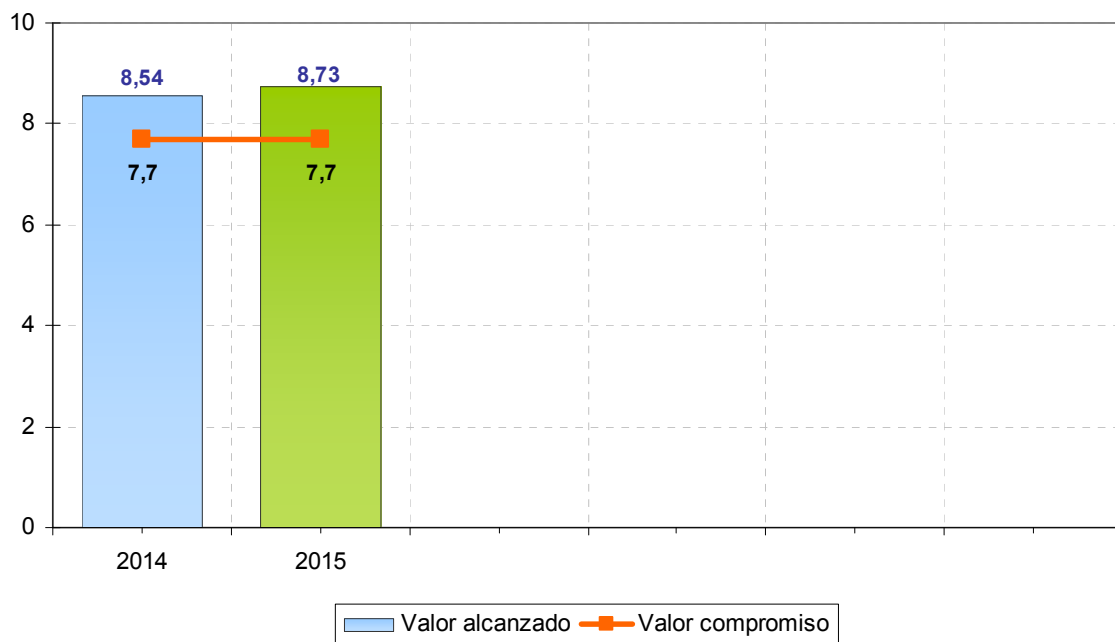


[volver](#)

GRÁFICO 6-b:

A realizar, al menos, 4 actividades culturales, educativas o didácticas fuera del museo, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.

Unidad de medida: índice de satisfacción

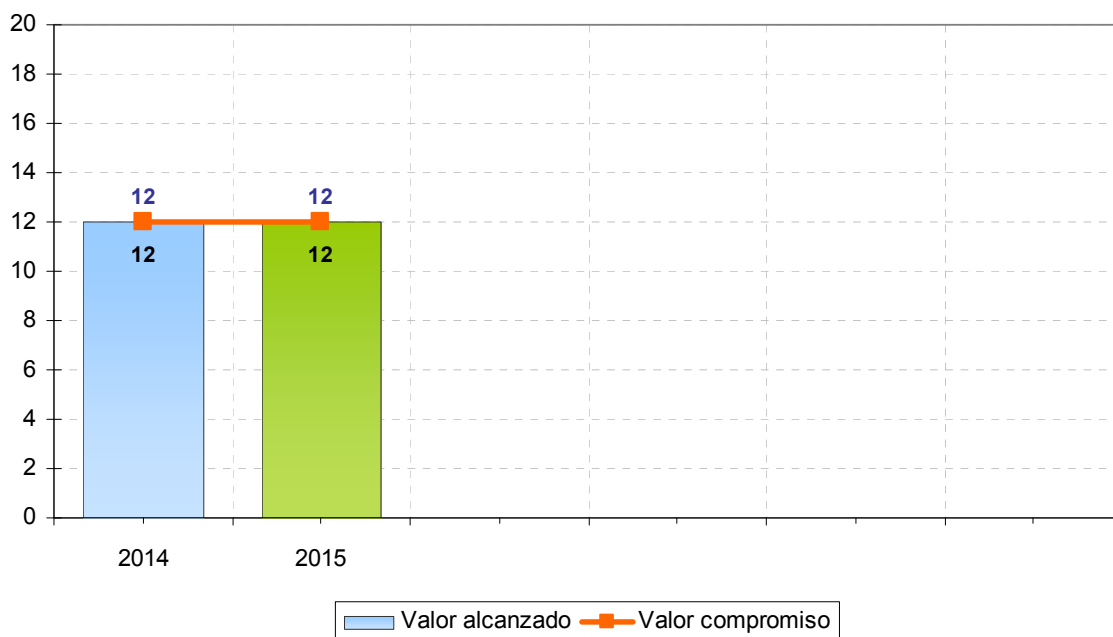


[volver](#)

GRÁFICO 7-a:

A realizar, como mínimo, un taller u otra actividad cultural, educativa o didáctica al mes, entre las cuales, una de ellas sea para colectivos con necesidades especiales.

Unidad de medida: número de talleres o actividades

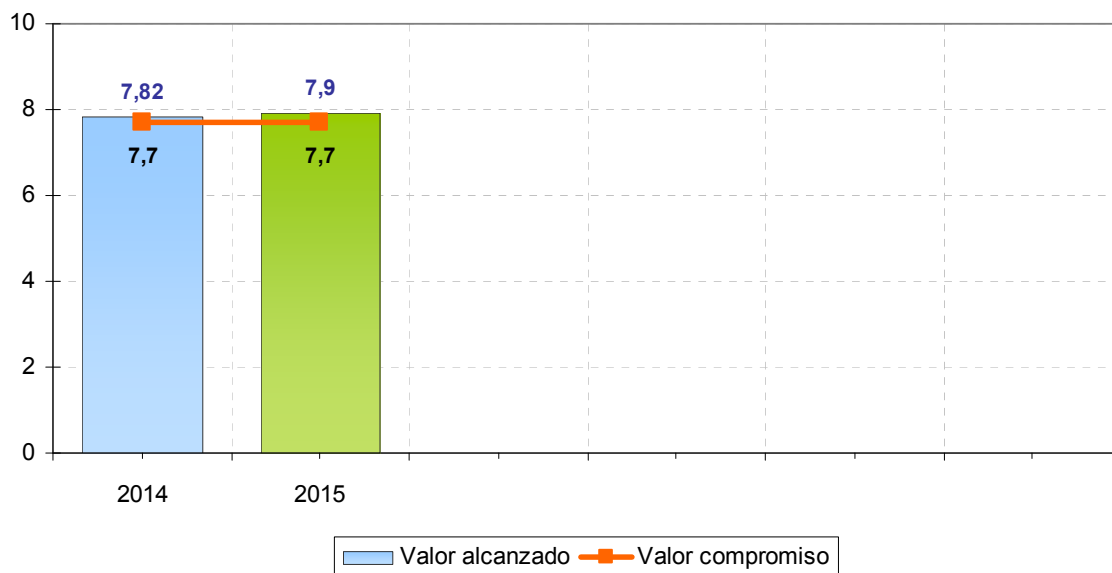


[volver](#)

GRÁFICO 7-b:

A realizar, como mínimo, un taller u otra actividad cultural, educativa o didáctica al mes, entre las cuales, una de ellas sea para colectivos con necesidades especiales, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.

Unidad de medida: índice de satisfacción

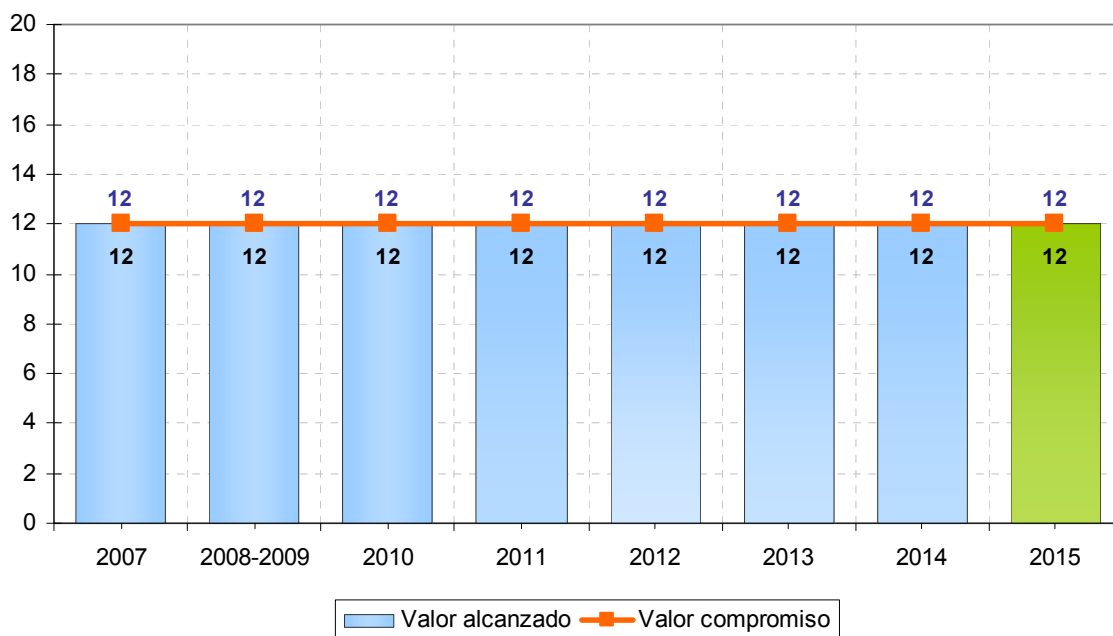


[volver](#)

GRÁFICO 8-a:

A actualizar mensualmente los contenidos de las secciones dinámicas de la Web en euskera y español.

Unidad de medida: número de actualizaciones mensuales

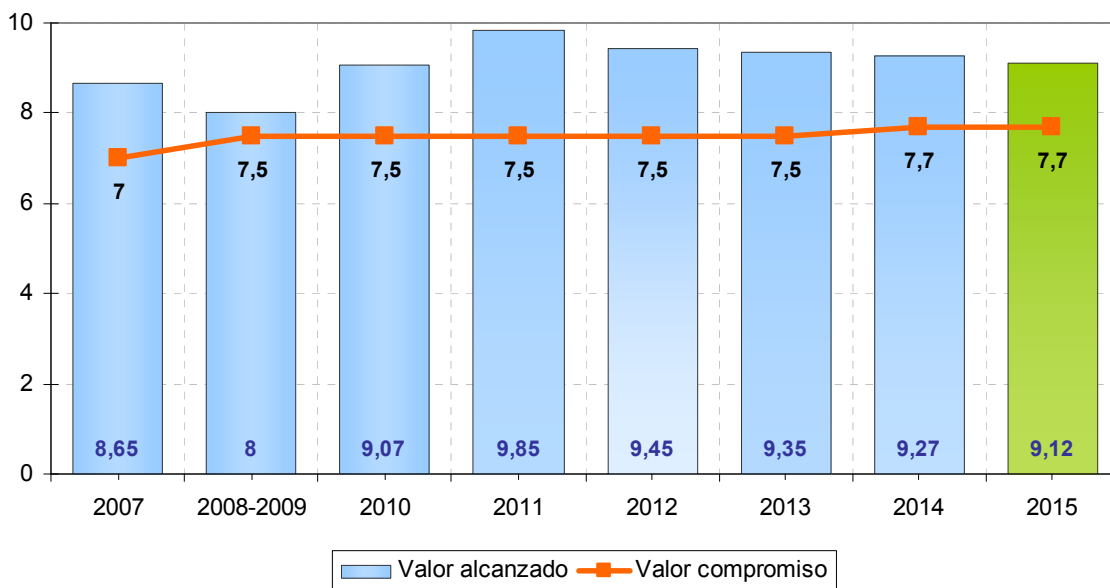


[volver](#)

GRÁFICO 8-b:

A actualizar mensualmente los contenidos de las secciones dinámicas de la wb en euskera, español, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,7 sobre 10.

Unidad de medida: índice de satisfacción

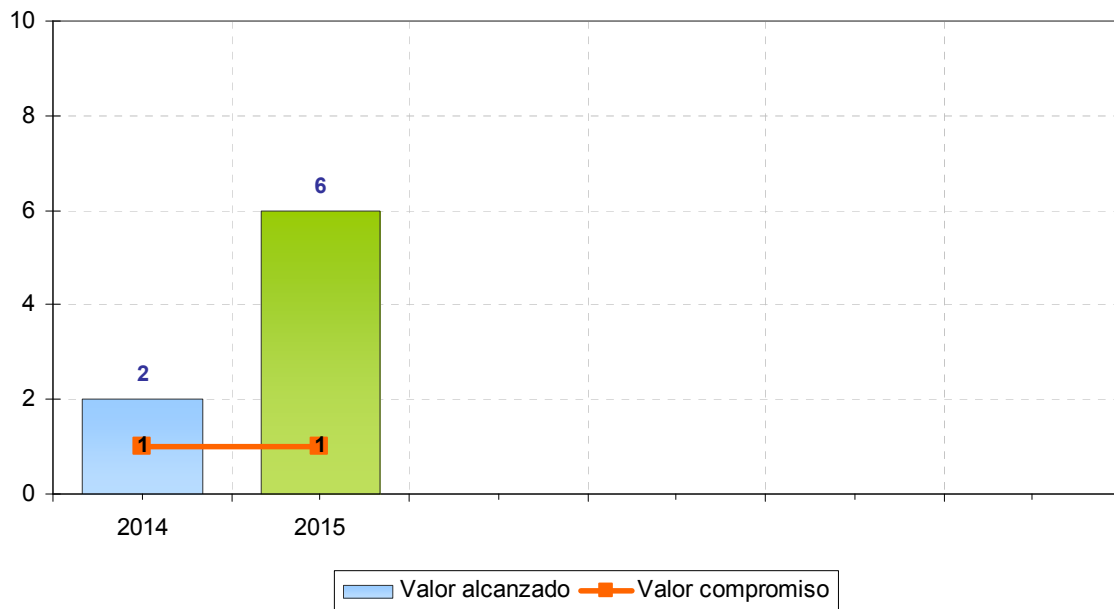


[volver](#)

GRÁFICO 9-a:

A ampliar la oferta web anualmente con un nuevo producto virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.

Unidad de medida: número de productos virtuales

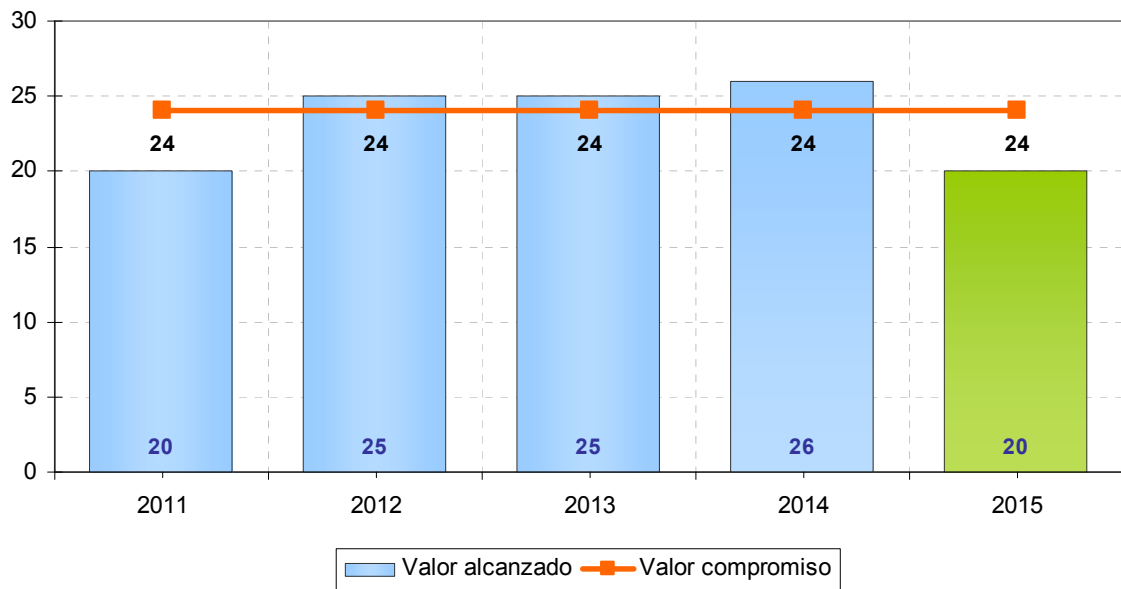


[volver](#)

GRÁFICO 9-b:

A ampliar la oferta web anualmente con un nuevo producto virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.

Unidad de medida: número de post mensuales

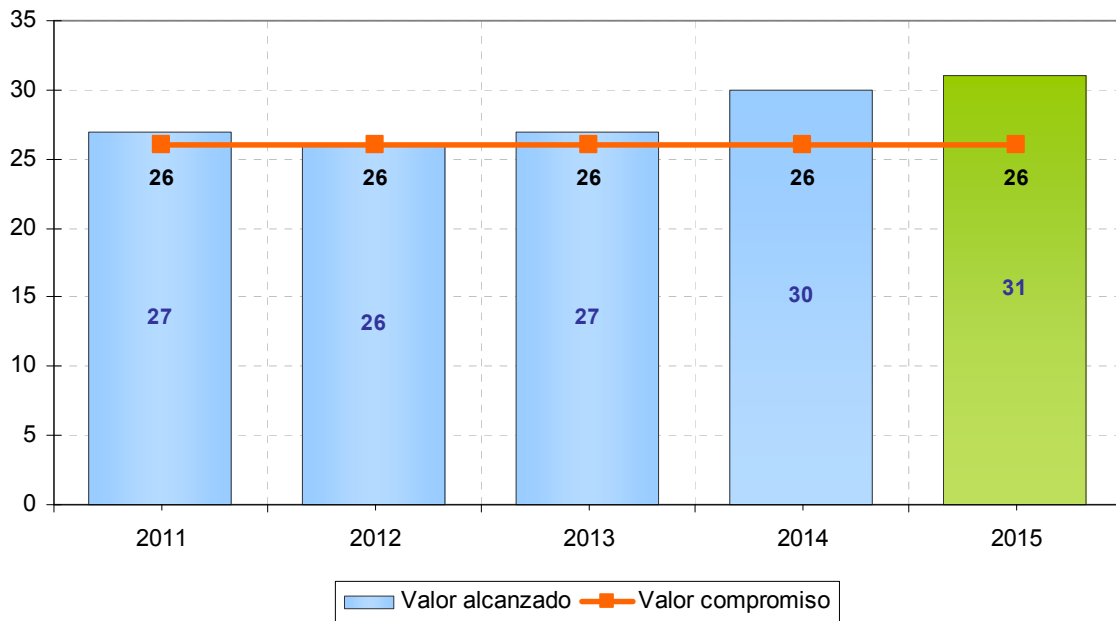


[volver](#)

GRÁFICO 10:

A realizar un mailing virtual por actividad al público al que va dirigido.

Unidad de medida: número de mailings

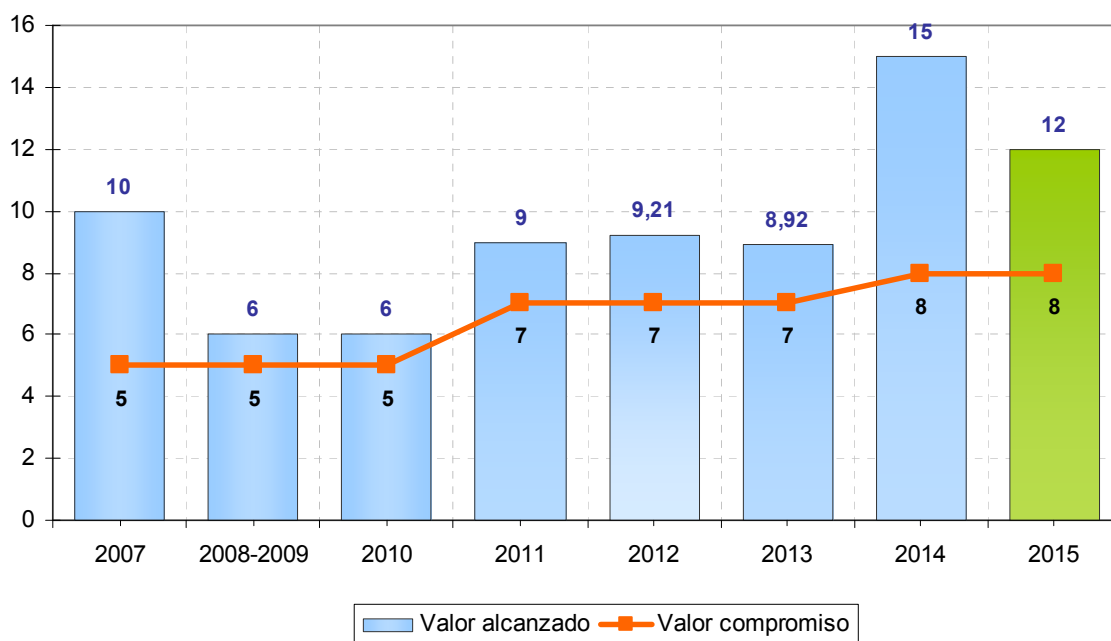


[volver](#)

GRÁFICO 11:

A realizar anualmente 8 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.

Unidad de medida: número de acciones

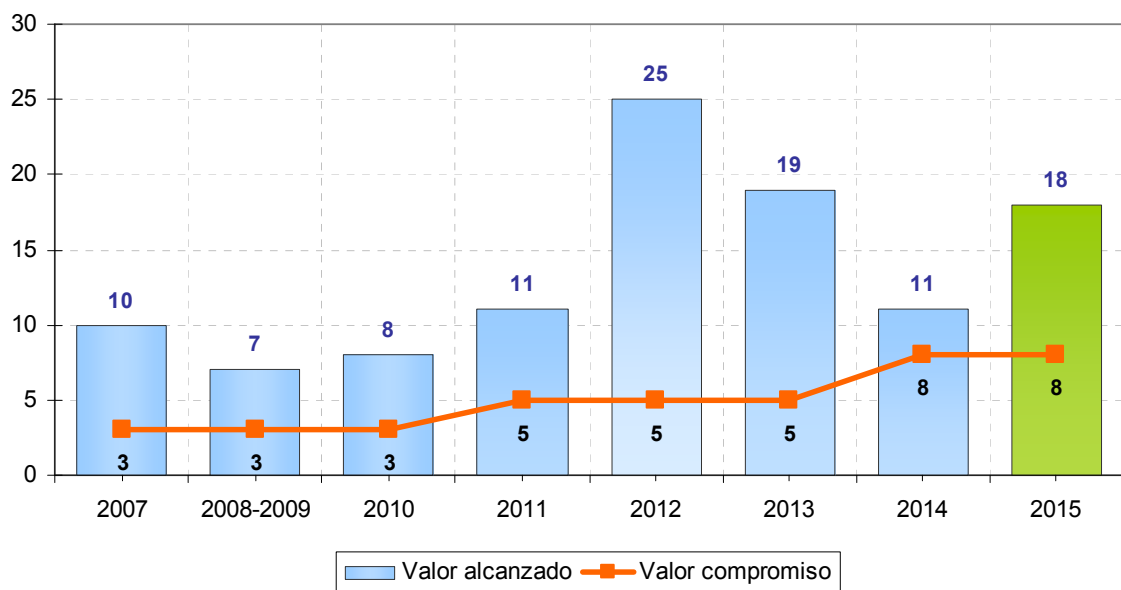


[volver](#)

GRÁFICO 12:

A realizar anualmente 8 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.

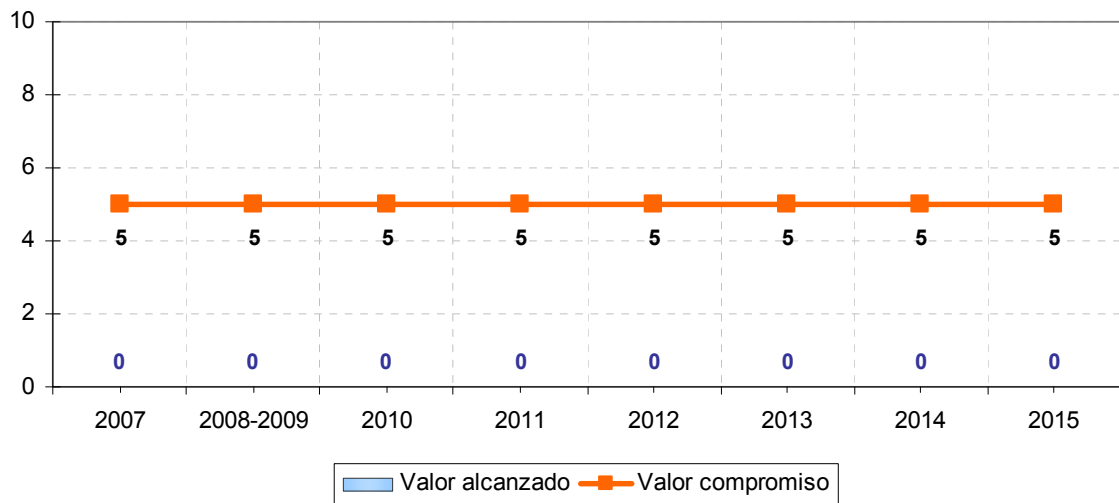
Unidad de medida: número de acciones de colaboración



[volver](#)

GRÁFICO 13-a:
A atender con trato amable.

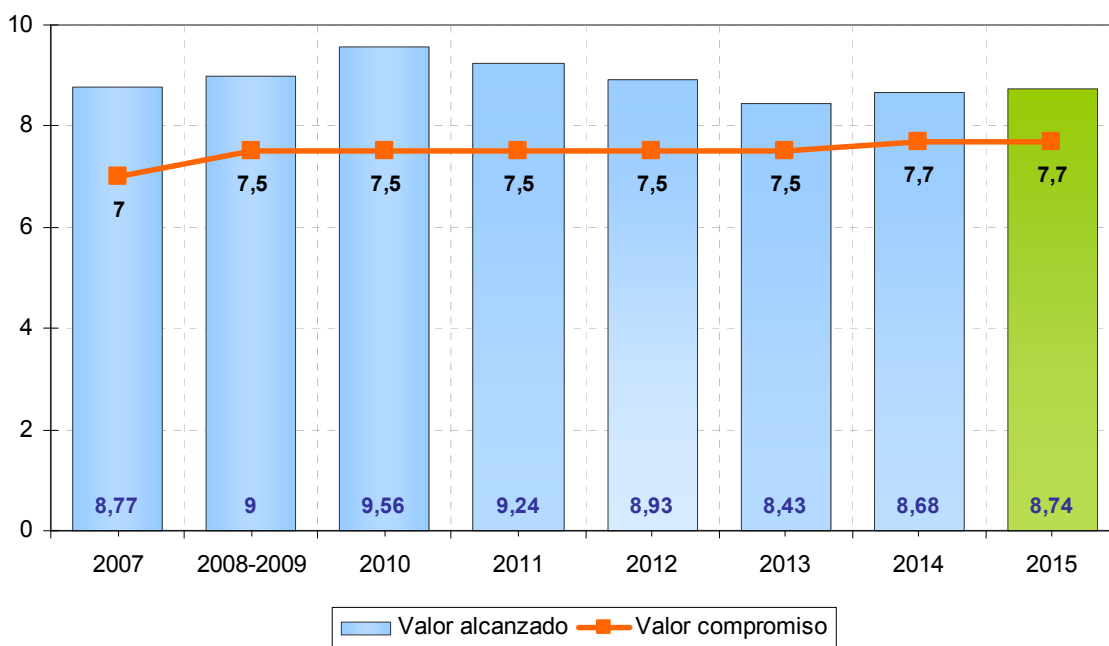
Unidad de medida: número de quejas



[volver](#)

GRÁFICO 13-b:
A atender con trato amable.

Unidad de medida: índice de satisfacción



[volver](#)

GRÁFICO 14:

A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas.

Unidad de medida: índice de satisfacción

