







## RESULTADOS DE LA CARTA DE SERVICIOS DEL MUSEO ZUMALAKARREGI 2016

| COMPROMISO  |                  | RESULTADO         |       |               |
|---|------------------|-------------------|-------|---------------|
| DOCUMENTACION E INVESTIGACIÓN   | Valor compromiso | Valor alcanzado   | Gráf. | Observaciones |
| A responder a un 80% de las consultas y solicitudes en un plazo no superior a 48 horas.   | > 80%            | 97,30 %           |       |               |
| A actualizar mensualmente las novedades del catálogo de los fondos bibliográficos y documentales.   | = 12             | 12                |       |               |
| EXPOSICIONES TEMPORALES   | Valor compromiso | Valor alcanzado   |       | Observaciones |
| A producir una exposición temporal anualmente en colaboración con otras instituciones.  | 1                | 3                 |       |               |
| 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             | 34 + 3 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 personas visitantes, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10. | > 7,8            | 7,83              |       |               |
| 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 7,8 sobre 10.  | A realizar ≥ 4   | 24                |       |               |
|   | Valoración > 7,8 | 8,70              |       |               |
| 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 7,8 sobre 10.                                | A realizar > 12  | 29                |       |               |
|   | Valoración > 7,8 | 7,94              |       |               |
| 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 7,8 sobre 10.  | = 12             | 12                |       |               |
|   | Valoración > 7,8 | 8,80              |       |               |
| Ampliar la oferta web anualmente con un nuevo producto virtual y mensualmente publicar un post de carácter histórico en el blog del museo.  | 1 – 12           | 1 - 16            |       |               |

| <b>DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN</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.   | ≥ 26                    | 27                     |    |                                      |
| A reeditar anualmente el catálogo de "Servicios y actividades didácticas".   | 1                       | 1                      | ---   |                                      |
| <b>COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y AGENTES</b>  | <b>Valor compromiso</b> | <b>Valor alcanzado</b> |   | <b>Observaciones</b>                 |
| Realizar anualmente 12 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.   | ≥ 12                    | 25                     |    |                                      |
| Realizar anualmente 12 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.                                  | ≥ 12                    | 19                     |    |                                      |
| <b>ATENCIÓN AL PÚBLICO</b>   | <b>Valor compromiso</b> | <b>Valor alcanzado</b> |   | <b>Observaciones</b>                 |
| A atender con trato amable y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10.  | Quejas < 5              | 0                      |    | No se ha recibido ni una sola queja. |
|  | Valoración > 7,8        | 8,64                   |    |                                      |
| A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10. | > 7,8                   | 8,53                   |  |                                      |

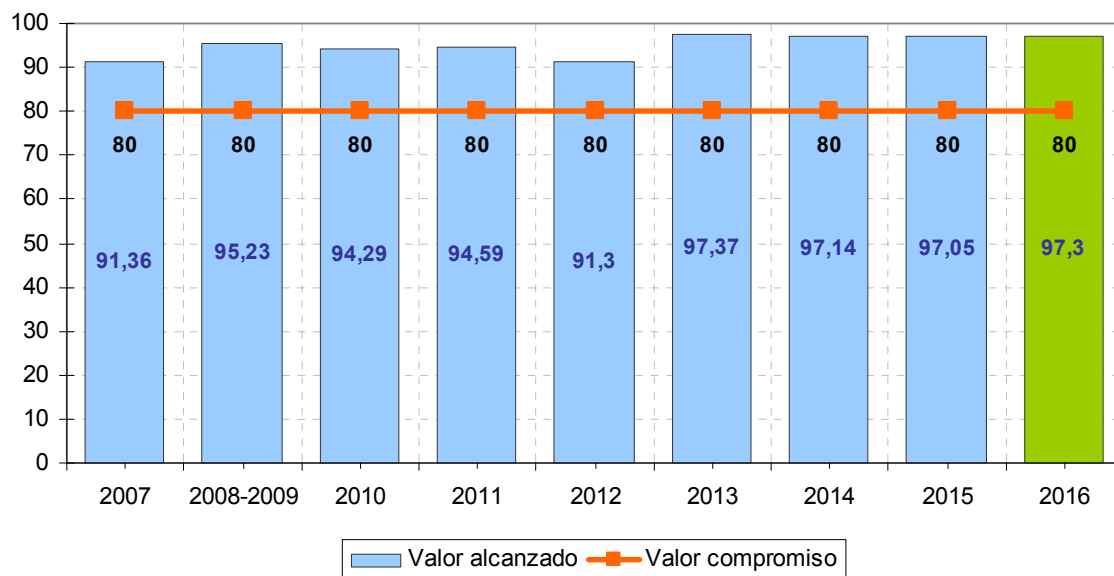
[volver](#)

## INDICE 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

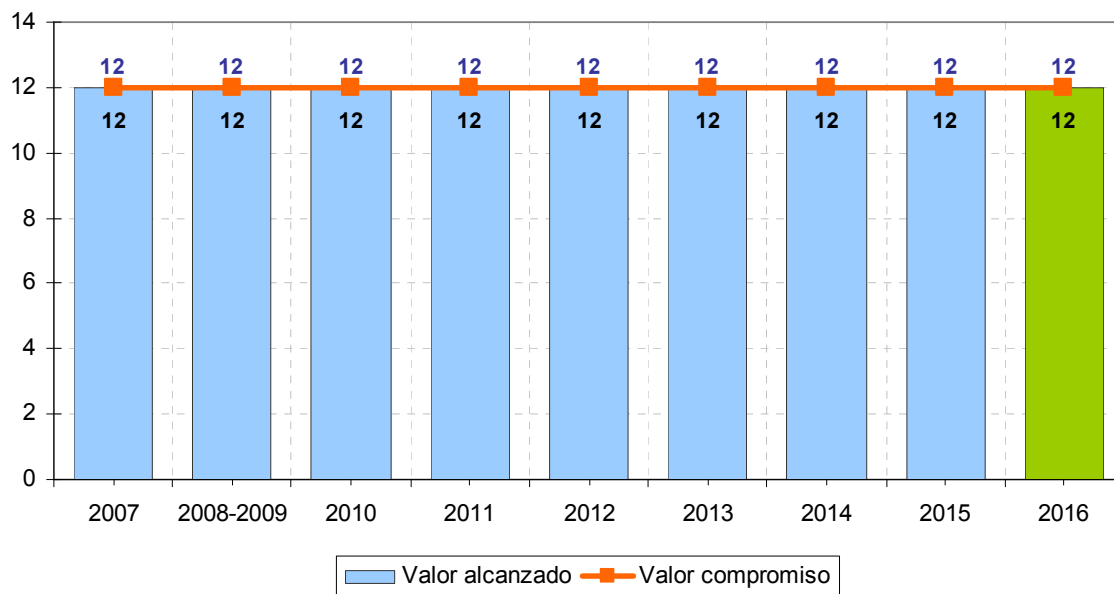


[volver](#)

**GRÁFICO 2:**

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

Unidad de medida: número de actualizaciones

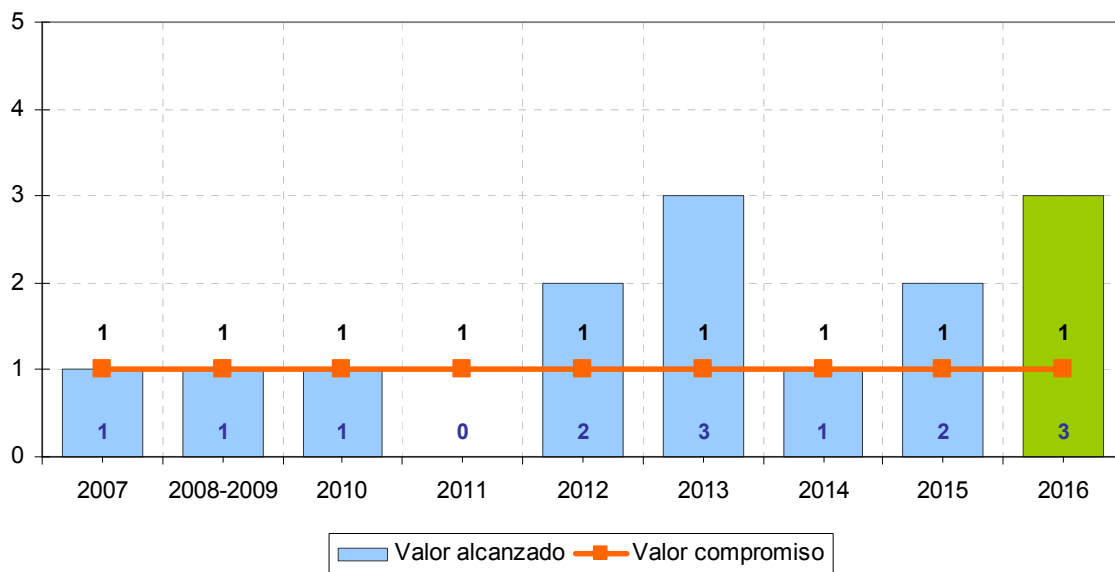


[volver](#)

**GRÁFICO 3:**

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

Unidad de medida: número de exposiciones

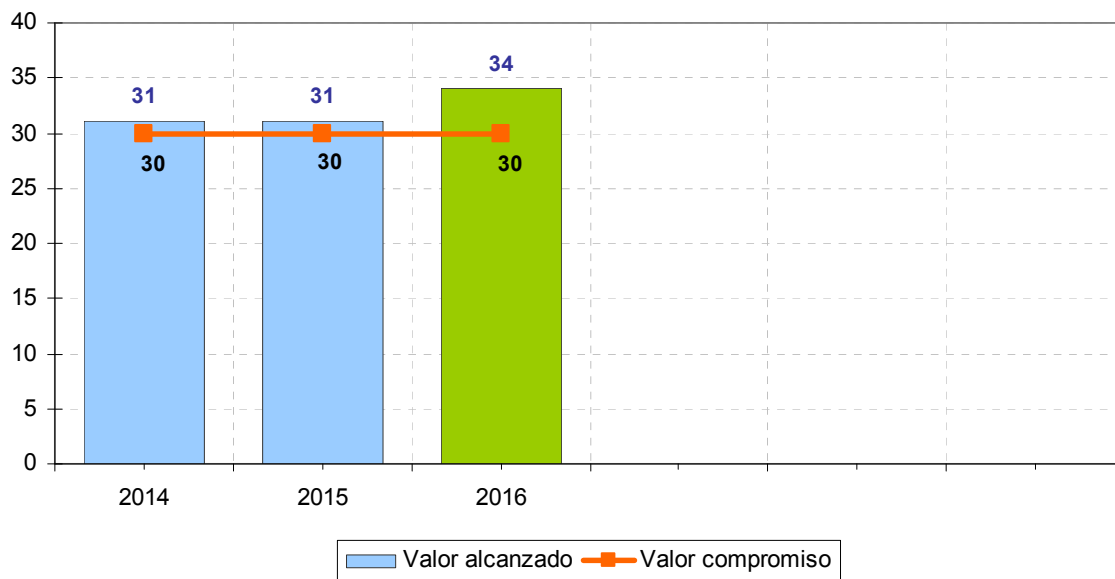


[volver](#)

**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 educativas especiales.**

**Unidad de medida: número de visitas**

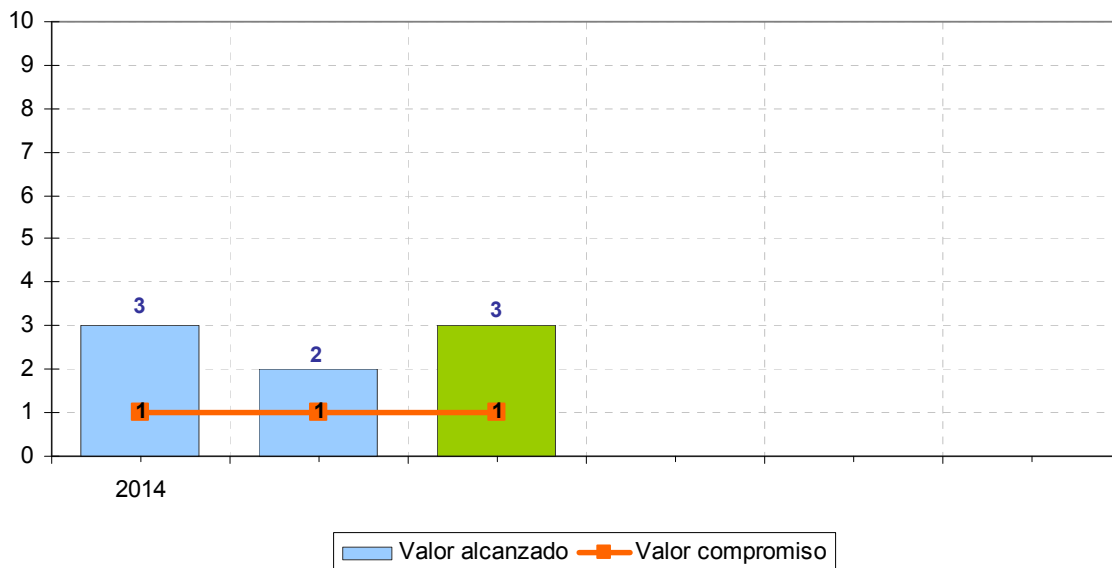


[volver](#)

**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 educativas especiales.**

**Unidad de medida: número de visitas con necesidades especiales**

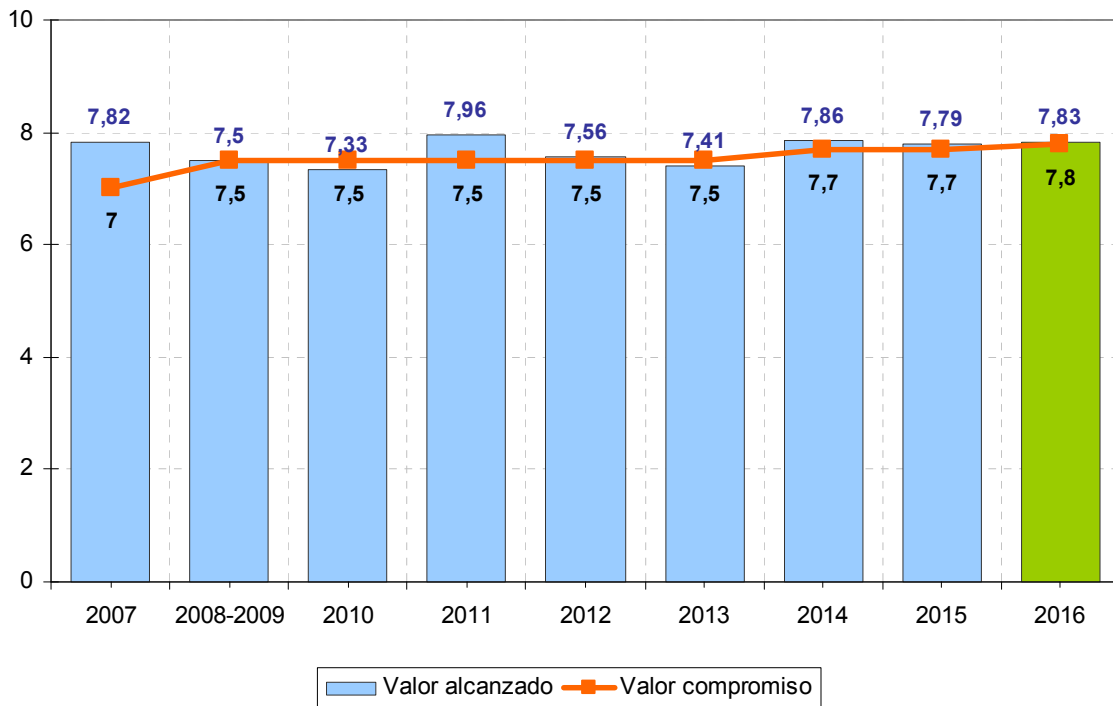


[volver](#)

**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 personas visitantes, y a que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10.

Unidad de medida: índice de satisfacción



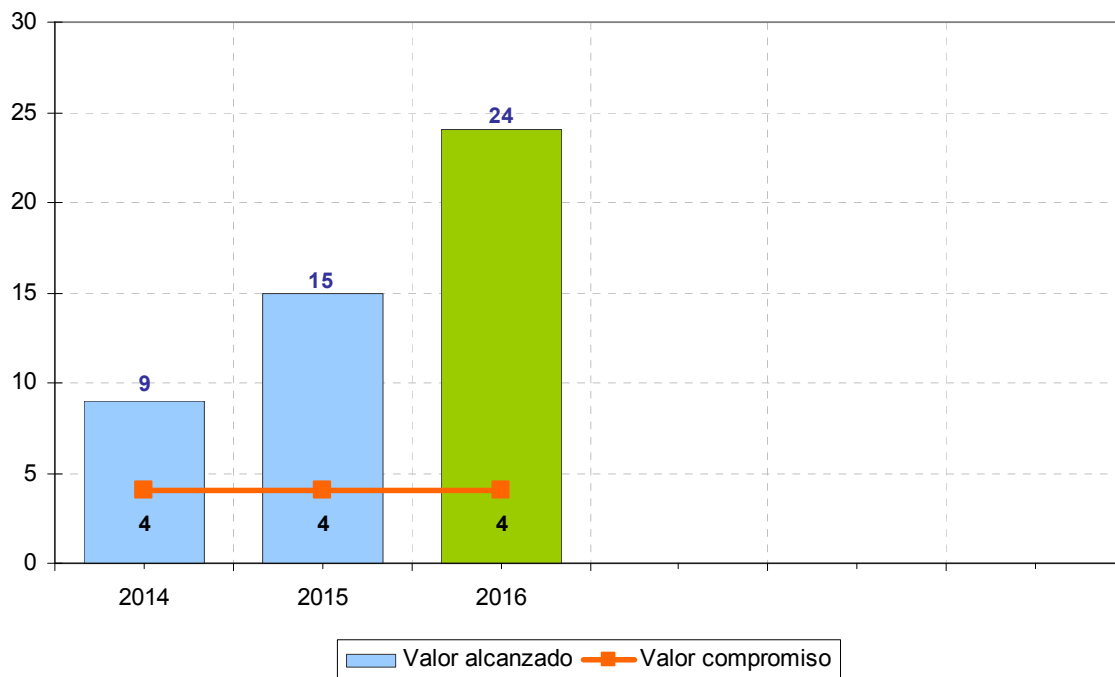


[volver](#)

GRÁFICO 6-a:

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

Unidad de medida: número de actividades

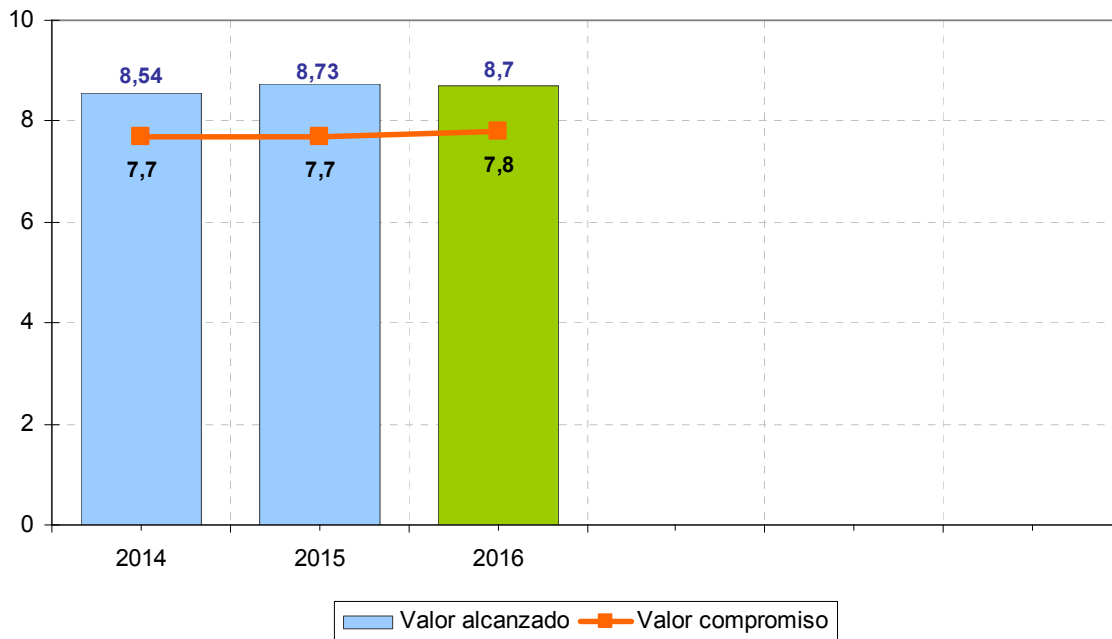


[volver](#)

**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 7,8 sobre 10.**

Unidad de medida: índice de satisfacción

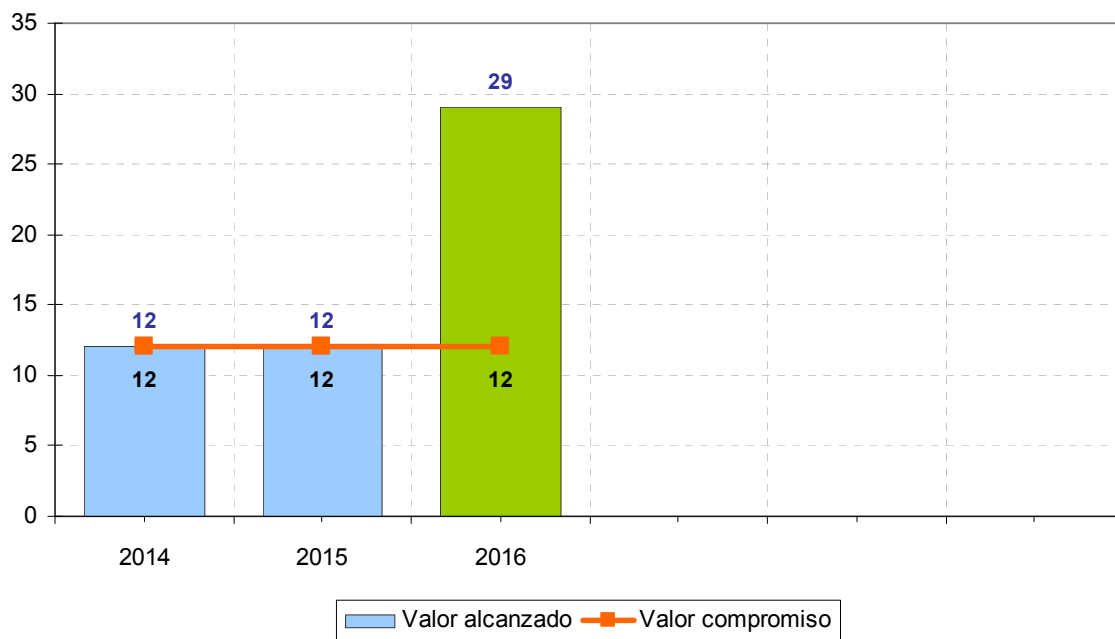


[volver](#)

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

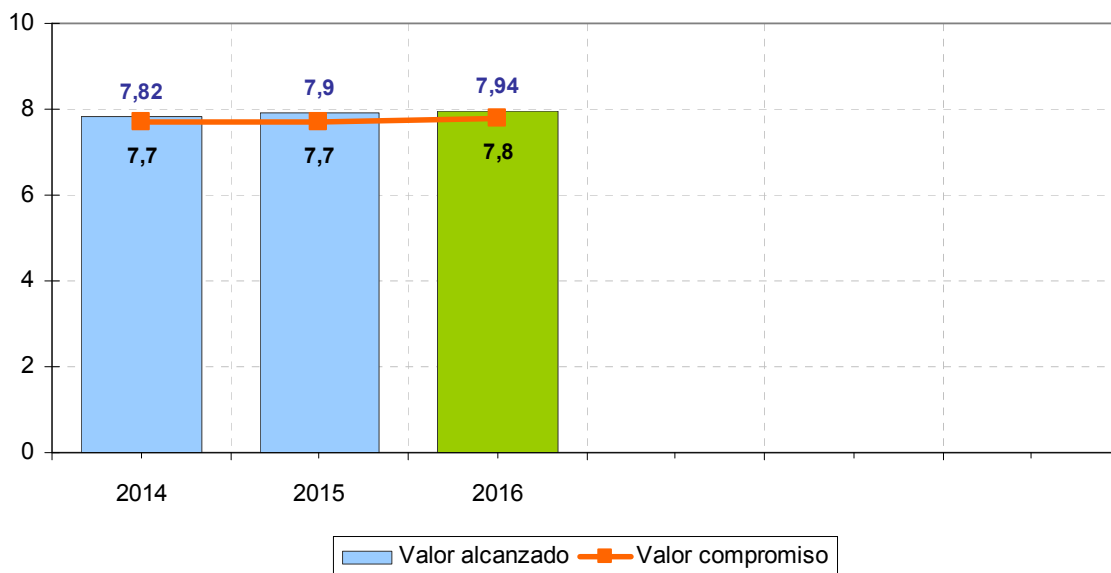


[volver](#)

**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 7,8 sobre 10.**

Unidad de medida: índice de satisfacción

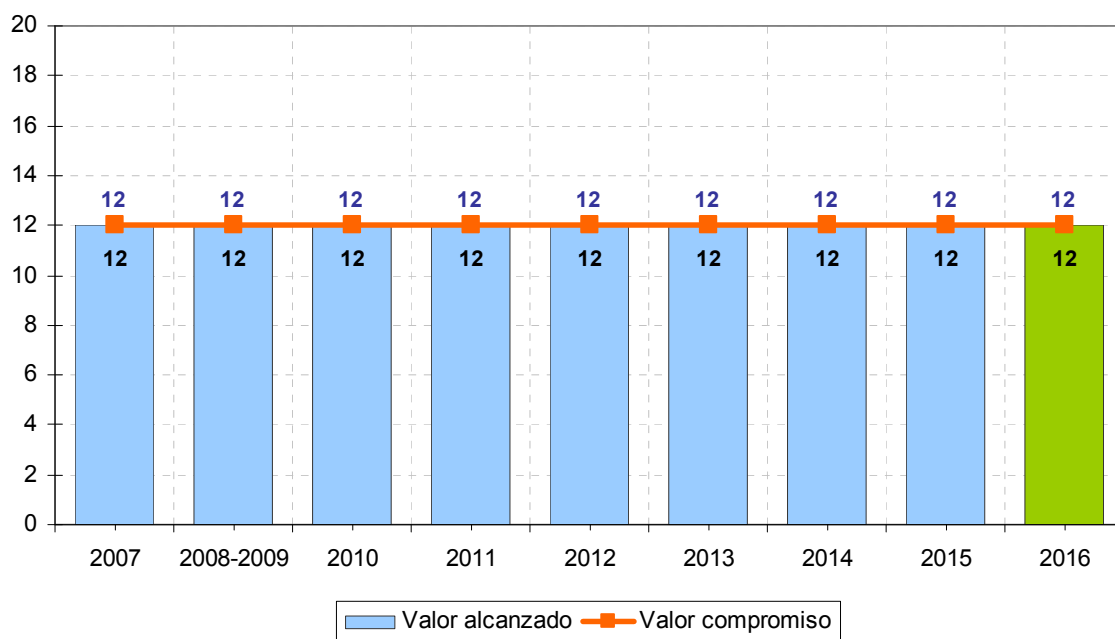


[volver](#)

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

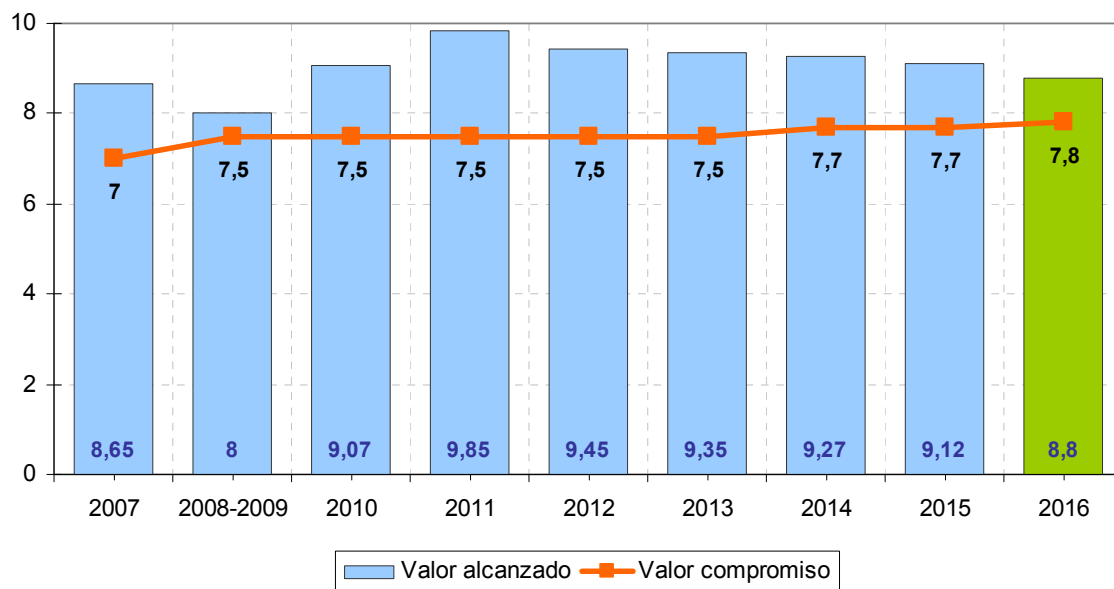


[volver](#)

**GRÁFICO 8-b:**

A actualizar mensualmente los contenidos de las secciones dinámicas de la Web en euskera, español, y a que **la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10.**

Unidad de medida: índice de satisfacción

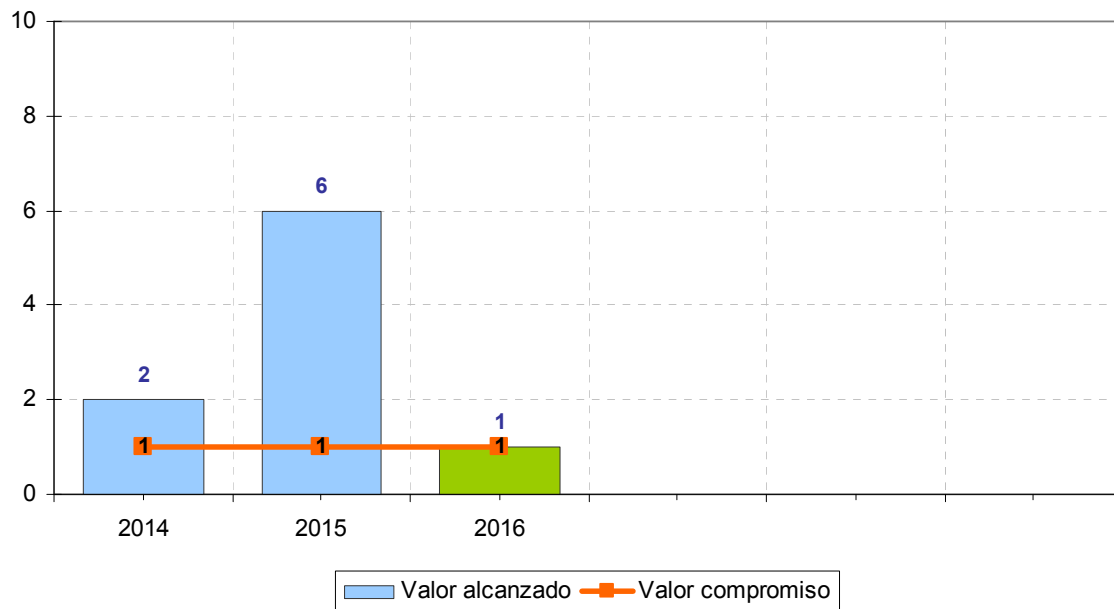


[volver](#)

**GRÁFICO 9-a:**

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

Unidad de medida: número de productos virtuales

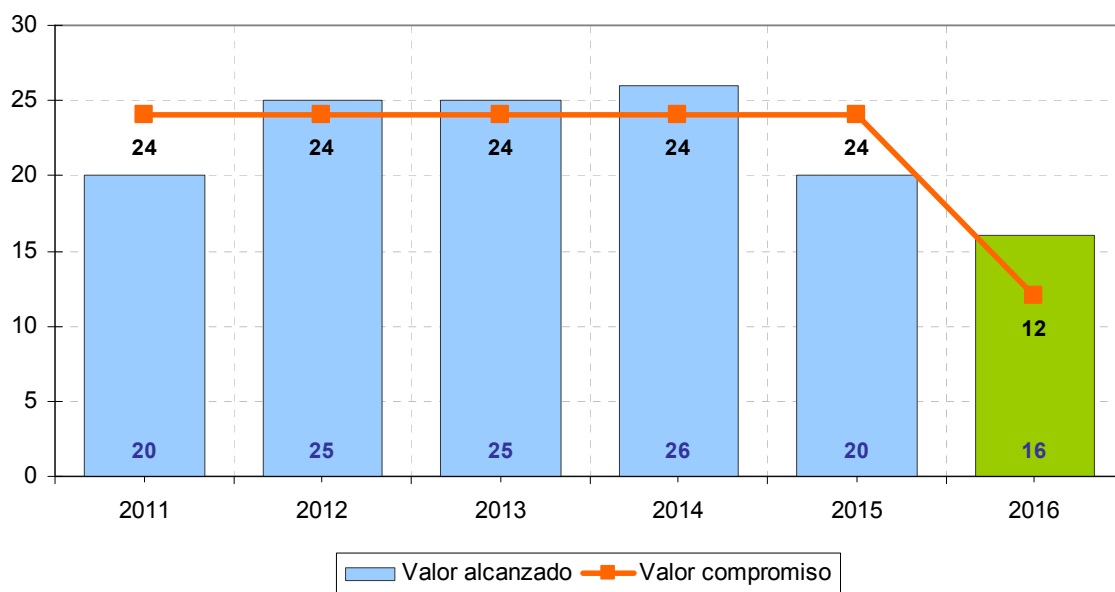


[volver](#)

**GRÁFICO 9-b:**

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

Unidad de medida: número de post mensuales



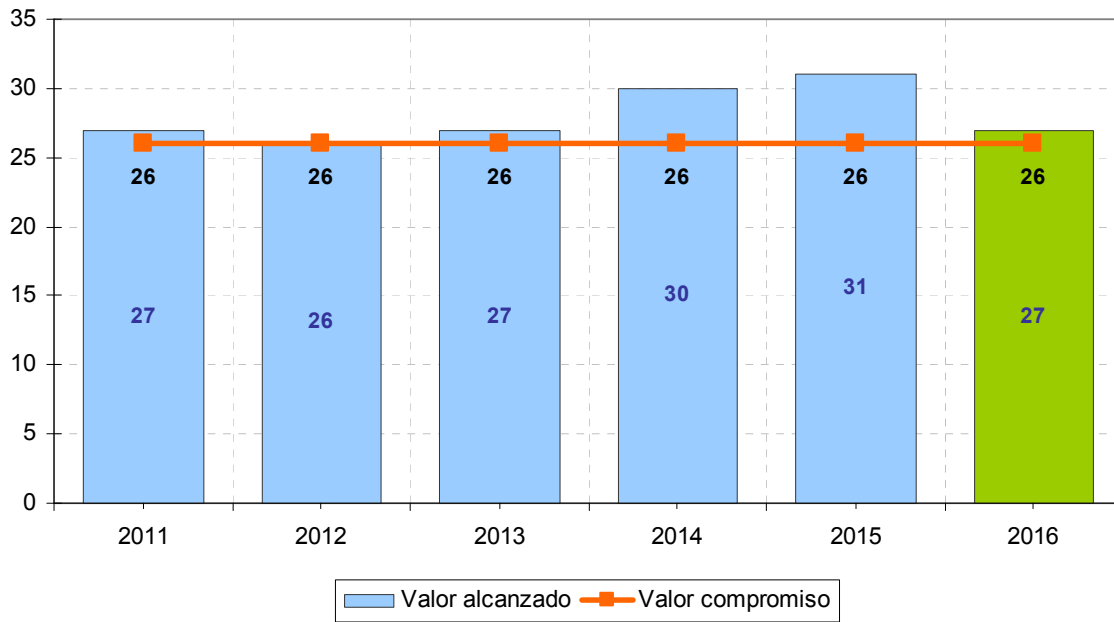


[Volver](#)

**GRÁFICO 10:**

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

Unidad de medida: número de mailings

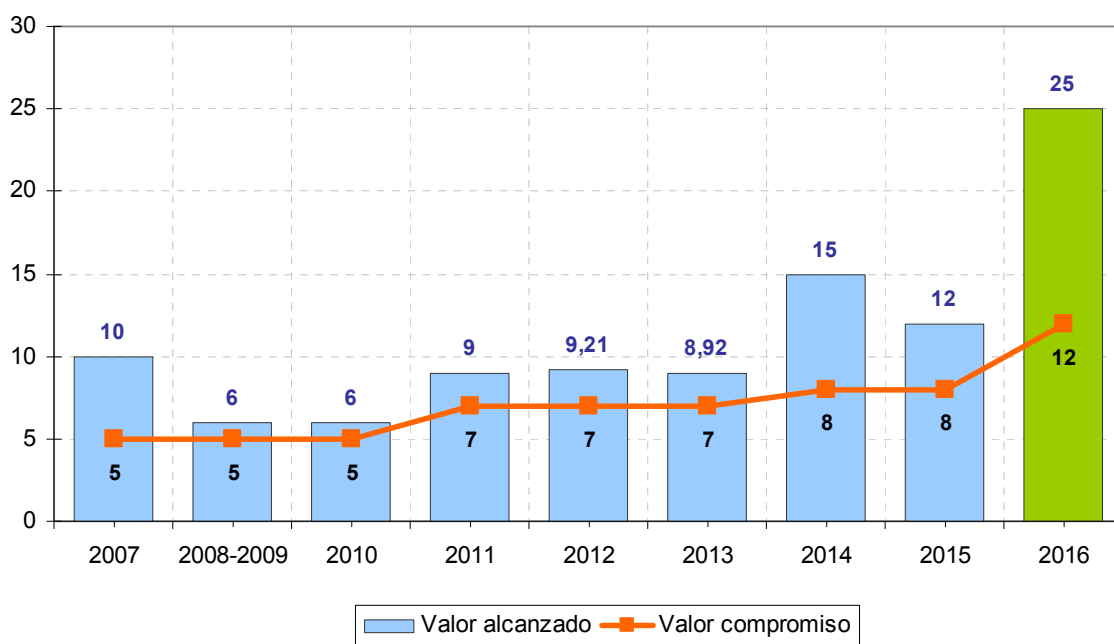


[Volver](#)

**GRÁFICO 11:**

Realizar anualmente 12 acciones culturales y turísticas en colaboración con agentes del entorno.

Unidad de medida: número de acciones

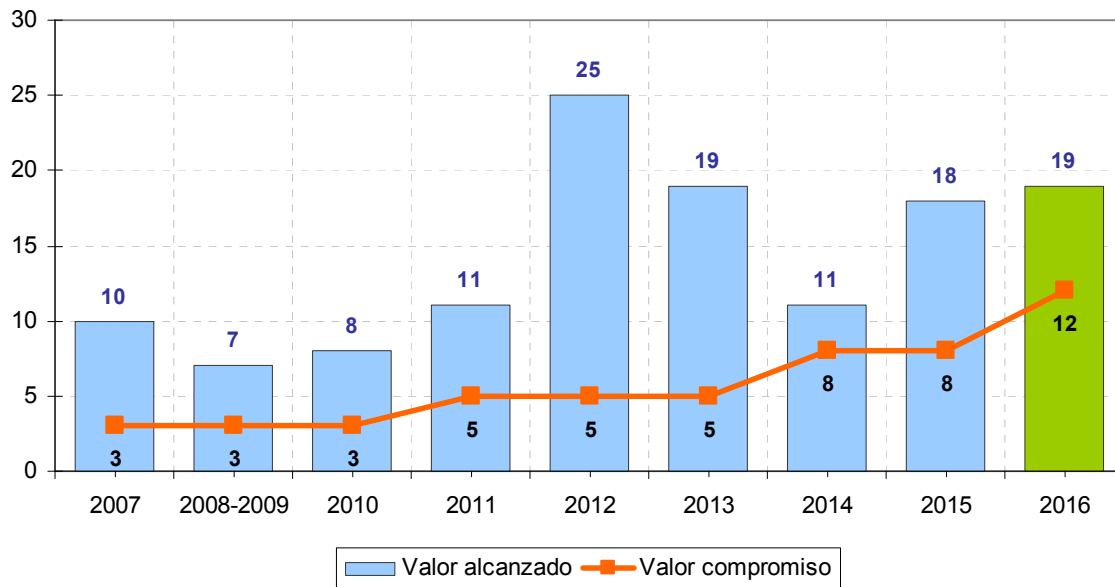


[Volver](#)

**GRÁFICO 12:**

Realizar anualmente 12 acciones en colaboración con otros museos, instituciones científicas, universidades y especialistas.

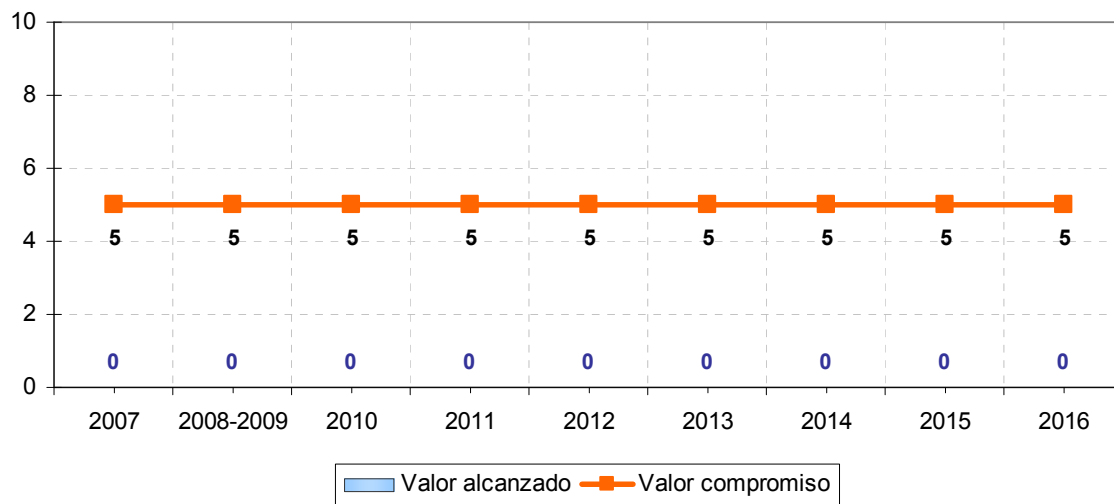
**Unidad de medida: número de acciones de colaboración**



[Volver](#)

**GRÁFICO 13-a:**  
A atender con trato amable.

Unidad de medida: número de quejas

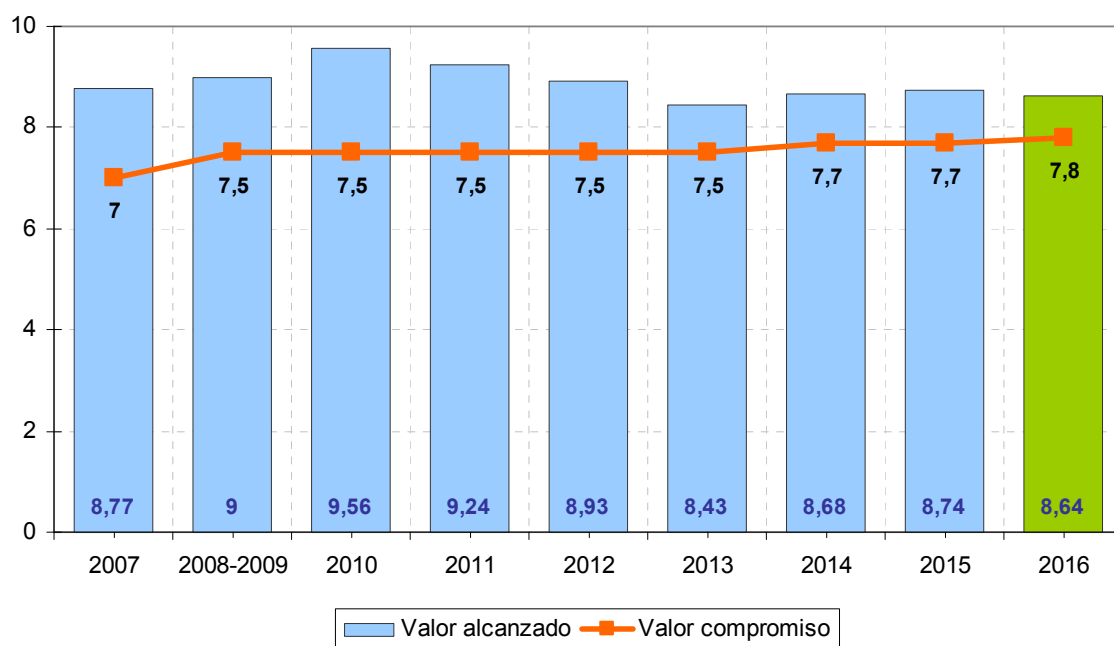


[Volver](#)

**GRÁFICO 13-b:**

A atender con trato amable y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10.

**Unidad de medida: índice de satisfacción**



[Volver](#)

**GRÁFICO 14:**

A disponer de instalaciones adecuadas y confortables para las visitas y lograr que la valoración media de las personas usuarias sea superior a 7,8 sobre 10.

Unidad de medida: índice de satisfacción

