

## RESULTADO DE LA CARTA DE SERVICIOS DEL MUSEO ZUMALAKARREGI 2011

COMPROMISO		RESULTADO		
<u>DOCUMENTACIÓN E INVESTIGACIÓN</u>	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%	94,59 %		
	Valoración > 7,5	9,33		
A actualizar mensualmente las novedades del catálogo de los fondos bibliográficos y documentales.	= 12	12		
<u>EXPOSICIONES TEMPORALES</u>	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A itinerar una exposición temporal anualmente en colaboración con otras instituciones.	1	0		A pesar de haber dedicado tiempo y esfuerzo a promocionar la itinerancia de las exposiciones, el resultado, por falta de financiación, ha sido negativo.
<u>EDUCATIVO</u>	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A personalizar la visita guiada (temática, dinámica, participación, duración) a las características de los grupos de escolares y adultos, potenciando la participación activa de los visitantes.	> 7,5	7,96		
A itinerar una "pieza histórica" 4 veces al año entre los diferentes colectivos de Gipuzkoa.	A realizar > = 4	6		
	Valoración > 7,5	9,95		
A realizar 4 talleres interactivos y juegos de animación al año dirigidos a escolares y grupos de tiempo libre (taller de verano, taller de Navidad, ginkana primaveral, talleres para familias).	A realizar > 4	5		
	Valoración > 7,5	9,43		
<u>WEB</u>	Valor compromiso	Valor alcanzado		Observaciones
A actualizar mensualmente los contenidos de la Web en euskera y español.	= 12	12		
	Valoración > 7,5	9,85		
A realizar anualmente una exposición virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.	1 – 24	2 - 20	  	En lugar de realizar una exposición virtual se han publicado dos: · Galería de imágenes: "La mujer vasca en la visión de los ilustradores del siglo XIX". · La guerra de África (1859-1860) Se han publicado 20 post de carácter histórico. La dedicación necesaria para la preparación de estas exposiciones y el objetivo de

				destacar cada proyecto, nos ha llevado a publicar un número inferior de post que el compromiso adquirido.
<b><u>DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN</u></b>	<b>Valor compromiso</b>	<b>Valor alcanzado</b>		<b>Observaciones</b>
A realizar un mailing virtual por actividad al público al que va dirigido.	= > 27	27		
A reeditar anualmente el catálogo de "Servicios y actividades didácticas".	1	1	---	
<b><u>COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y AGENTES</u></b>	<b>Valor compromiso</b>	<b>Valor alcanzado</b>		<b>Observaciones</b>
A realizar anualmente 7 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.	> = 7	9		
A realizar anualmente 5 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.	> 5	11		
	Valoración > 7,5	8		
<b><u>ATENCIÓN AL PÚBLICO</u></b>	<b>Valor compromiso</b>	<b>Valor alcanzado</b>		<b>Observaciones</b>
A atender con trato amable.	Quejas < 5	0		No se ha recibido ni una sola queja.
	Valoración > 7,5	9,24		
A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas.	> 7,5	8,38		

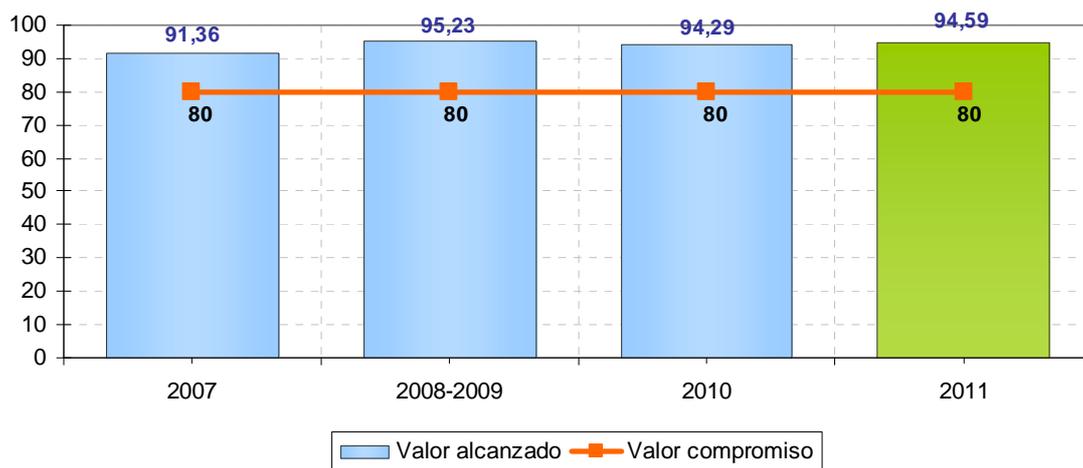
[volver](#)

## INDICE DE GRÁFICOS

### GRÁFICO 1-a:

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

Unidad de medida: porcentaje

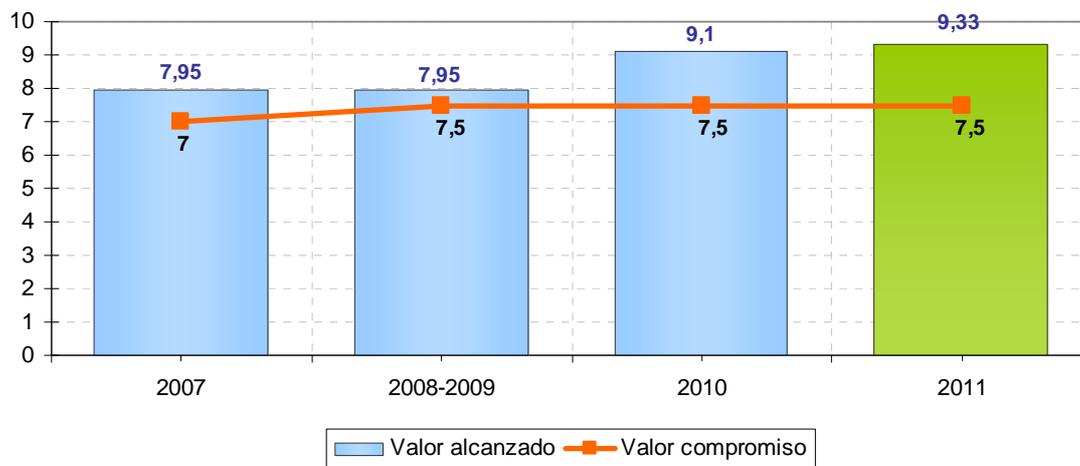


[volver](#)

**GRÁFICO 1-b:**

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

Unidad de medida: índice de satisfacción

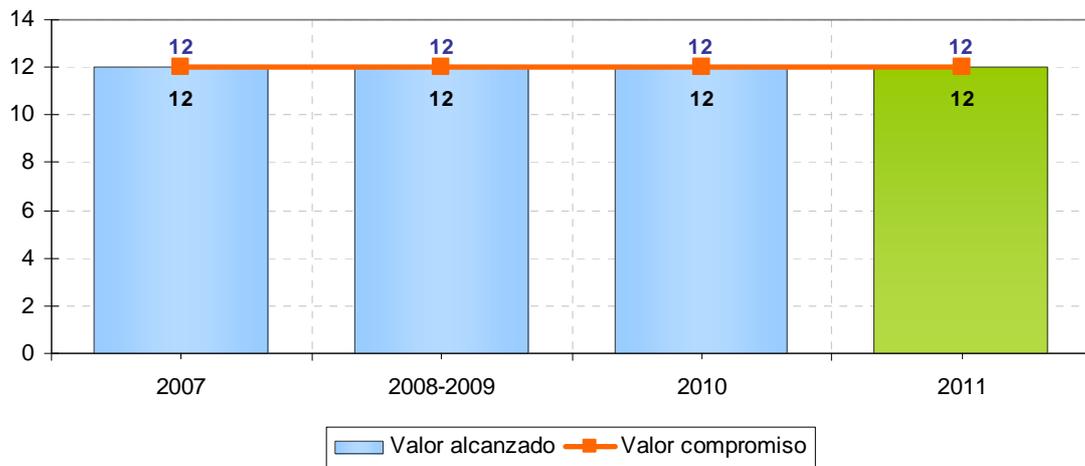


[volver](#)

**GRÁFICO 2:**

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

**Unidad de medida: número de actualizaciones**

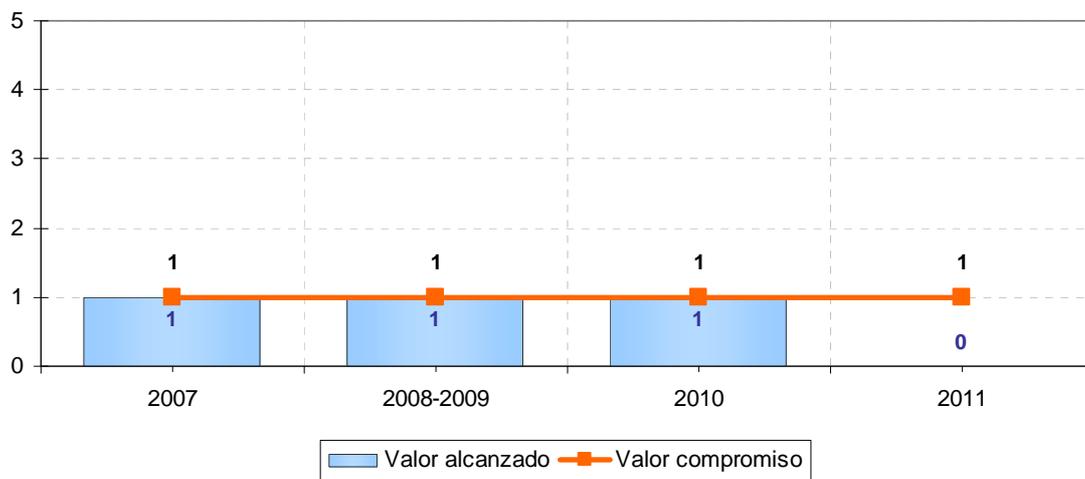


[volver](#)

**GRÁFICO 3:**

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

**Unidad de medida: número de exposiciones**

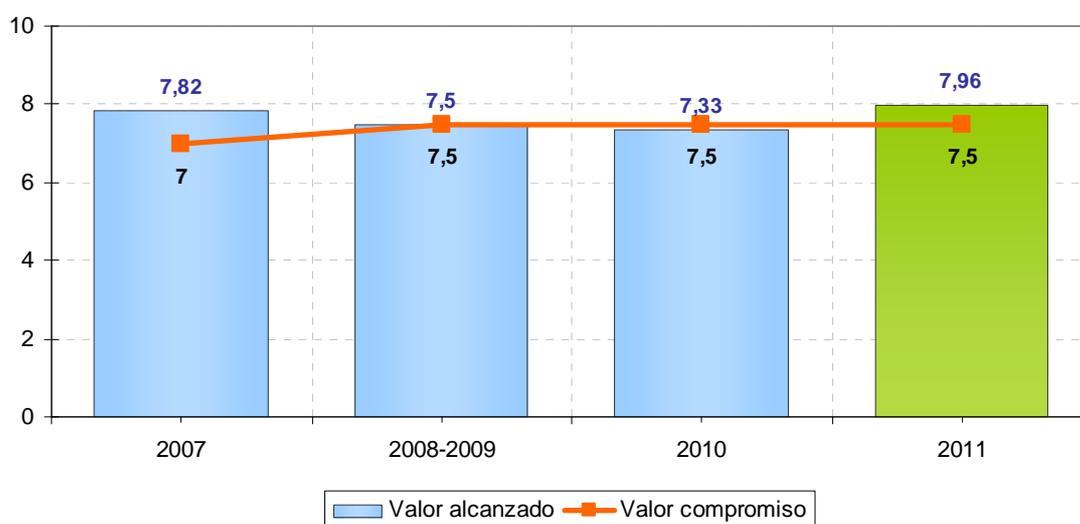


[volver](#)

**GRÁFICO 4:**

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

Unidad de medida: índice de satisfacción

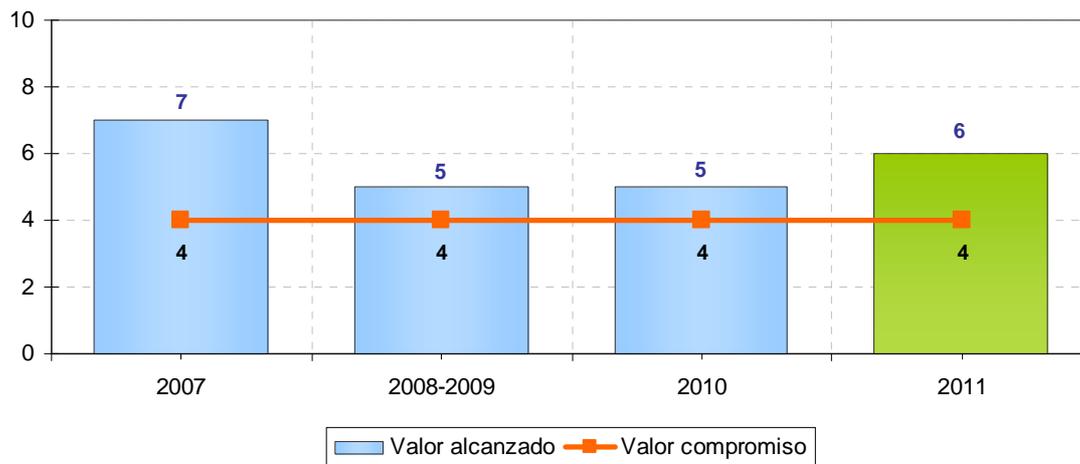


[volver](#)

**GRÁFICO 5-a:**

A itinerar una “pieza histórica” 4 veces al año entre los diferentes colectivos de Gipuzkoa.

**Unidad de medida: número de itineraciones**

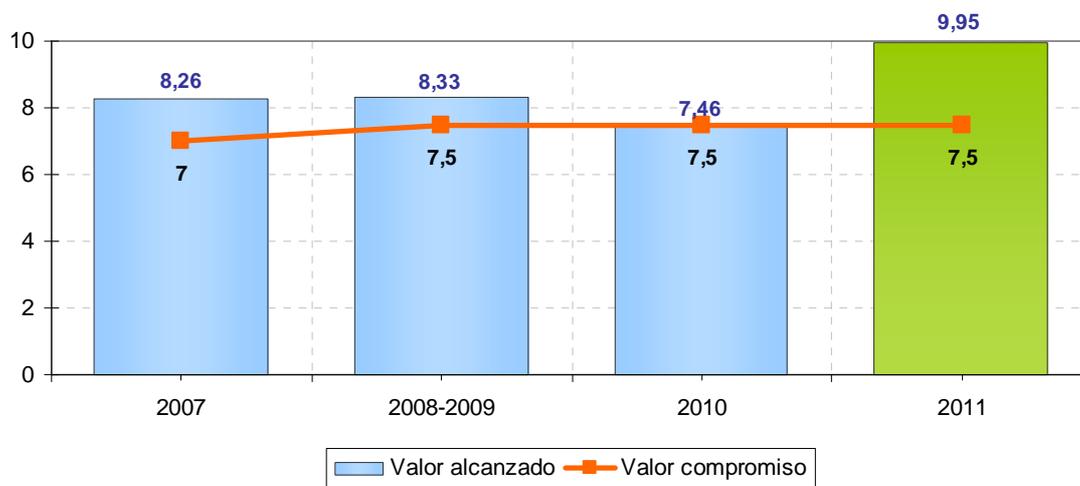


[volver](#)

**GRÁFICO 5-b:**

A itinerar una “pieza histórica” 4 veces al año entre los diferentes colectivos de Gipuzkoa.

Unidad de medida: índice de satisfacción

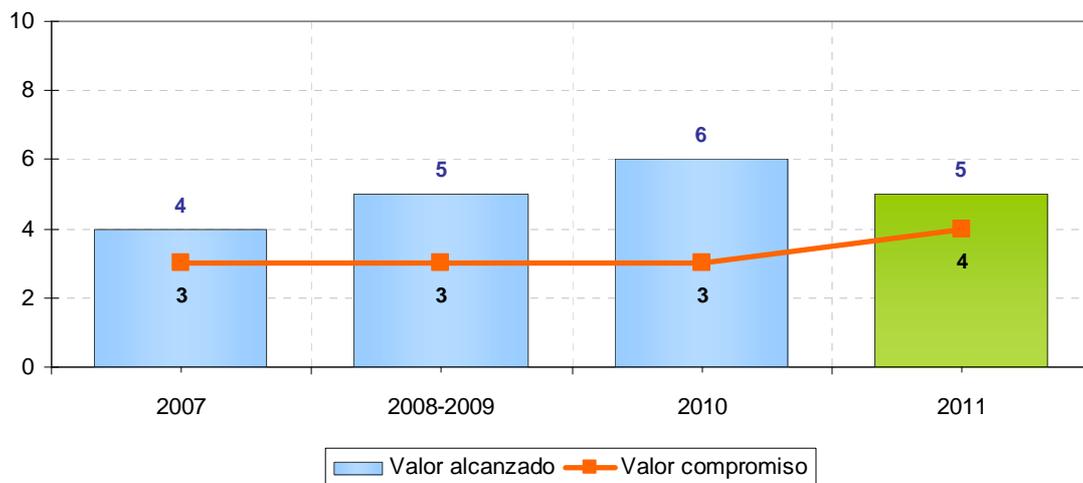


[volver](#)

**GRÁFICO 6-a:**

A realizar 4 talleres interactivos y juegos de animación al año dirigidos a escolares y grupos de tiempo libre (taller de verano, taller de Navidad, ginkana primaveral, talleres para familias).

**Unidad de medida: número de talleres**

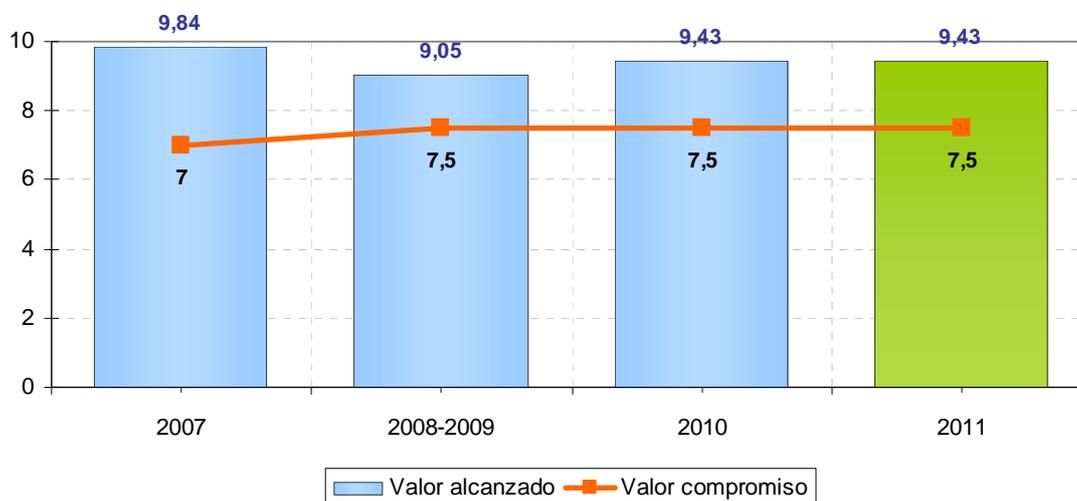


[volver](#)

**GRÁFICO 6-b:**

A realizar 4 talleres interactivos y juegos de animación al año dirigidos a escolares y grupos de tiempo libre (taller de verano, taller de Navidad, ginkana primaveral, talleres para familias).

Unidad de medida: índice de satisfacción

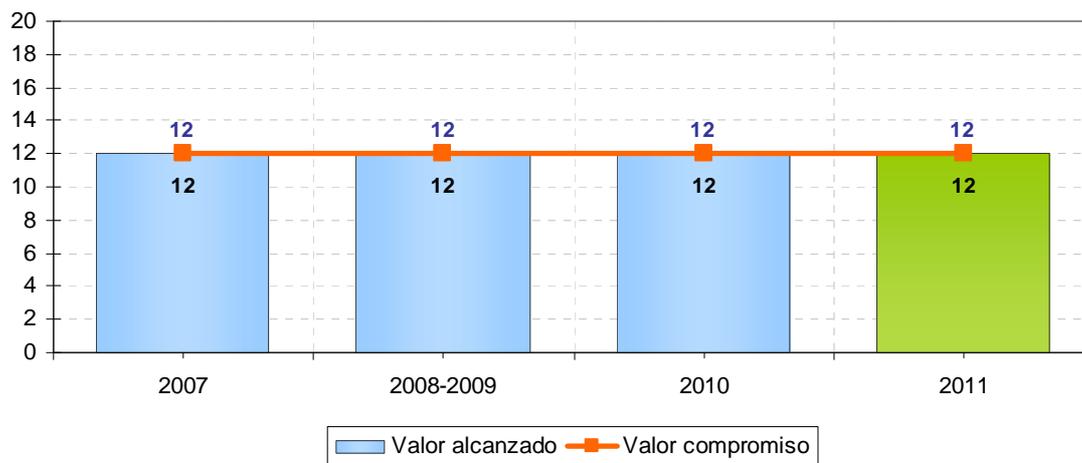


[volver](#)

**GRÁFICO 7-a:**

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

Unidad de medida: número de actualizaciones mensuales

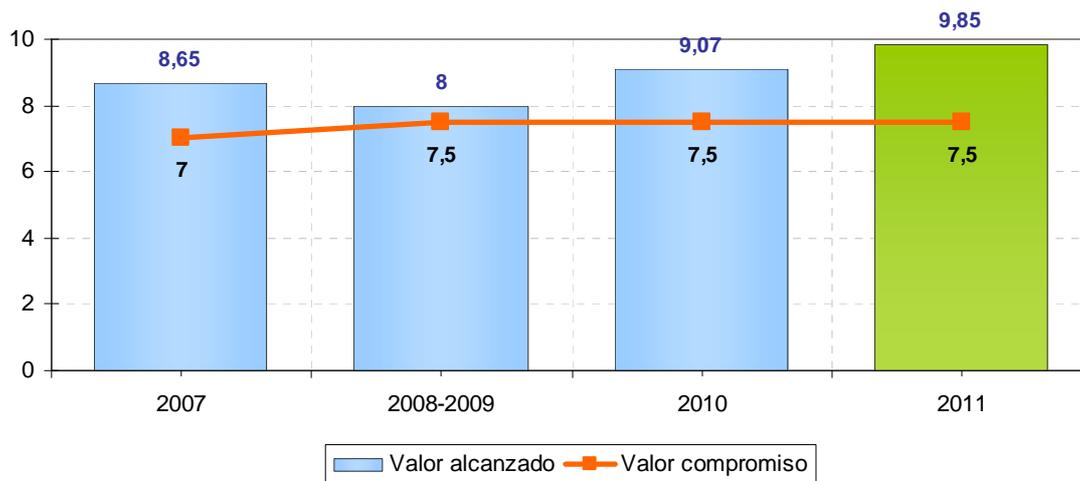


[volver](#)

**GRÁFICO 7-b:**

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

Unidad de medida: índice de satisfacción

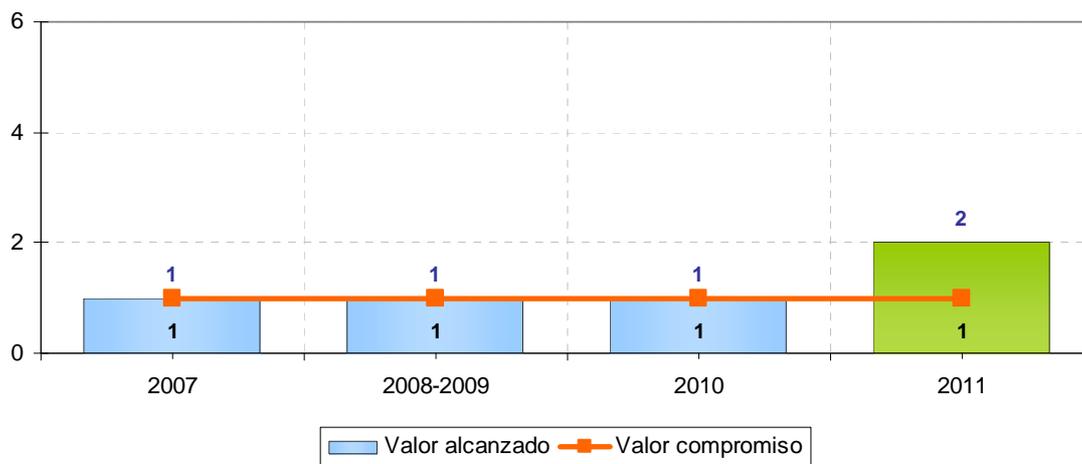


[volver](#)

**GRÁFICO 8-a:**

A realizar anualmente una exposición virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.

**Unidad de medida: número de exposiciones virtuales**

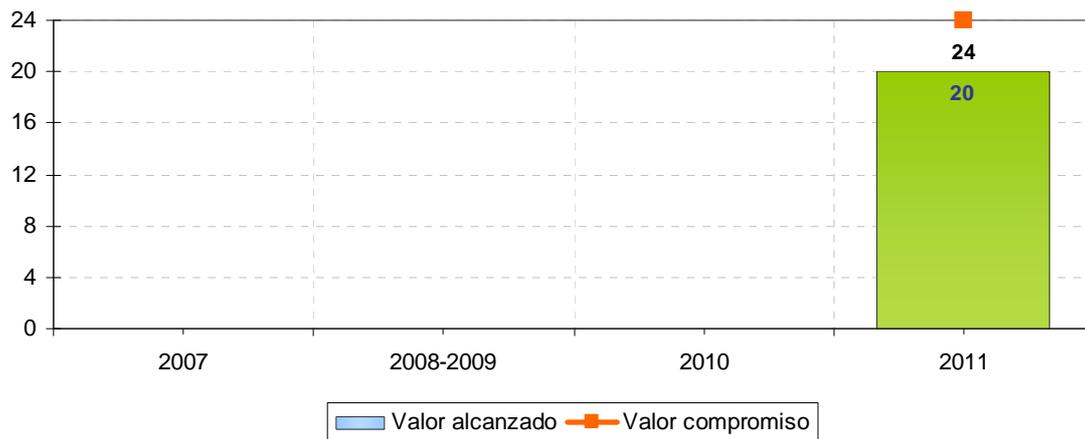


[volver](#)

**GRÁFICO 8-b:**

A realizar anualmente una exposición virtual y mensualmente publicar dos post de carácter histórico en el blog del museo.

Unidad de medida: número de post mensuales

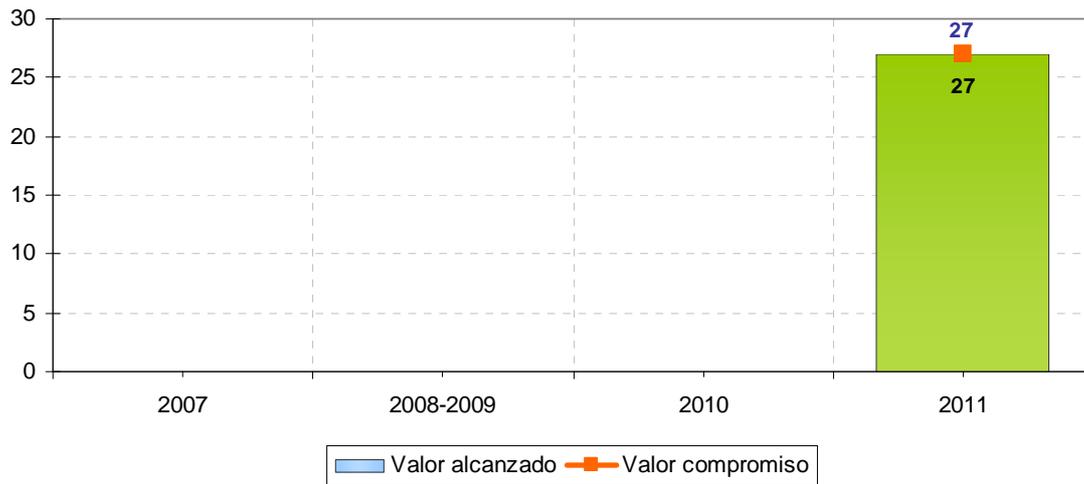


[volver](#)

**GRÁFICO 9:**

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

Unidad de medida: número de mailings

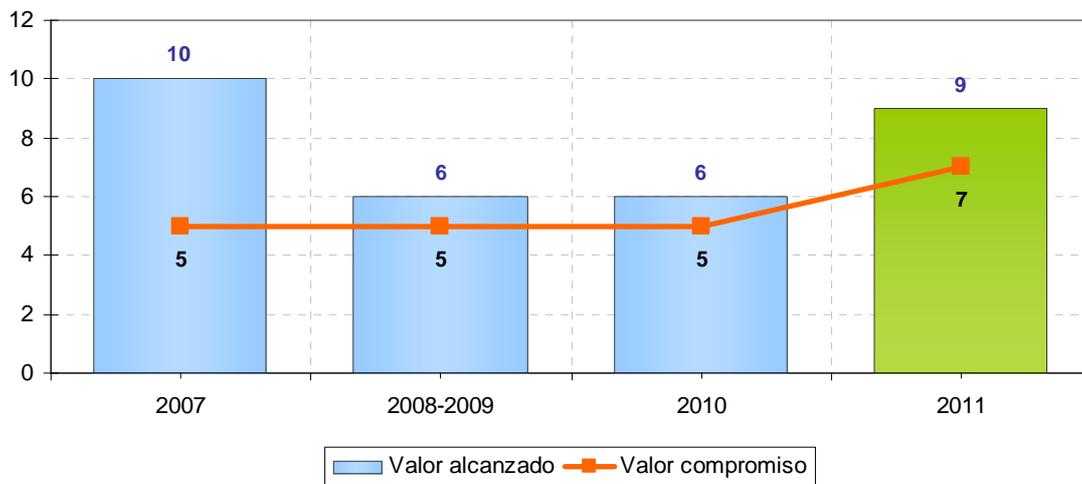


[volver](#)

**GRÁFICO 10:**

A realizar anualmente 7 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.

Unidad de medida: número de acciones

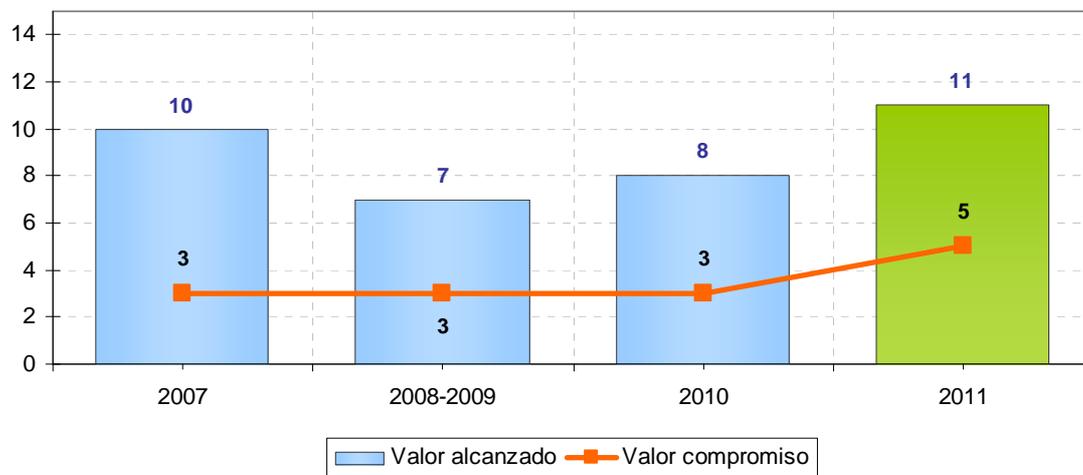


[volver](#)

**GRÁFICO 11-a:**

A realizar anualmente 5 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.

**Unidad de medida: número de acciones de colaboración**

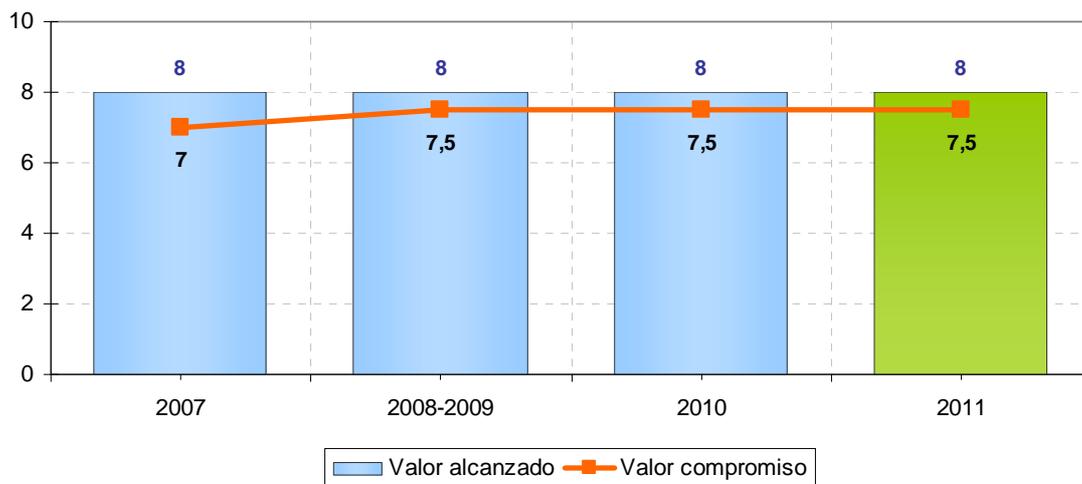


[volver](#)

**GRÁFICO 11-b:**

A realizar anualmente 5 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.

Unidad de medida: índice de satisfacción

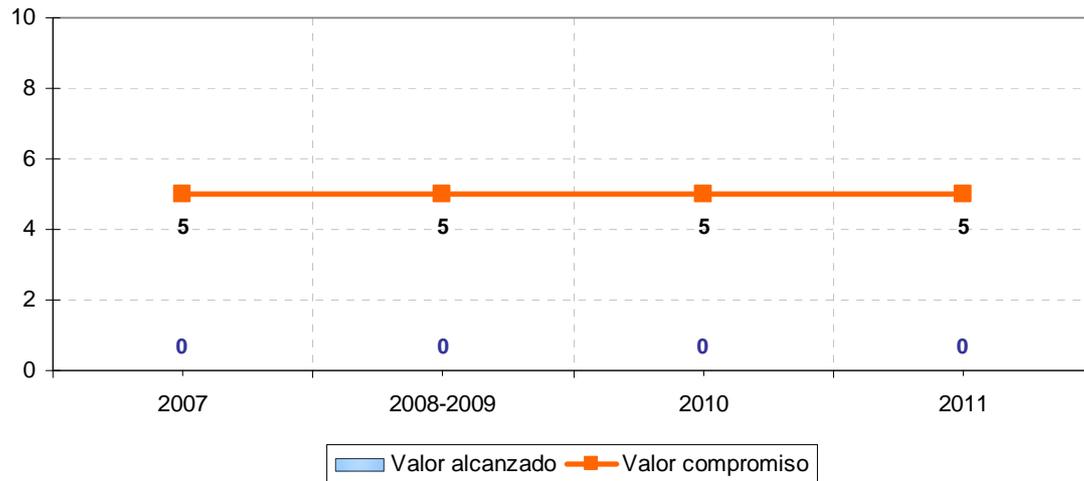


[volver](#)

**GRÁFICO 12-a:**

A atender con trato amable.

Unidad de medida: número de quejas

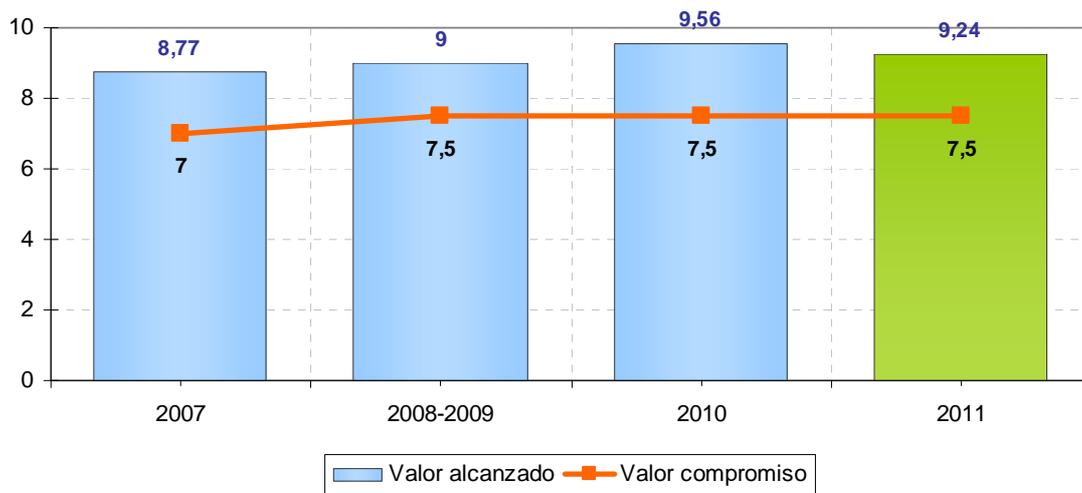


[volver](#)

**GRÁFICO 12-b:**

**A atender con trato amable.**

**Unidad de medida: índice de satisfacción**



[volver](#)

**GRÁFICO 13:**

A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas.

Unidad de medida: índice de satisfacción

