



INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID AÑO 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El **Personal de Atención es el mejor valorado** de los grupos a evaluar, con una **media de 9,19**. Destacando en su aspecto más positivo el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal con una puntuación de 9,28, seguido por la claridad del lenguaje utilizado con un 9,27, y los ítems del trato y amabilidad y satisfacción con la información facilitada, con un 9,23. La satisfacción con la información facilitada sobre Visitas Guiadas obtiene la puntuación más baja, con un 8,95.

A continuación la **Organización del Servicio**, con **8,73 de media**. Siendo el aspecto mejor evaluado **es el tiempo de espera para ser atendido con un 9,1** y el peor valorado el número de informadores turísticos que están atendiendo con un 7,97.

En tercer lugar tenemos los **Medios materiales y documentales**, con una **media de 8,93**. Siendo su aspecto mejor evaluado la **la disponibilidad de los folletos en el idioma del usuario, con un 9,00** y, el que ha obtenido una puntuación más baja ha sido el plano de la ciudad, con una puntuación de 8,83.

En último lugar se encontraría **la valoración de las Instalaciones de los SAIT**, con una media de **8,85**. Siendo su aspecto mejor valorado **la Satisfacción con el horario de atención al público** con un 9,09 y, el peor valorado el ruido ambiental con una puntuación de 8,29.

Para concluir, los Servicios de Atención e Información Turística, tienen una **valoración media global de 9,082, con un porcentaje de 89,95% de encuestados que han valorado dichos servicios por encima de 8 y el 98,98% de los encuestados volverían a utilizar los servicios**. Estos son unos datos muy positivos para estos servicios, que evidencian la buena imagen que sus usuarios, visitantes, turistas y residentes de nuestra ciudad tienen de los mismos.

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99	9,078	9,082



ÍNDICE

1. Introducción
2. Metodología del estudio
3. Bloque 1. Datos Generales de la visita
4. Bloque 2. Valoración del Servicio prestado por los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT)
5. Valoración del servicio en Google maps

1. INTRODUCCIÓN

Los Servicios de Atención e Información Turística se encuentran **destinados a acoger e informar a los visitantes que acuden a la Ciudad de Madrid**, ofreciendo una atención completa y objetiva en todos aquellos aspectos relacionados con la estancia en la Ciudad.

Uno de sus compromisos es su **vocación de servicio al visitante**, siendo la excelencia y la preocupación por la mejora continua parte fundamental de su política de atención integral.

A través de los cuestionarios de calidad se pretende establecer un **canal de comunicación** entre la Oficina de Turismo de Madrid Destino, Cultura, Turismo y Espacios, S.A. y los destinatarios de los servicios que presta, con la finalidad de realizar una medición del nivel de satisfacción con el servicio, así como conseguir una mejora de los mismos mediante el conocimiento de los intereses, expectativas y percepción de las personas que los utilizan.

La información recogida será tratada con fines meramente estadísticos, no pudiendo ser utilizada de forma nominal ni facilitada a terceros, de acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Fecha y lugar de realización

Este año en el estudio sobre la Calidad de los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) se ha dividido la captación de encuestas en diferentes momentos del año para la obtención de una muestra más diversa, realizando las encuestas en los meses de febrero, mayo y septiembre.

Las encuestas se realizaron en las siguientes instalaciones:

- Centro de Turismo de Madrid – Plaza Mayor
- PIT Plaza Callao



- PIT Paseo del Prado
- PIT de Atocha
- PIT de Estadio Santiago Bernabéu
- PIT de Recoletos-Colón
- PIT de Centro-Centro
- PIT del Aeropuerto T-4 salas 10 y 11
- PIT del Aeropuerto T-2

Objeto de estudio

Medir y analizar la valoración de los usuarios de los SAIT con respecto a los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) de la Ciudad de Madrid, así como conocer su grado de satisfacción con los servicios prestados, sus instalaciones, el personal de atención, la organización del servicio y sobre los medios materiales y documentales a su disposición.

Los datos obtenidos se utilizan para la gestión de los SAIT y son el medio para evaluar el grado de satisfacción de sus usuarios con el funcionamiento de los mismos.

Además, los datos se utilizan también para la aplicación del sistema de gestión de la calidad y accesibilidad de los SAIT así como dar cumplimiento a los estándares y requisitos establecidos por:

- El Sistema de Cartas de Servicio del Ayuntamiento de Madrid.
- La Norma UNE 14785:2015 Oficinas de Información Turística – Autoevaluación y Especificación Técnica de Auditoría.
- La Norma UNE 170001-2 de Accesibilidad Universal. Parte 2: Sistema de Gestión de la Accesibilidad en el Centro de Turismo Plaza Mayor.

Tamaño de la muestra

En la planificación se ha establecido la realización de un mínimo de **1200 encuestas a usuarios/as de los SAIT**, seleccionados de manera aleatoria.

Universo

El universo muestral son todos los usuarios de los SAIT, es decir aquellos turistas, visitantes y ciudadanos de la ciudad de Madrid que han acudido a las instalaciones de los SAIT durante el año 2018.

La fuente de información son los informes estadísticos de los SAIT, elaborados por el Departamento de Atención e Información Turística de la Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A.



PERSONAS ATENDIDAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN AÑO 2018	
Centro de Turismo Plaza Mayor	631.439
PIT Plaza de Callao	240.167
PIT Paseo del Prado	236.998
PIT Pº del Atocha	70.071
PIT Estadio Santiago Bernabéu	65.971
PIT Recoletos	52.417
PIT Centro-Centro	54.621
Aeropuerto Terminal 4	261.986
Aeropuerto Terminal 2	251.129
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	1.864.799

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino , Cultura, Turismo y Negocio.

Tamaño y error muestral

Los datos de referencia para el tamaño de la muestra son el total de personas atendidas en el año 2017 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizan un mínimo de **1.200 cuestionarios**, lo que nos aporta unos resultados con un nivel de confianza del 97% y un margen de error de $\pm 3\%$.

Procedimiento del muestreo

La encuesta se realiza de **forma aleatoria a los visitantes, turistas y ciudadanos de Madrid que utilizan las instalaciones de los SAIT**, partiendo de un procedimiento de **muestreo estratificado por asignación proporcional** en función de las personas atendidas durante el año 2018 en cada instalación de los SAIT y, en segundo lugar, en función de su nacionalidad (extranjero/nacional/madrileño).

Del total de personas encuestadas en el año 2018, el 46% eran extranjeros, el 20,5% madrileños y el 33,5% del resto de provincias españolas, por lo que la proporción de encuestas a realizar para este muestreo es la siguiente:



ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN AÑO 2019							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2018	Nº Encuestas por punto 2019	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	631.439	406	33,86	83	136	187
2	PIT Recoletos	52.417	34	2,81	7	11	16
3	Aeropuerto. Terminal 2	251.129	162	13,47	33	54	74
4	Aeropuerto. Terminal 4	261.986	169	14,05	35	56	78
5	PIT Callao	240.167	155	12,88	32	52	71
6	PIT Atocha	70.071	45	3,76	9	15	21
7	PIT de Centro Centro	54.621	35	2,93	7	12	16
8	PIT Paseo del Prado	236.998	153	12,71	31	51	70
9	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	65.971	42	3,54	8,70	14,22	19,53
10	TOTALES	1.864.799	1200	100,00	246	402	552

1200

Fuente: Perfil del Turista Atendido, Informe Estadístico de los SAIT del año 2018. E. M. Madrid Destino.

Finalmente el total de **encuestas realizadas son 1.652**, se hicieron un número mayor en previsión de las posibles encuestas que pudieran resultar erróneas, resultando 1.652 encuestas realizadas correctamente y tabuladas. Se realiza el informe con este número de encuestas.



En el año 2019 los lugares y porcentajes de realización de encuestas han resultado ser los siguientes:

Resumen encuestas realizadas

En Febrero las encuestas se realizaron los días 20, 21 y 22. El número de encuestas planificadas en cada punto fueron las siguientes:

ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN FEBRERO 2019							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2018	Nº Encuestas por punto 2019	% Encuestas	Madriileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	631.439	135	33,86	28	45	62
2	PIT Recoletos	52.417	11	2,81	2	4	5
3	Aeropuerto. Terminal 2	251.129	54	13,47	11	18	25
4	Aeropuerto. Terminal 4	261.986	56	14,05	11	19	26
5	PIT Callao	240.167	52	12,88	11	17	24
6	PIT Atocha	70.071	15	3,76	3	5	7
7	PIT de Centro Centro	54.621	12	2,93	2	4	6
8	PIT Paseo del Prado	236.998	51	12,71	10	17	23
9	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	65.971	14	3,54	2,87	4,69	6,44
10	TOTALES	1.864.799	400	100,00	82	134	184

400



En Mayo las encuestas se realizarón los días 21, 22 y 23. El número de encuestas planificadas en cada punto son las siguientes:

ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN MAYO 2019							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2018	Nº Encuestas por punto 2019	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	631.439	135	33,86	28	45	62
2	PIT Recoletos	52.417	11	2,81	2	4	5
3	Aeropuerto. Terminal 2	251.129	54	13,47	11	18	25
4	Aeropuerto. Terminal 4	261.986	56	14,05	11	19	26
5	PIT Callao	240.167	52	12,88	11	17	24
6	PIT Atocha	70.071	15	3,76	3	5	7
7	PIT de Centro Centro	54.621	12	2,93	2	4	6
8	PIT Paseo del Prado	236.998	51	12,71	10	17	23
9	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	65.971	14	3,54	2,87	4,69	6,44
10	TOTALES	1.864.799	400	100,00	82	134	184

400



En Septiembre las encuestas se realizarón los días 18, 19 y 20. El número de encuestas planificadas en cada punto son las siguientes:

ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN SEPTIEMBRE 2019							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2018	Nº Encuestas por punto 2019	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	631.439	135	33,86	28	45	62
2	PIT Recoletos	52.417	11	2,81	2	4	5
3	Aeropuerto. Terminal 2	251.129	54	13,47	11	18	25
4	Aeropuerto. Terminal 4	261.986	56	14,05	11	19	26
5	PIT Callao	240.167	52	12,88	11	17	24
6	PIT Atocha	70.071	15	3,76	3	5	7
7	PIT de Centro Centro	54.621	12	2,93	2	4	6
8	PIT Paseo del Prado	236.998	51	12,71	10	17	23
9	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	65.971	14	3,54	2,87	4,69	6,44
10	TOTALES	1.864.799	400	100,00	82	134	184

400

El número total de encuestas realizadas son 1.652.



Metodología

En dicha encuesta se solicitan, en una primera parte, datos de interés meramente estadístico y, por otro lado, datos de valoración en relación con los servicios obtenidos, en función del grado de satisfacción o insatisfacción, sobre una escala de 1 a 10, significando:

1 = Muy insatisfecho/a

10 = Muy satisfecho/a

El modelo de cuestionario realizado se estructura en dos bloques, detallados a continuación:

Bloque 1. Datos Generales de la visita a la Ciudad de Madrid y perfil de las personas entrevistadas.

El primer bloque consiste en una serie de preguntas básicas de interés estadístico como la procedencia, la edad, el sexo, el motivo principal de la visita, y el medio de transporte en el que se ha llegado a la ciudad.

Bloque 2. Valoración de los SAIT.

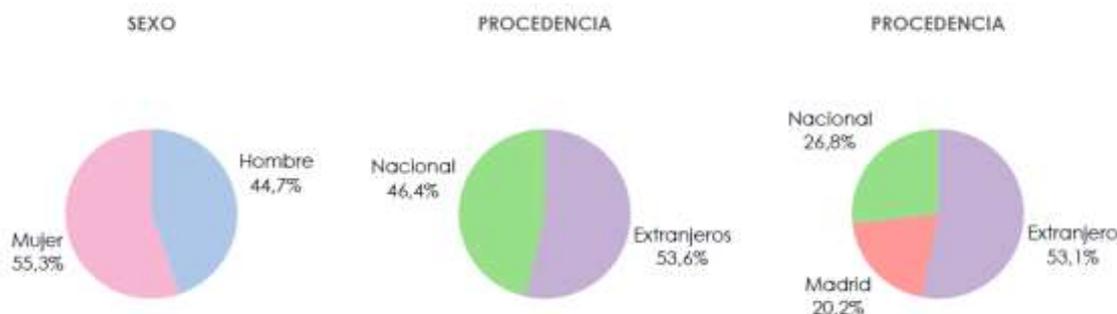
En el segundo bloque se valoran los Servicios de Atención e Información Turística, en cuanto a las instalaciones, el personal de atención, la organización del servicio, los medios materiales y documentales y una valoración global de los servicios, así como otros aspectos como si volvería a usarlos o sí los recomendaría a familiares y/o amigos.

3. BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA

3.1. Procedencia y sexo

De las personas que han participado en el estudio, un **53,6 % eran extranjeros y el 46,4 % españoles**, de los cuales un **55,3% eran mujeres** y un **44,7 % hombres**.

Es de destacar que el **20,2%** de los que visitaron los puntos de información turística eran residentes en Madrid.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.2. Nacionalidad de las personas encuestadas

De las personas que han colaborado en el estudio el 46,37% son españoles y los que proceden de fuera de España, **destacan los procedentes de Argentina con un 7,51%** del total de los encuestados, seguidos de **Estados Unidos con un 5,93%**, **Francia con un 5,21%**, **Italia con un 4,78%** y **México con un 2,72%**. En total se ha realizado el estudio con la colaboración de 71 nacionalidades diferentes.

A continuación se detalla el ranking de las **diez principales nacionalidades** de las personas extranjeras entrevistadas:

	Nº Encuestas	% Total
España	766	46,37%
Argentina	124	7,51%
Estados Unidos	98	5,93%
Francia	86	5,21%
Italia	79	4,78%
México	45	2,72%
Alemania	39	2,36%
Colombia	39	2,36%
Brasil	33	2,00%
Reino Unido	32	1,94%

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.



Con respecto a la comunidad autónoma de **procedencia de los españoles**, destacan los **madrileños con el 20,2%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Andalucía con el 9,20%, seguida por Cataluña con el 8,94%, y Castilla y León con el 7,12%.

A continuación se detalla el ranking de las diez principales comunidades españolas de las personas entrevistadas:

	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	71	9,20%
Comunidad Valenciana	31	4,02%
Castilla y León	55	7,12%
Catalunya	69	8,94%
Canarias	51	6,61%
Castilla La Mancha	19	2,46%
Cantabria	8	1,04%
Asturias	18	2,33%
Aragón	18	2,33%
Ceuta	2	0,26%

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

En cuanto a la provincia de **procedencia de los españoles**, destacan también los **madrileños con el 43,13%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 7,90%, seguida de Las Palmas con el 4,27%, Sevilla y Granada, ambas ciudades con el 2,59%.



PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		PROCEDENCIA				
	Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total
Madrid	333	43,13%	León	7	0,91%	Cáceres	21	0,52%
Barcelona	61	7,90%	Murcia	7	0,91%	Ciudad Re..	23	0,57%
Las Palmas	33	4,27%	Segovia	7	0,91%	Orense	19	0,47%
Granada	20	2,59%	Soria	7	0,91%	Zamora	12	0,30%
Sevilla	20	2,59%	Zaragoza	7	0,91%	Albacete	25	0,62%
Asturias	18	2,33%	Badajoz	6	0,78%	Ceuta	7	0,17%
Santa Cru..	18	2,33%	Burgos	6	0,78%	Cuenca	12	0,30%
Guipúzcoa	17	2,20%	Cádiz	6	0,78%	Gerona	18	0,44%
Valencia	16	2,07%	Palencia	6	0,78%	Huelva	19	0,47%
La Coruña	14	1,81%	Valladolid	6	0,78%	La Rioja	25	0,62%
Islas Balea..	12	1,55%	Álava	5	0,65%	Tarragona	26	0,64%
Alicante	10	1,30%	Castellón	5	0,65%	Melilla	3	0,07%
Salamanca	10	1,30%	Jaén	5	0,65%			
Vizcaya	9	1,17%	Lugo	5	0,65%			
Cantabria	8	1,04%	Pontevedra	5	0,65%			
Málaga	8	1,04%	Guadalaj..	4	0,52%			
Navarra	8	1,04%	Lérida	4	0,52%			
Toledo	8	1,04%	Teruel	4	0,52%			
Córdoba	7	0,91%	Almería	3	0,39%			
Huesca	7	0,91%	Ávila	3	0,39%			

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.3. Edad

De los encuestados, el **42,62%**, tienen edades comprendidas entre los **25 y los 44 años**, seguidos, con un 31,60% de los de edades entre 45 y 64 años y los mayores de 65 años suponen el 17,13%. Finalmente aquellos que se encuentran entre la franja de los 15 y los 14 años representan el 8,41% y los menores de 15 años suponen el 0,24%.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

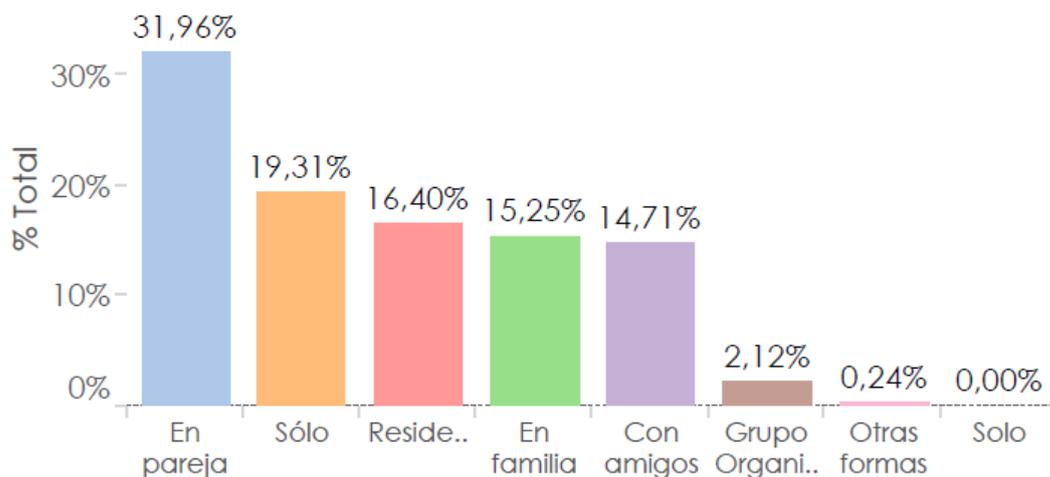
3.4. Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, el **31,96% viaja en pareja**, el 19,31% viaja solo y el 16,40% son residentes. Encontramos que las personas que viajan en



familia son un 15,25%, y un 14,71% con amigos, los que viajan con grupos organizados con un 2,12%, y por último los que viajan con otras formas con un 0,24%.

Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 80,69%.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4. BLOQUE 2. VALORACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO POR LOS SAIT

4.1. Utilización de los Servicios

El 100% de las personas encuestadas utilizaron los SAIT.

A la hora de realización de la encuesta se priorizó a aquellas personas que hubieran utilizado los servicios para poder tener una mejor valoración del servicio prestado.

El 98,98% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.

¿VOLVERÍA A UTILIZAR ESTE SERVICIO?





Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.2. Localización de los SAIT

La mayoría de las personas encuestadas **han encontrado los SAIT en el recorrido de su visita a la ciudad**, un **69,92%**, mientras que el 25,06% ya los habían visitado con anterioridad y el 3,21% disponía de información previa sobre su localización. Mientras que el resto, el 1,82%, los localizó por otras vías.

A continuación se especifican los datos de cómo han localizado las instalaciones las personas encuestadas:



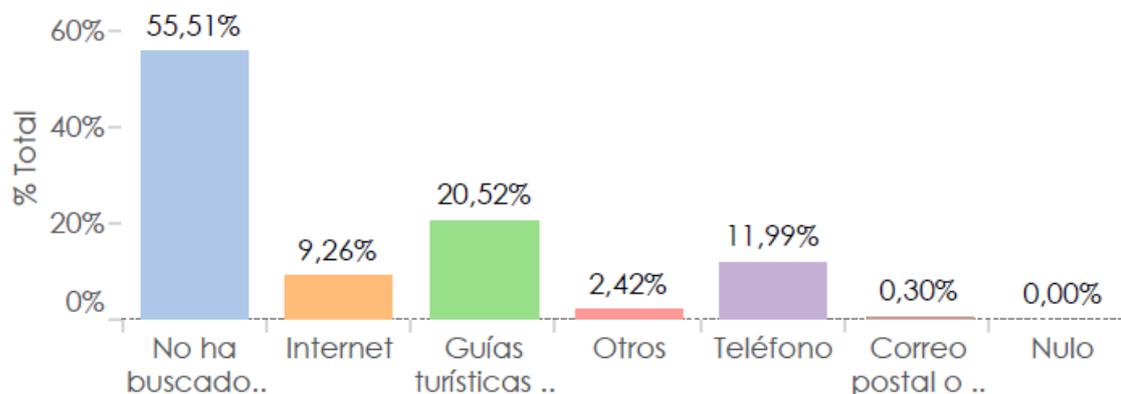
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.3. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El **55,51%** **no ha buscado información sobre la ciudad antes de su visita**, mientras que el 20,52% ha buscado información a través de guías turísticas y el 11,99% la ha buscado a través del teléfono no presencial.

También, pero en menor medida, se recurre a otros medios como Internet con un 9,26%. Residualmente encontramos quien ha buscado la información a otros medios con un 2,42% o a través de correo electrónico y postal con un 0,30%.

En el gráfico adjunto se pueden observar estos datos:



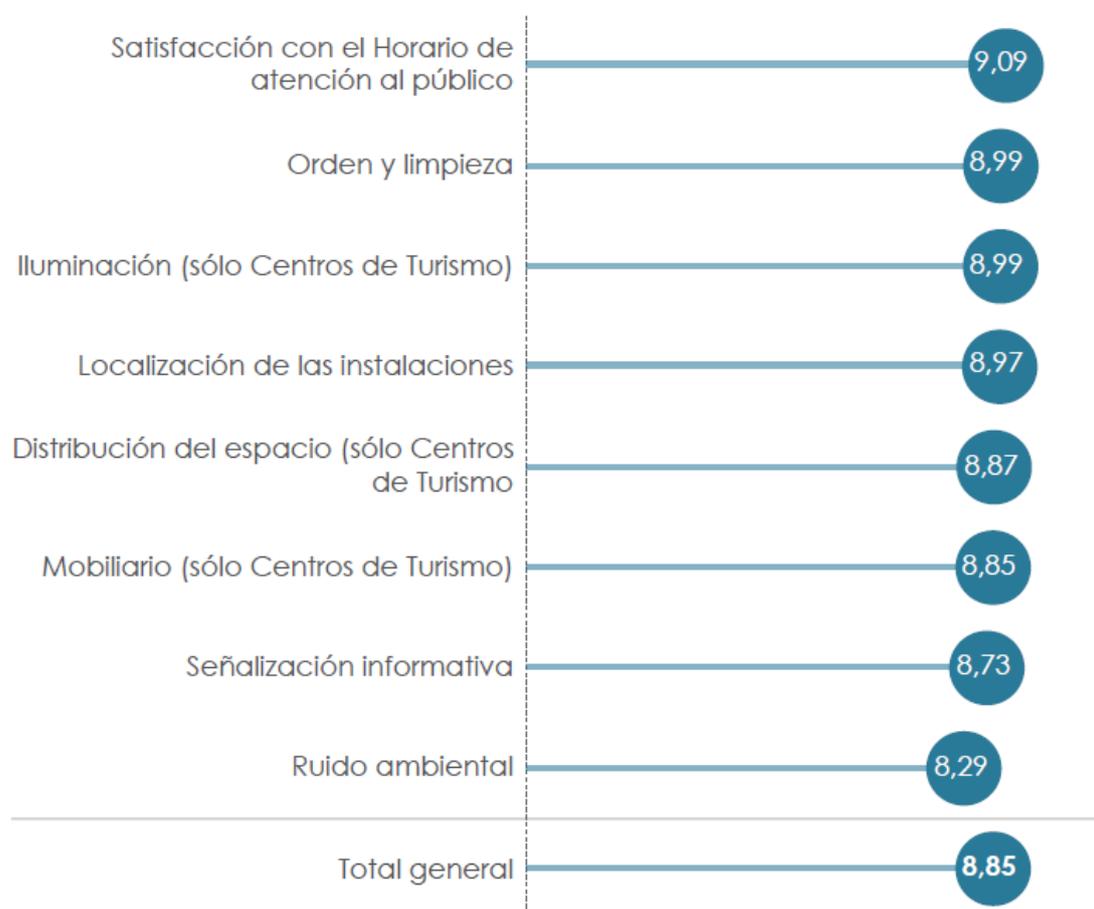
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.4. Valoración de las Instalaciones de los SAIT

Las instalaciones de los SAIT tienen una valoración media de un 8,85.

De los aspectos **mejor valorados** en este apartado en primer lugar se encuentra **la satisfacción con el horario de atención al público con un 9,09**, seguida por el orden y la limpieza con una valoración media de 8,99, la valoración media de la iluminación (sólo Centros de Turismo) con un 8,99 y la localización de las instalaciones con un 8,97.

En el gráfico que se muestra a continuación se pueden comparar estos datos:



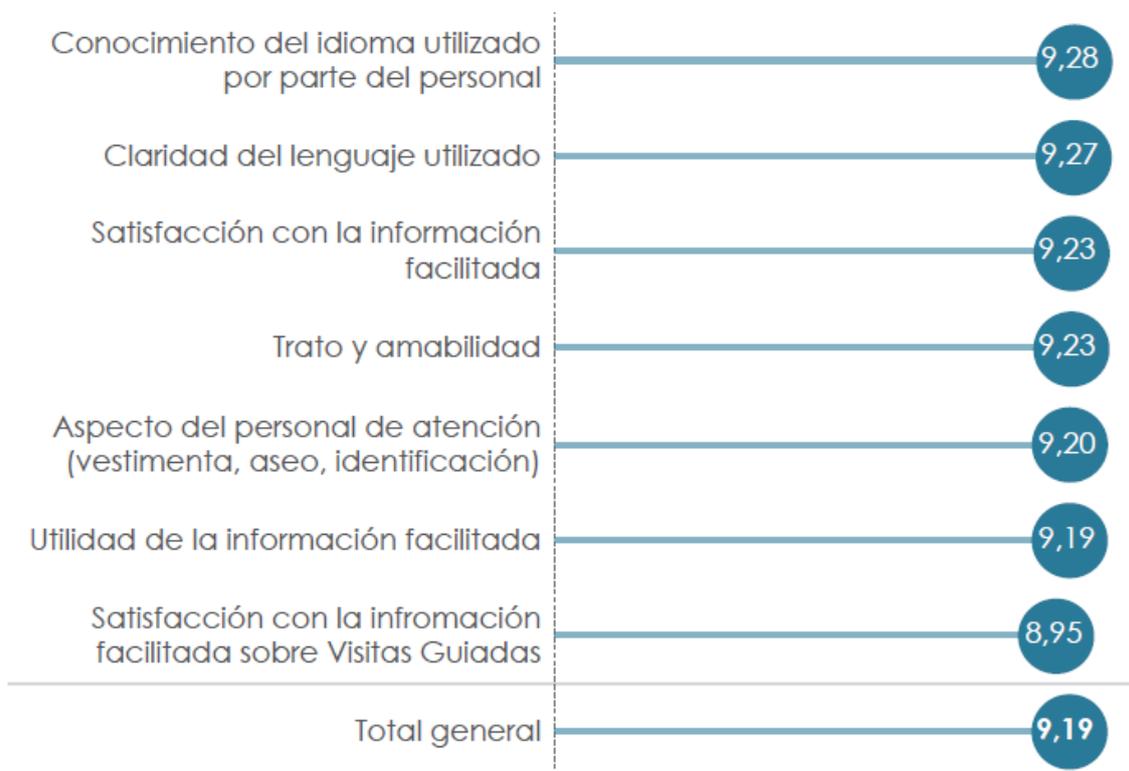
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.5. Personal de Atención de los SAIT

El conocimiento del idioma utilizado por parte del personal es el aspecto mejor valorado con un **9,28**, junto con la claridad del lenguaje utilizado, con un 9,27 y la satisfacción con la información facilitada y el trato y amabilidad, ambos con un 9,23.

Otros aspectos bien valorados han sido el aspecto del personal de atención, con un 9,20 y la utilidad de la información facilitada con un 9,19.

La valoración media en este apartado ha sido de 9,19.

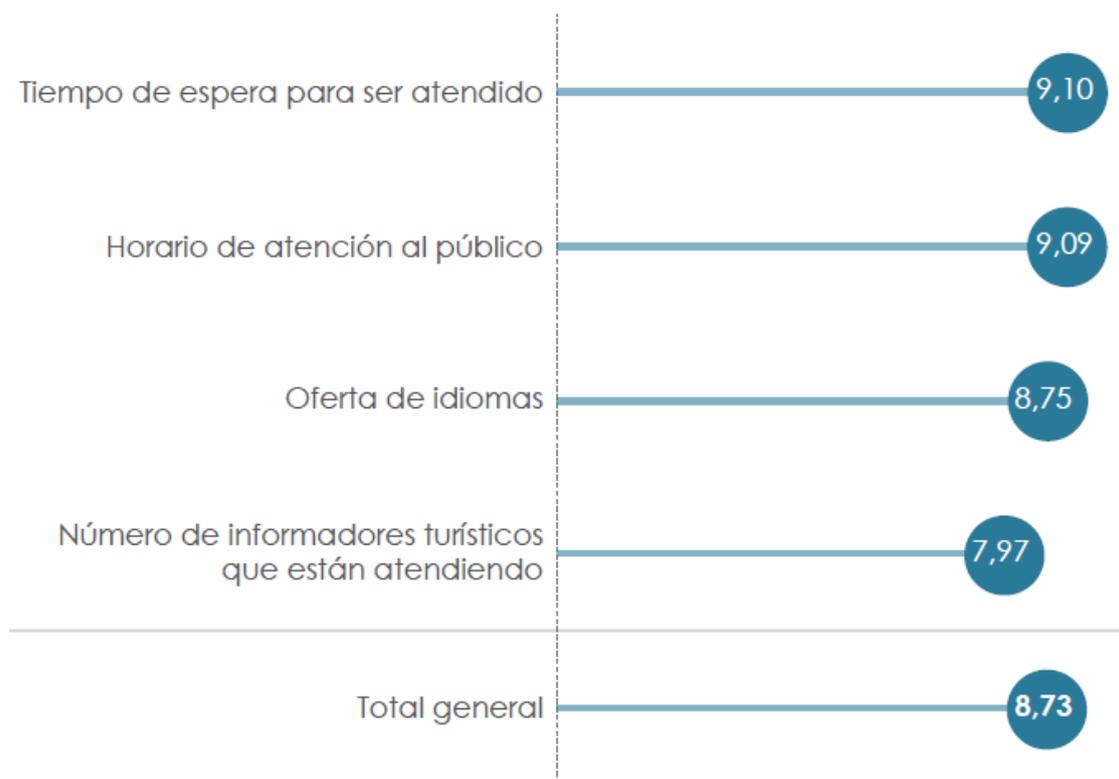


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.6. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un **8,73 de media**.

Los dos aspectos mejor valorados que superan la media son el tiempo de espera para ser atendido y el horario de atención al público, con un 9,10 y un 9,09 respectivamente. A estos aspectos le seguiría la oferta de idiomas con 8,75.

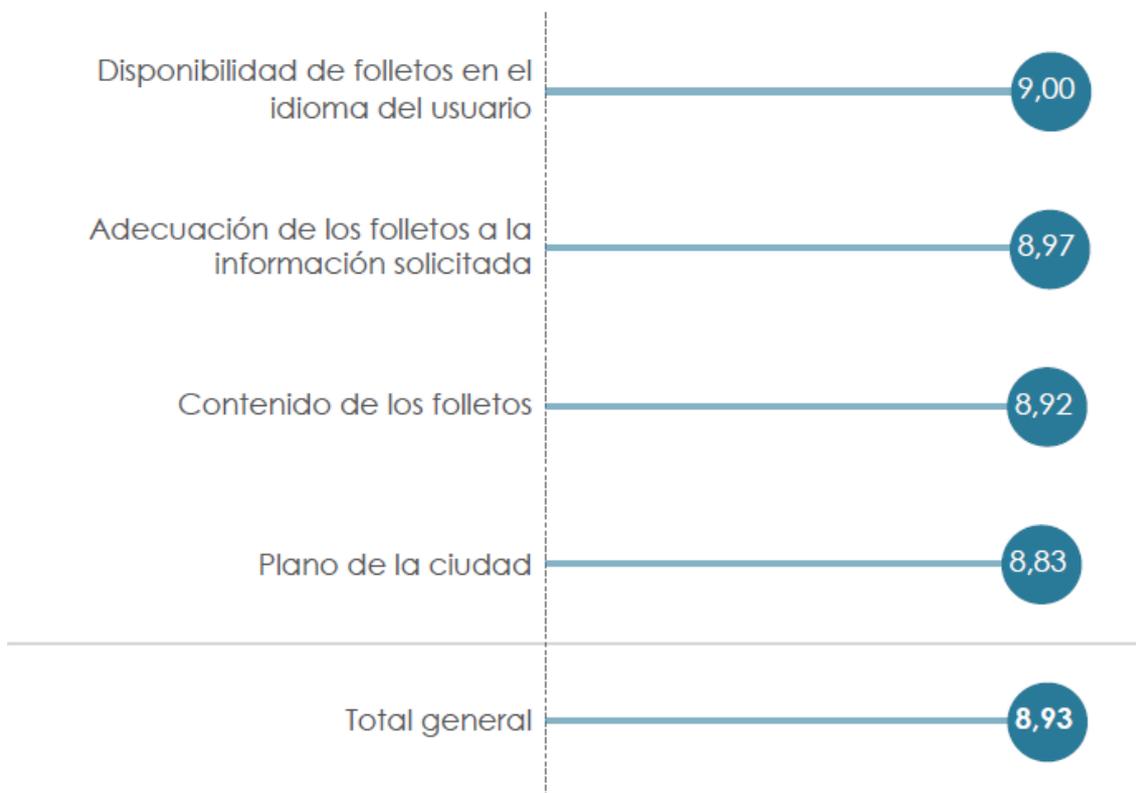


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.7. Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un **8,93**.

La disponibilidad de folletos en el idioma del usuario un 9,00, y la adecuación de los folletos a la información solicitada con un 8,97, son los aspectos más valorados.

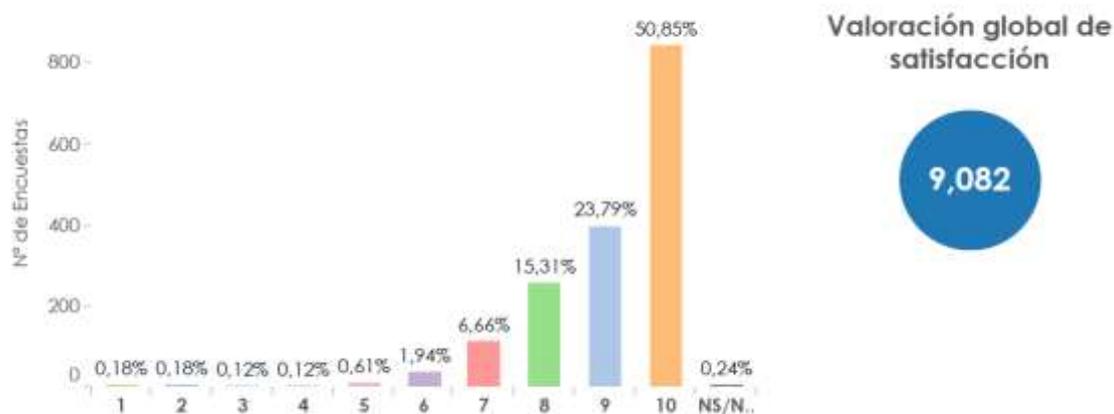


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales

4.8. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **9,082**.

Es de destacar que **el 89,95% de las valoraciones realizadas supera el 8**, detallado en el siguiente cuadro:





5. VALORACIÓN DEL SERVICIO EN GOOGLE MAPS

Los usuarios que acuden al Centro de Turismo de Plaza Mayor de Madrid y Puntos de Información Turística, pueden introducir sus comentarios y reseñas en el **Servicio de Google Maps** para realizar la valoración acerca de la atención recibida por los Servicios de Atención e Información Turística.

El Departamento de Atención e Información Turística tiene un procedimiento destinado a la descripción del proceso para la gestión de las respuestas a los comentarios que introducen en Google Maps los usuarios que acuden al Centro de Turismo de Plaza Mayor, 27 de Madrid, acerca de la prestación del Servicio de Atención e Información Turística.

En general las puntuaciones del Servicio de Información Turística en Google maps son buenas, y aquellas que no superan la puntuación de 4 estrellas, en la respuesta les pedimos que nos cuenten su experiencia para tomar las medidas oportunas y así mejorar el servicio.

Madrid, 25 de septiembre de 2019.

Vº Bº

Marisa Fernández Gago.
Responsable Calidad y Accesibilidad

Iván González Trigo.
Director de Departamento