

Encuentro Educativo

ISSN 1315-4079 ~ Depósito legal pp 199402ZU41

Vol. 17(1) Enero - Abril 2010: 46 - 58

---

## Satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros de estimulación temprana

*Carlha León*

*Magíster Scientiarum en Gerencia de Mercadeo (URBE, 2007)*

*Licenciada en Comunicación Social. Mención Audiovisual.*

*(LUZ, 1990). Consultora de Servicios Especiales de Comunicación.*

*Emprendedora de Actividades Recreacionales para Niños (as)*

*Especiales. E-mail: carlhaleon@yahoo.com*

*Yanyn Rincón Quintero*

*Doctora en Ciencias Gerenciales (URBE, 2006). Magíster*

*Scientiarum en Administración de Empresas Turísticas, Mención*

*Gerencia Hotelera (LUZ, 2000). Licenciada en Comunicación*

*Social (LUZ, 1993) Docente e Investigadora Universidad del Zulia.*

*Docente e Investigadora de la URBE. Consultora de Servicios*

*Gerenciales y de Comunicación Corporativa. Investigadora PPI*

*Nivel Candidato N° 6857. E-mail: yanynrincon@gmail.com*

---

### Resumen

La presente investigación tuvo como objeto determinar la satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana. Sus bases teóricas en: Stanton, Etzel y Walker (2000), Kotler (2002) y otros. Metodológicamente, fue una investigación descriptiva, de campo, no experimental, transeccional correlacional. La población: 3 directores, 40 empleados y 78 padres y representantes, censo poblacional. Se utilizó un cuestionario de 19 ítems, y una entrevista estructurada de 17 preguntas dirigida a los directores. Se validó por juicio de expertos y confiabilidad de Cronbach fue 0.91. Los resultados permitieron concluir que la situación actual de los centros públicos de estimulación con respecto a la calidad de servicio ofrecida a los padres y representantes de los niños con necesidades de estimulación temprana, es fiable, trato empático, credibilidad bien desa-

Recibido: 26-02-2008 ~ Aceptado: 04-06-2008

rollada, la seguridad esta medianamente presente, capacidad de respuesta es elevada, la atención prestada se encuentra en una alta consideración, existen algunas debilidades. La percepción de padres y representantes sobre el entrenamiento de personal es continua, la competitividad es favorable, la actitud de los empleados es positiva, así mismo el servicio prestado. Sobre los requerimientos y necesidades; el tipo de servicio es satisfactorio, la rapidez es satisfactoria, las necesidades han sido cubiertas, el sentido del compromiso es elevado, la identificación de expectativas es deficiente. Se plantearon lineamientos estratégicos para optimizar la satisfacción.

**Palabras clave:** Satisfacción, centros de estimulación temprana, niños (as) especiales, calidad de servicio.

## The Satisfaction of Parents and Representatives Associated with Early Stimulation Centers

---

### Abstract

The object of this study was to determine the satisfaction of parents and representatives associated with public early stimulation centers. Its theoretical bases are found in Stanton, Etzel Walker (2000), Kotler (2002) and others. Methodologically, it was a descriptive, non-experimental, trans-sectional field study. The population census consisted of 3 directors, 40 employees and 78 parents and representatives. A questionnaire of 19 items and a structured interview of 17 questions directed to the directors were used. It was validated by expert judgment; the Cronbach reliability factor was 0.91. Results made it possible to conclude that the quality of service offered by the public stimulation centers to the parents and representatives of children with early stimulation needs is reliable, offers empathetic treatment, has well-developed credibility, moderately present security, a high response capacity and the attention offered is highly regarded, although some weaknesses exist. Parents and representatives perceive that the personnel's training is on-going, competitiveness is favorable, employee attitudes as well as the service rendered are positive. Regarding requirements and needs, the type of service is satisfactory, speed is satisfactory, the needs have been covered, the sense of commitment is high; however the identification of expectations is deficient. Some strategic guidelines were proposed to optimize satisfaction.

**Key words:** Satisfaction, early stimulation centers, special children, service quality.

## **Introducción**

El término Educación Especial (EE) tiene como antecesores otros términos impregnados de concepciones e ideas que fueron cambiando según distintos momentos históricos y diferentes autores, que abordaron este campo de la educación e intentaron definirla como doctrina, ciencia, método, disciplina, conjunto de procedimientos, pero en general todos estos conceptos están basados en discursos científico positivistas, inicialmente biomédicos y posteriormente psicológicos.

Ahora bien, el debate educativo del pasado en relación a los planteamientos de la modernidad, a finales del siglo XX cuando se basaba en el supuesto que la democratización de la educación implicaba garantizar el acceso a procesos homogéneos de formación o educación, a un modelo único para garantizar la igualdad de oportunidades de los sujetos en cuanto al proceso de enseñanza-aprendizaje, en tal sentido la Educación Especial surge como una rama de la educación, como un subsistema ante la necesidad de dar respuesta a aquellos niños alejados de los parámetros educativos normales.

El presente artículo tiene como finalidad determinar la satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana. En virtud de lo cual se pretende: a) Determinar la

situación actual de los centros públicos de estimulación temprana con respecto a la calidad de servicio ofrecida a los padres y representantes de los niños con necesidades de estimulación temprana; b) Determinar la percepción de padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana sobre la calidad del servicio recibida.; c) Identificar los requerimientos y necesidades de los padres y representantes con necesidades de estimulación temprana.

Lo anterior permitirá formular lineamientos estratégicos para optimizar la calidad del servicio prestado a los padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana, como propósito último del estudio.

La investigación que respalda la generación del artículo **Satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros de estimulación temprana**, se considera de tipo exploratoria, descriptiva y documental; bajo un diseño no experimental, de campo, transeccional descriptivo, en atención a los postulados de Hernández Fernández y Baptista (2003) y Méndez (2001).

Desde el punto de vista metodológico, este trabajo quedo enmarcado como una investigación descriptiva, con un diseño no experimental –descriptivo de campo, considerando que la población de un estudio es el universo de la in-

investigación, la misma quedo conformada por 121 personas distribuida en tres grupos: Grupo A la integran los directores de los centros objeto del estudio, Grupo B el personal de los mismos y Grupo C la totalidad de los usuarios de los centros objeto de la investigación personificados por los padres y representantes de los niños con necesidades especiales de educación específicamente niños con edades entre 0 y seis años.

Se utilizó como técnica de recolección de información para responder a las variables la observación directa y el instrumento adecuado fue el cuestionario, para la población integrada por padres y/o representantes así como para los empleados fue un cuestionario cerrado conformado por 19 interrogantes, mientras que para los directores se construyó una entrevista de 17 preguntas.

La validez del instrumento de recolección de la información se obtuvo mediante el juicio de seis (06) expertos, con respecto a la confiabilidad considerada como el grado de uniformidad, se aplicó la fórmula de Alfa Cronbach para la estimación de la confiabilidad obteniéndose un coeficiente de 0.91.

### **Algunas consideraciones teóricas sobre la satisfacción del cliente**

La satisfacción al cliente, se relaciona directamente con el juicio

de valor que se crea el comprador llevándolo a actuar en consecuencia. El que el comprador no quede satisfecho después de hacer la compra depende del rendimiento de la oferta en relación con las expectativas del comprador. Así la satisfacción del cliente puede ser interpretada como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento, o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas.

Dentro de este marco, la satisfacción del cliente es el elemento fundamental de la noción del servicio al cliente, tanto en el servicio de pre-venta como de postventa, o aún en el mismo servicio de instalación de un servicio.

Por su parte, Kotler y Armstrong (2002: 8) comenta que la satisfacción al cliente:

Es el grado hasta el cual el desempeño percibido de un producto es igual a las expectativas del consumidor. Si el desempeño del producto no está a la altura de las expectativas, el cliente se siente descontento. Si el desempeño es igual a las expectativas. O las excede, el comprador se siente satisfecho o complacido.

En base a estos planteamientos, puede afirmarse que el reto actual consiste en generar una cultura de empresa de manera que el trabajo de todos los integrantes de la misma esté enfocado a complacer al cliente. Las empresas que buscan predominar en los mercados de hoy

en día están obligados a hacer un seguimiento de las expectativas de los clientes, del desempeño de la empresa que se percibe y de la satisfacción de los clientes.

Toda organización que quiere posicionarse en el mercado debe estar consiente de su situación actual lo cual le dará una idea clara sobre qué nivel se encuentra, cuales son sus puntos fuertes y débiles, al igual de cuáles son sus amenazas frente a las oportunidades que debe aprovechar.

Para Kotler y Armstrong (2002), se refieren que para determinar la situación actual de una organización, la persona encargada de la planificación debe proporcionar información acerca del mercado, del desempeño del producto, de la competencia y la distribución; incluyendo una descripción del mercado con sus principales segmentos. El planificador luego de mostrar el volumen del mercado en su totalidad y por segmento, después estudia las necesidades de los clientes y los factores del ambiente que podrían afectar las compras que hace el cliente. Así mismo, el estudio del producto muestra las ventas, precios y los márgenes brutos de los productos principales en la línea.

### **Una Investigación Especial**

El abordaje de la Educación Especial provee diversas perspectivas y servicios asociados en atención a

una realidad social de alta consideración por su componente emocional, lo cual hace de este estudio un estudio especial en virtud del área de investigación.

Según los principios que rigen la EE basados en la fundamentación legal de la política de Educación Especial, la prevención y la atención integral temprana responde a una conceptualización de la prevención con orientación educativa considerando las condiciones bio-psico-sociales del niño, la niña, la familia y la comunidad, a través de la coordinación de planes y programas intersectoriales que garanticen la continuidad de la atención integral de esta población.

A nivel mundial muchos han sido los esfuerzos para que la EE sea atendida como un proceso educativo dinámico y lo más importante para que los niños y adultos discapacitados tengan acceso a esa educación y darles la oportunidad de alcanzar y mantener un nivel aceptable de conocimientos. En la Conferencia Mundial sobre necesidades Educativas Especiales celebrada en el año de 1994 y en donde se recogieron una serie de propuestas que originaron la llamada Declaración de Salamanca, se reafirmó que la Educación es para todos.

Contextualizando en el ámbito venezolano la responsabilidad primordial de la educación y cuidado del niño y la niña recae en sus padres y su familia, sin embargo al fir-

mar la declaración de los derechos de la infancia, el Estado se compromete a prestar asistencia a los padres y velará por la creación de instituciones, instalaciones y servicios para el cuidado de ellos. En cifras de la Oficina Central de Estadísticas e Información (OCEI) indican que el número de niños y niñas matriculados en Educación Especial para el último reporte del año 2003 en Venezuela era de 86.323.

Partiendo de la fundamentación legal el Consejo Nacional de derechos del niño y del adolescente a través de la Ley Orgánica de Protección del Niño(a) y del Adolescente la Educación Especial se rige bajo unos principios iniciándose en la prevención y atención temprana la cual responde a una conceptualización de la prevención con orientación educativa que considera las condiciones bio-psico-sociales del niño, la niña, la familia y la comunidad a través de la coordinación de planes y programas intersectoriales que garanticen la continuidad de la atención integral de esta población.

Estos planes y programas se ejecutan en los llamados Centros de Estimulación Temprana o Centros de Desarrollo Infantil, dichos programas se orientan en el desarrollo de las aptitudes físicas (aprender a caminar, expresión corporal, juegos de coordinación en grupo) aptitudes para el estudio (estimular el lenguaje, aprender a escuchar, precisión en las manos) y a potenciar

cualidades (habilidad manual, expresión corporal, desarrollo de la sociabilidad).

Los Centros de Estimulación temprana atienden a niños y niñas en edades comprendidas entre los 0 y 6 años, quienes son evaluados por los especialistas para definir primero la condición del niño. Estos centros, no deben ser vistos como unos simples institutos educativos sino como un facilitador de los recursos y los medios necesarios para la interacción niño-familia y para el desarrollo de sus capacidades.

En ese contexto, el papel de los padres y representantes en este proceso de estimulación temprana es fundamental, pues la estimulación no debe circunscribirse a la que hace el fisioterapeuta o la psicopedagoga; madre, padre, familia en general debe involucrarse en la estimulación del niño. Pues, los padres y representantes de niños con discapacidad son también psicólogos, fisiatras y psicopedagogos, es importante que ellos responsablemente asuman la tarea de hacerle a sus niños en la casa el trabajo realizado por los profesionales con amor, paciencia y dedicación.

### **Una labor esencial para un cliente especial**

Los Centros de Estimulación Temprana ofrecen servicios especializados para orientar a padres representantes y miembros de la sociedad

civil comprometido con el desarrollo de Niños y Niñas Especiales; por tanto la supervivencia de estas organizaciones depende de cuan satisfechos están los clientes, quienes esperan le sean satisfechas un conjunto de necesidades que estos centros deben conocer claramente a objeto de poder brindar un soporte idóneo para las familias que poseen Miembros Especiales, los cuales se constituyen en Clientes especiales; pero acaso no son todos los clientes especiales para las organizaciones.

Según Serna (2003), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición se deduce que el servicio al cliente tiene una serie de características muy especiales que lo diferencian de otros productos. Estas características serían: intangible, perecedero, continuo, integral, promesa básica, foco y valor agregado.

Las organizaciones orientadas hacia el servicio al cliente tienen una tipología muy bien definida; conocen a profundidad a sus clientes, tienen bases de datos confiables de ellos y manejan sus perfiles. Realizan investigación permanente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción. Cuentan con estrategias así como un sistema de servicio a sus clientes. Hacen seguimiento permanente de los niveles de satisfacción.

Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes. Participan a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de sus clientes externos. Diseñan estrategias de mercadeo interno.

En ese orden de ideas, el marketing social no beneficia al vendedor o a la organización, el marketing social beneficia a la comunidad. La sociedad actual está volteando su mirada hacia los llamados factores sociológicos como lo son, la solidaridad, la ecología y la llamada globalización enfocada hacia las relaciones sociales, así se tiene que en el factor solidaridad se encuentran las organizaciones sin fines de lucro o fundaciones las cuales están ganando suma importancia dentro de la sociedad.

Haciendo historia sobre la evolución del Marketing Social, se tiene que para el año 1970 se empieza a desarrollar la mercadotecnia social, tratando de adaptar los elementos comerciales a las actividades dedicadas a defender los intereses de la sociedad. Estos cambios gerenciales incluyendo la necesidad de satisfacer al cliente merecen la atención. Un cliente satisfecho es un cliente que la organización nunca perderá, una organización cuyos lineamientos se enfoquen hacia lo que quiere realmente su cliente constituye el éxito asegurado y las estrategias para lograr ese objetivo deben estar muy bien orientadas.

Estas estrategias parten desde conocer realmente lo que quiere el cliente, sus necesidades, hasta las expectativas que tiene este con respecto a la organización. Los centros de estimulación temprana tienen en sus manos la gran responsabilidad de mantener una excelente calidad de su servicio, es preciso que estas organizaciones apunten hacia las necesidades de todos sus clientes que en este caso no solo son los niños, también sus padres y representantes, quienes esperan de la organización el más alto sentido de la responsabilidad.

Dentro de ese orden de ideas, los profesionales que laboran en los centros de estimulación temprana tienen el mayor de los retos, ellos con su profesionalismo y capacitación deben en primera instancia lograr que los niños allí tratados puedan alcanzar un grado de independencia necesario para cubrir sus necesidades básicas, y en segunda instancia brindarle a los padres y representantes un punto de apoyo, hacerlos sentir que no están solos en esta lucha y el esfuerzo no es en vano.

De esto no lograrse, la realidad sería la de un país donde el discapacitado se trata como a persona de segunda, la realidad será la de una parte importante de la sociedad, en este caso los padres y representantes, frustrada y deprimida. Los centros de estimulación temprana requieren de la aplicación de estrategias bien definidas que perfilen hacia el mejoramiento de la calidad de

vida de los niños discapacitados, lo cual se traduciría en contar con padres felices, satisfechos de la acción realizada. Es por esto la importancia de desarrollar estrategias para lograr la satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros de estimulación temprana.

### **Situación de los centros de estimulación temprana**

La situación de los Centros de Estimulación Temprana con base en la calidad de servicio puede ser descrita a partir de las siguientes consideraciones:

- Se consideran fiables tanto para los padres como para los representantes; ya que los niños cuentan con instalaciones y personal confiable.
- Los docentes se esfuerzan por dar fiel cumplimiento a los requerimientos de los padres.
- Los padres y representantes consideran que los proveedores de servicios especiales en los centros de estimulación temprana son empáticos; por tanto se sienten comprendidos por parte de las instituciones lo cual constituyen una fortaleza.
- Los centros de estimulación temprana gozan de la credibilidad de padres y representantes quienes consideran a estas proveen una visión íntegra, seguridad absoluta y están comprometidas con los resultados y el bienestar de



los niños; promoviendo un ambiente de confianza.

- El desarrollo y atención del niño constituye el factor central, contribuyendo a la seguridad física y emocional tanto de los niños como de sus padres y representantes; eso provee tranquilidad.
- El personal de los centros de estimulación temprana demuestra interés por atender a los niños con necesidades especiales; los padres entonces se muestran respaldados.
- Los padres y representantes refieren ser atendidos en alta estima y consideración, con amabilidad, respeto y simpatía.
- Las instalaciones de los centros de estimulación temprana deben ser reforzadas con elementos especiales (pasamanos, pisos antirresbalantes) que contribuyan a evitar accidentes; no obstante, su infraestructura cuenta con los requerimientos indispensables para la prestación de sus servicios.
- Asimismo se estima que poseen los equipos técnicos necesarios para alcanzar el desarrollo físico, emocional y cognitivo de los niños.

Se considera relevante la orientación a la capacitación permanente del personal, lo cual incide en el mejoramiento de los niños; de igual manera se considera importante, vigilar, comprender y orientar las acti-

tudes de los empleados respecto a los niños y sus padres y representantes, con la finalidad de involucrarlos en las actividades y ofrecer mayor nivel de dedicación y productividad a través del contacto y la atención permanente.

Cabe destacar que los Centros de Estimulación Temprana cuentan con una imagen sólida ante la comunidad, por respaldar una actividad que se integra a la responsabilidad social.

### **Una línea para las acciones especiales**

Una vez recorrida la realidad de los Centros de Estimulación temprana, se presentan para la consideración de dichos centros algunas estrategias que permitan fortalecer la calidad del servicio:

- Desarrollar un plan comunicacional que permita sensibilizar a la comunidad sobre la necesidad obtener recursos para equipar los centros de estimulación temprana, asistiendo a estaciones de radio con transmisión local y nacional haciendo del conocimiento público las carencias por las cuales atraviesan dichos centros lo cual afecta negativamente la atención de niños (as) con necesidades especiales de acuerdo a cada patología en particular.
- Asimismo, propiciar el dialogo entre instituciones para niños

- con necesidades especiales, es recomendable debido al intercambio que puede generarse al compartir la experiencia sobre el reto de atender niños (as) con Síndrome de Down, Autismo o Parálisis Cerebral, entre otros pues cada centro de estimulación temprana enfrenta respuestas diversas que les enseñan a aceptar el proceso de cambio gradual, pudiendo de ello surgir aspectos claves del proceso de educación inclusiva, políticas, estrategias, así como recomendaciones para su implantación, haciéndose cada vez mas competitivas.
- Instruir de manera muy especial, a los padres y representante de niños y niñas con necesidades especiales con el fin de incrementar su nivel de información sobre las características particulares que rodean a su hijo (a) a través de charlas, seminarios, talleres, mesas de trabajo, coloquio entre otros con la finalidad de transmitir la importancia de la utilización de herramientas adecuadas en sus hogares ya que ello puede contribuir a la estimulación temprana de manera positiva y al mismo tiempo esto permitirá involucrar en mayor medida a la familia, lo cual conduciría a la convivencia de un ambiente armónico entre quienes integran el hogar.
  - A los entes gubernamentales, estudiar acuciosamente las necesidades presupuestarias actuales de los centros de educación especial dependientes bien sea del gobierno nacional y/o regional con la finalidad de cubrir dichas deficiencias pues a través del tiempo las partidas presupuestarias asignadas a dichas instituciones no han sido actualizadas con respecto a la inflación y por ende no alcanzan a cubrir la adquisición de materiales y equipos, mantenimiento de infraestructura entre otros, que permitirían prestar un servicio mas satisfactorio a la comunidad.
  - Promover la amistad, entre padres y representantes de niños con discapacidad considerando el desarrollo de la amistad como una prioridad familiar lo cual puede contribuir a conocer a otras familias y sus necesidades particulares, en ese contexto la institución podría planificar la agenda para asegurarse que tanto niños como padres dispongan de tiempo juntos creando oportunidades para que se conozcan promoviendo interacciones sociales positivas, por ejemplo juegos, enseñanza directa sobre destrezas sociales, y a la vez coordinando actividades extracurriculares considerando los horarios de la estimulación para asegurarse que exis-

tan oportunidades de participación para todos.

- Definir el rol que desarrollaran los diferentes participantes de los centros de estimulación temprana (por ejemplo: ¿podrán actuar los compañeros sin discapacidad como tutores compañeros de juego o ambas cosas? en el caso de otro tutor su rol principal sería enseñar al compañero con discapacidad alguna destreza, en el caso de caso de un compañero sin discapacidad, el objetivo sería promover interacciones sociales.
- Propiciar reuniones entre los directivos las instituciones de educación especial, tomando en cuenta al personal responsable de atender a padres y representantes para la optimización de la calidad de servicio, con la finalidad de intercambiar opiniones, ideas, fallas de funcionamiento, carencia de materiales de trabajo, necesidades personales, que permitan dar a conocer las fortalezas y debilidades en el centro de estimulación temprana y su personal, lo cual contribuiría a diseñar planes particulares tendientes a llevar a la organización hacia el éxito.

### **Conclusiones**

Luego de haber recolectado la información y desarrollado el análisis

respectivo de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación, se procedió a emitir las siguientes conclusiones las cuales respondieron a las interrogantes formuladas, es decir se orientaron a determinar la satisfacción de los padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana.

Con respecto a la situación actual de los centros públicos de estimulación con respecto a la calidad de servicio ofrecida a los padres y representantes de los niños con necesidades de estimulación temprana, se encontró que la fiabilidad se encuentra afianzada debido al fiel cumplimiento de lo prometido, sobre la empatía constituye una fortaleza pues el personal entiende el sentimiento de padres y representantes.

Sobre la credibilidad se encuentra bien desarrollada pues padres y representantes consideran que la institución ha tenido una actuación que así lo confirma, en cuanto a la seguridad está presente pero no en una alta medida, la capacidad de respuesta es elevada estando representada por el interés demostrado por el personal responsable de la atención de los niños (as) con necesidades especiales.

Dando continuidad, la atención prestada se encuentra en una alta consideración debido al trato de amabilidad, respeto y simpatía, sobre las instalaciones, existen algunas que deben ser cubiertas para evitar

accidentes, sin embargo han tenido la previsión de equiparse con todas aquellas herramientas que sirven de soporte para llevar a cabo la misión de estimulación temprana.

En cuanto a la percepción de padres y representantes asociados a los centros públicos de estimulación temprana sobre la calidad del servicio recibida, se concluye que el entrenamiento de personal es continuo, mostrándose gran interés pues el contribuye a manejar adecuadamente las necesidades especiales de los niños que asisten a los centros, la competitividad es percibida con tendencia favorable debido a factores como la calidad del personal, herramientas adecuadas, trato ofrecido tanto a los niños como a sus padres y representantes, la actitud de los empleados es positiva, igualmente el servicio prestado por los centros refleja elevada calidad de servicio.

En relación a los requerimientos y necesidades de los padres y representantes de niños con necesidades de estimulación temprana, se concluye que el tipo de servicio es satisfactorio para padres y representantes pues satisfacen las expectativas, cubren las necesidades. La rapidez como requerimiento en el servicio, igualmente es satisfactoria, en cuanto al tipo de necesidades estas han sido cubiertas por la institución. El sentido del compromiso es elevado influyendo favorablemente en la calidad del servicio, respecto la identi-

ficación de expectativas se encuentra cubierta mas no en su totalidad.

Finalmente se presentaron algunos lineamientos estratégicos, dirigidos básicamente a las instituciones de estimulación temprana con la finalidad de que logren optimizar la satisfacción de los padres y representantes de discapacitados.

### Referencias bibliográficas

- Assael (1999). *Comportamiento del Consumidor*. Thomson Editores. México.
- Ary, Jacobs y Razavieh (2000). *Introducción a la Investigación Pedagógica*. Editorial McGraw Hill México.
- Berlinches (1998). *Calidad*. Editorial Paraninfo. Madrid.
- Berry y Parasuraman (1996). *Calidad del Servicio. Una Ventaja Estratégica para Instituciones Financieras*. Editorial Díaz de Santos. Caracas.
- Chávez, N. (2003). *Introducción a la investigación educativa*. EDILUZ. Maracaibo.
- Cobra y Zwarq (1999). *Marketing de servicios. Conceptos y Estrategias*. Editorial McGraw - Hill, Santa Fe de Bogota, Colombia.
- Cottle, D. (2002). *Servicio centrado en el cliente*. Editorial Diez Santos S.A. España.
- Davis y Newstron (2000). *Comportamiento Humano en las organizaciones*. Editorial McGraw Hill. México.

- Gale (2000). **Análisis de las estrategias de mercadeo**. Editorial Díaz de Santos. Barcelona.
- Hernández, Fernández y Baptista (2006). **Metodología de la Investigación**. Editorial McGraw Hill. México.
- Juran (1998). **Y la Calidad del servicio**. Editorial Díaz de Santos. España.
- Kerlinger y Lee (2002) **Investigación del Comportamiento**. Editorial Prentice Hall. México.
- Kreitner, R., Kinicki, A. (1999). **Comportamiento Organizacional**. McGraw-Hill. Madrid.
- Kotler (2002). **Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planificación, Aplicación y Control**. Editorial: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.
- Lambin, J. (2003). **Marketing Estratégico**. Editorial McGraw Hill. México.
- Ley Orgánica de Protección del Niño y del Adolescente (1998) visitada en 2006 en [www.asambleanacional.gov.ve](http://www.asambleanacional.gov.ve).
- Luzardo (2002). **Calidad de Servicio y Satisfacción de los Clientes del Centro Hospitalario**. URBE. Maracaibo.
- McCarthy y Perrault (2000). **Marketing**. Editorial McGraw Hill. México.
- Pinto (2000). **Planeación Estratégica de Capacitación Empresarial**. Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores. México.
- Quijano (2003). **Marketing y gestión de los servicios**. Díaz Santos. Madrid.
- Robbins (2000). **Administración**. Editorial Prentice Hall. México.
- Rincón (2005). **Satisfacción del cliente como elemento de la responsabilidad social empresarial en el sector lácteo del Estado Zulia**. LUZ. Maracaibo.
- Serna (2003). **Gerencia Estratégica, Planeación y Gestión – Teoría y Metodología**, 3R. Editores, Santa Fe, Bogotá.
- Shiffman y Kanuk (1999). **Comportamiento del Consumidor**. Editorial Prentice Hall. México.
- Solomon (1997). **Comportamiento del Consumidor**. Editorial Prentice Hall. México.
- Stanton, Etzel y Walker (2000). **Fundamentos de Marketing**, Editorial McGraw – Hill, México.
- Trigilio (2003). **La Satisfacción de los Clientes de Servicios de Biblioteca en las Instituciones de Educación Superior**. URBE. Maracaibo.
- Wellington, P. (2000). **Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente**. Kaizen. Editorial Mc Graw Hill. Caracas.