



Agencias Acreditadoras y su Legitimación:
Estudio comparado entre México y
Estados Unidos

ADA GEMA MARTÍNEZ MARTÍNEZ
MONTERREY 2008

CONTENIDO

1	Propósito
2	Antecedentes de la Acreditación
3	Tipos de Estrategias de Legitimidad
4	Agencia Mexicana y Agencia Estadounidense
5	Metodología
6	Resultados y Conclusiones

PROPÓSITO

El propósito de esta investigación es abrir un espacio de análisis y reflexión para identificar las estrategias que las agencias acreditadoras de la Educación Superior, utilizan para interactuar con aquellos actores de su entorno que le son obligatorios e indispensables para su existencia y desarrollo; finalmente comparar los tipos de estrategias que las legitiman en sus respectivos países.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las estrategias que utilizan las agencias mexicana y estadounidense para obtener o mantener su legitimidad?

Nota: Se conserva el anonimato de la agencia para salvaguardar y proteger su identidad.

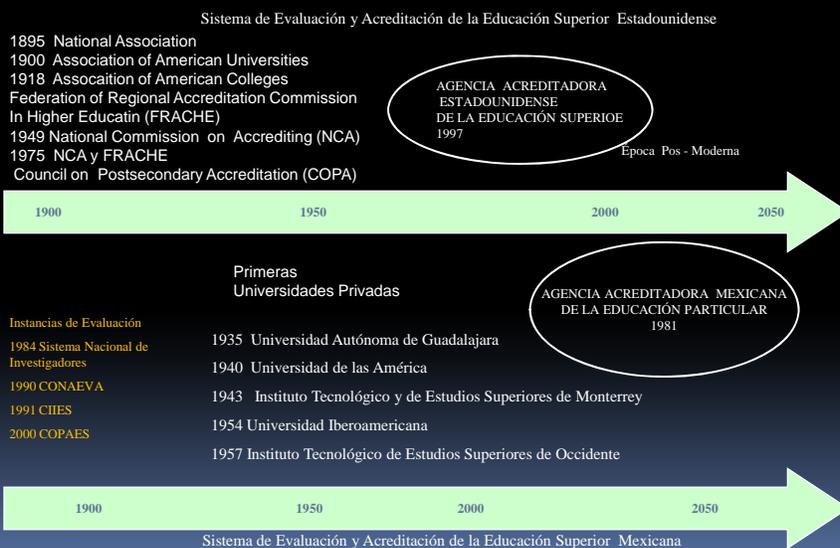


- **Foro Global** fue lanzado en París, 2003
 Provee de una plataforma para el dialogo, uniendo los marco existentes sobre la educación internacional y los temas de la acreditación de la calidad.
- El foro Global y retos éticos de la globalización.
- La globalización y la educación superior.
- Acuerdo general sobre comercio y servicios (GATS).

Antecedentes de la Acreditación

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. UNESCO.
- Unión Europea.
- Estados Unidos de América.
- México

SISTEMAS DE ACREDITACIÓN



¿Qué es la Acreditación?

- La acreditación es el método de garantía externa de la calidad más utilizado en el mundo.
- La acreditación asegura un nivel específico de calidad conforme a la misión de la institución, los objetivos del programa y las expectativas de los distintos actores implicados, incluidos estudiantes y empleadores. El proceso suele traducirse en la concesión de un reconocimiento durante un periodo limitado.

(Sanyal y Martin, 2006)

Agencia Acreditadora Estadounidense

Es la organización más grande de instituciones de educación superior en los Estados Unidos de Norteamérica, con aproximadamente 3,000 colegios y universidades miembros.

Sesenta instituciones reconocidas y organizaciones acreditadoras de programas.

Está gobernada por un Consejo de 20 personas que son presidentes o rectores de colegios y universidades así como miembros de la sociedad civil.

Nota: Se conserva el anonimato de la agencia para salvaguardar y proteger su identidad.

Agencia Acreditadora Mexicana

- La agencia, mexicana es una Asociación Civil sin fines de lucro, fundada en 1981 y agrupa a 114 universidades privadas de México que representan el quince por ciento del total de la matrícula del país. Esta agencia está gobernada por un Consejo Directivo de ocho miembros, todos ellos rectores de las universidades acreditadas.

Nota: Se conserva el anonimato de la agencia para salvaguardar y proteger su identidad.

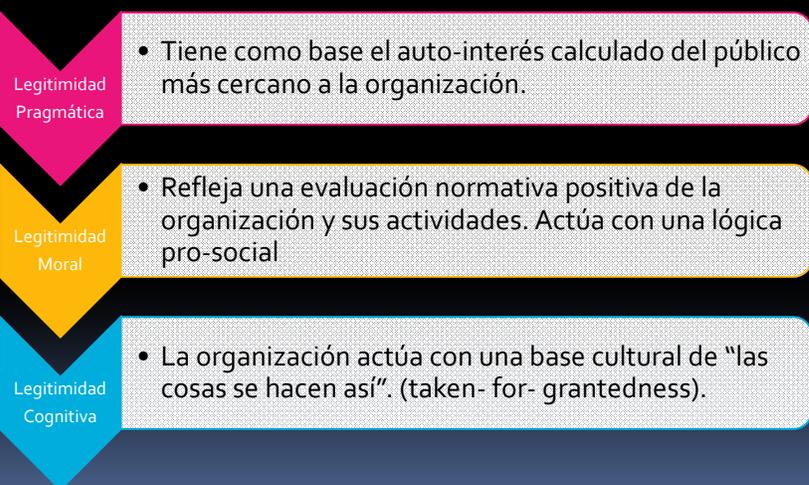
Teoría Institucional en el análisis de las organizaciones

- Organizaciones bajo el enfoque de la teoría del Institucionalismo.
- Los valores y normas de la sociedad llevan a las organizaciones a que incorporen prácticas y procedimientos institucionalizados de su entorno.
- La legitimidad es un concepto crucial en el Institucionalismo y sirve como un punto de partida para el análisis organizacional.

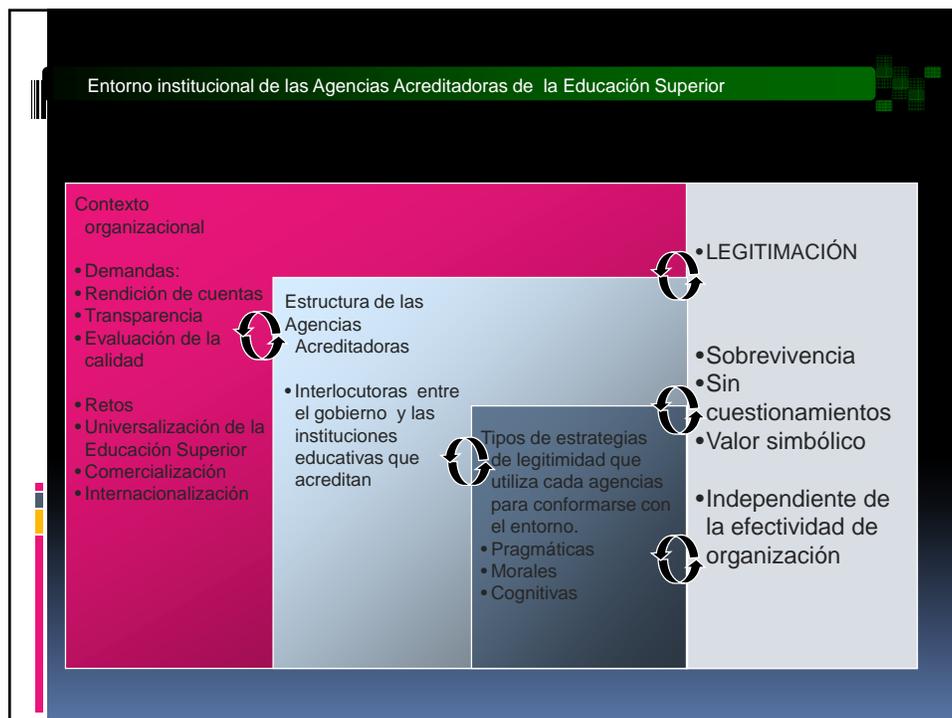
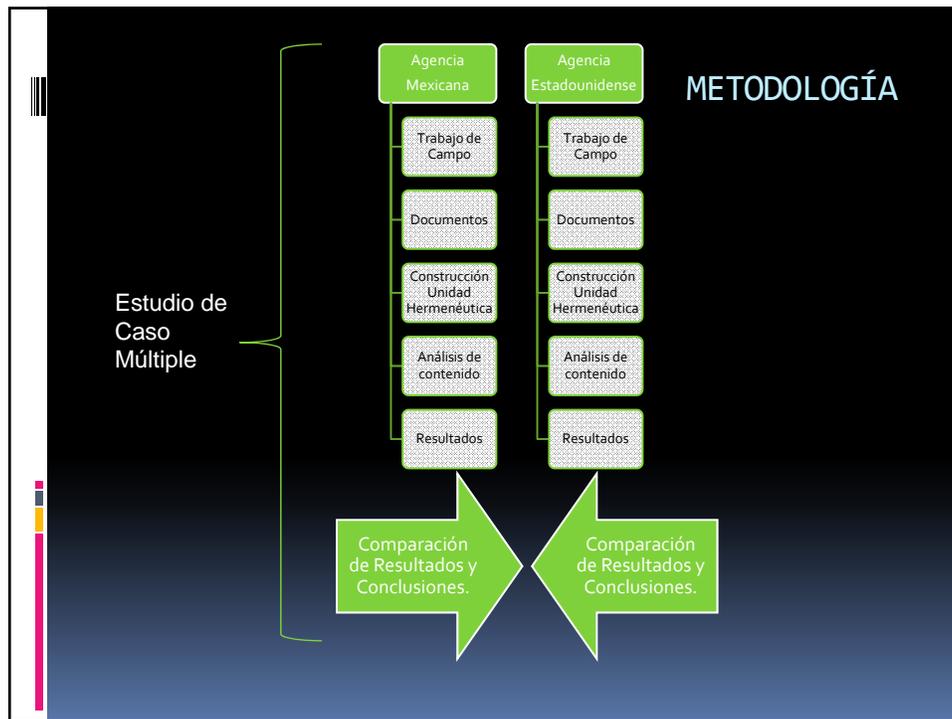
¿Cómo se define la legitimidad?

- “La legitimidad es una percepción o supuesto generalizado donde las acciones de una entidad son deseables, propias o apropiadas dentro de un sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones” (Suchman, 1995: 574).

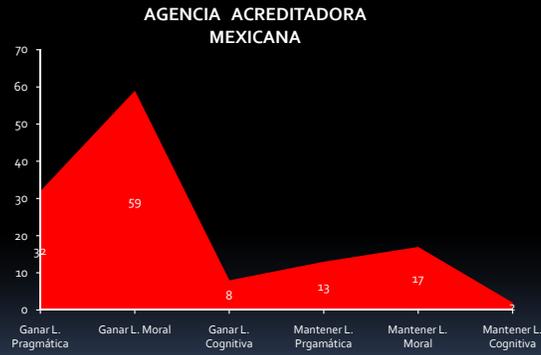
Tipos de estrategias de legitimidad



Suchman, (1995).

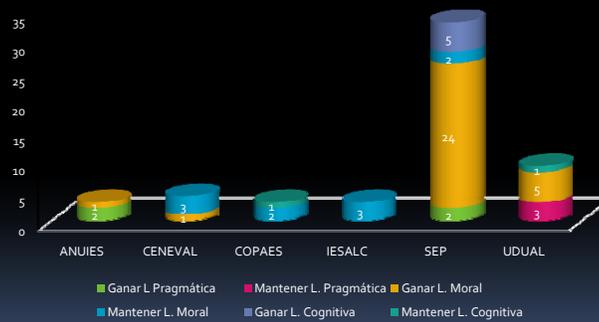


Estrategias de Legitimidad



Resultados

Tipos de Estrategias de Legitimidad de la Agencia Mexicana para relacionarse con los Actores

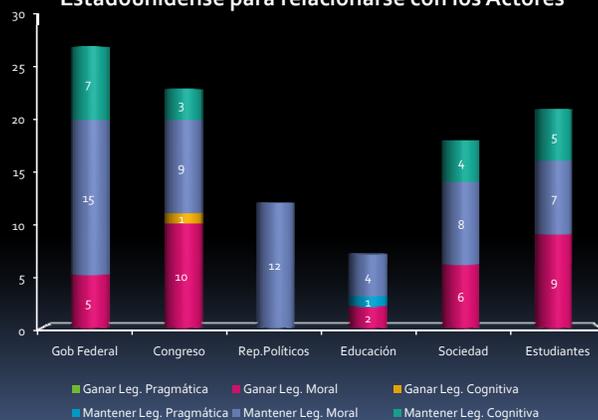


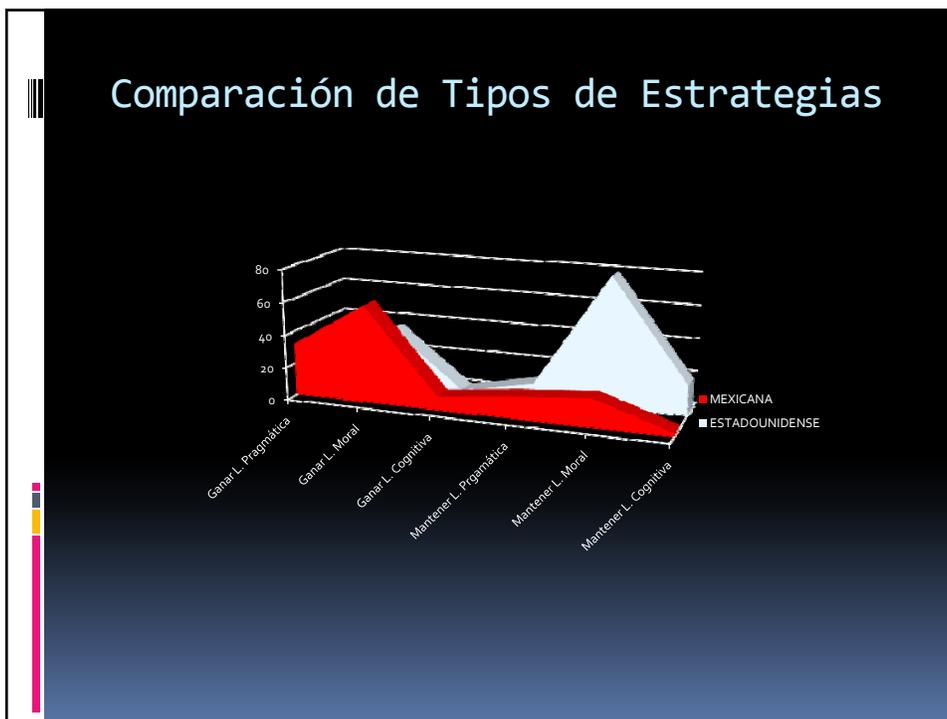
Estrategias de Legitimidad



Resultados

Tipos de Estrategias de Legitimidad de la Agencia Estadounidense para relacionarse con los Actores





Conclusiones

<p>AGENCIA MEXICANA</p> <p>Los datos revelan que la Agencia Mexicana dirige sus acciones principalmente con un estilo para ganar una legitimidad moral o normativa.</p> <p>Busca conformarse con ideales, manifestar sus éxitos, e insertarse en las instituciones de los diversos actores sociales, políticos e internacionales con los que se vincula.</p>	<p>AGENCIA ESTADOUNIDENSE</p> <p>Prefiere el uso de mantenimiento estrategias normativas, especialmente con los actores políticos, procura proteger la propiedad con políticas de responsabilidad, comunicación firme y con un acopio de estima.</p> <p>Con estudiantes y sociedad civil, prefiere el mantenimiento de estrategias morales y cognitivas, siendo congruente con los valores culturales, con políticas de simplificación y protegiendo los supuestos con los que opera.</p>	<p>CONCLUSIONES</p> <p>Las estrategias mejoran la posición de las agencias en el país.</p> <p>Las agencias deben mantener un balance entre el las presiones del entorno y los intereses de sus integrantes.</p> <p>La teoría institucionalista propone que las organizaciones que se conforman con las expectativas sociales, aumentan su legitimidad y sobrevivencia.</p>
---	--	---

