

Universidad Rey Juan Carlos

Departamento de Economía de la Empresa



TESIS DOCTORAL

LA LEGITIMIDAD DE LAS UNIVERSIDADES EN EL ESPACIO EUROPEO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR. EL CASO DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS
DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Directores:

Prof. Dr. EMILIO P. DÍEZ DE CASTRO
Prof. Dr. CARMELO MERCADO IDOETA
Prof. Dr. FRANCISCO DÍEZ MARTÍN

Doctoranda:

ANA ISABEL CRUZ SUÁREZ

Madrid, 2012



Por la presente, los directores de la Tesis Doctoral que se presenta; Emilio Díez de Castro, Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Sevilla; Carmelo Mercado Idoeta, Profesor Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados; y Francisco de Asís Díez Martín, Profesor Titular Interino de Economía Financiera y Contabilidad, ambos adscritos al Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos; en cumplimiento de lo dispuesto en la normativa vigente que regula el tercer Ciclo de estudios universitarios, la obtención del título de Doctor y otros Estudios de Postgrado, emite el siguiente informe sobre la Tesis Doctoral "LA LEGITIMIDAD DE LAS UNIVERSIDADES EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR. EL CASO DE LA UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID", presentada por la doctoranda D^a. Ana Isabel Cruz Suárez.

Consideramos que la tesis doctoral, en sus aspectos formales y principalmente por su contenido, puede ser defendido por el doctorando. También deseamos destacar la oportunidad del tema, debido a la escasa aportación científica existente. Por otra parte conviene resaltar la revisión bibliográfica realizada, la adecuada metodología aplicada, la investigación empírica exhaustiva y completa, así como los anexos.

La variedad de datos aportados, así como las conclusiones del trabajo avalan incluso la necesidad de publicar esta tesis doctoral una vez defendida, para procurar su difusión en los ámbitos profesional y académico.

Para que conste y surta los efectos oportunos firmamos este informe en Madrid a 20 de marzo de 2012.

Dr. Emilio Díez de Castro

Dr. Carmelo Mercado Idoeta

Dr. Francisco de Asís Díez Martín

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi agradecimiento a todos los que me han escuchado, comprendido y ayudado en la realización de esta tesis doctoral.

Quiero agradecer profundamente a mis directores de tesis el tiempo y el esfuerzo que me han dedicado. Al Catedrático D. Emilio Díez de Castro por compartir su valiosa sabiduría, al profesor Dr. D. Carmelo Mercado Idoeta por no dejar de animarme durante todo este trabajo, y al profesor Dr. D. Francisco Díez Martín, por su ejemplo de compromiso y dedicación. Ha sido un privilegio haber contado con su dirección.

A los Catedráticos Camilo Prado Freire y Luis Tomás Díez De Castro por brindarme la oportunidad de iniciar mi carrera en la docencia, por aconsejarme y cuidarme. Gracias por confiar en mí. A la Catedrática Francisca Martín Jiménez por sus continuos consejos y su incondicional bondad.

A mis compañeros del Departamento de Economía de la Empresa, por sus palabras de ánimo y apoyo en este camino que hemos compartido. Especialmente, a Camilo Prado y Alicia Blanco, por su ayuda ilimitada, su continua motivación y su gran amistad.

En especial, quiero agradecerles a mis padres María y Rafael, por enseñarme los valores que realmente importan en la vida, por su ejemplo de superación y honestidad y, por la confianza que siempre habéis depositado en mí. Os debo todo lo que soy. A mi hermana, por ser un ejemplo de tenacidad y perseverancia. Gracias por ser mi cómplice y mi mejor amiga. Y muy especialmente a Fran, por su infinita paciencia, su inagotable apoyo y comprensión, y su inmenso amor y cariño. Gracias por compartir tu vida con la mía, sin ti nada de esto tendría sentido.

A todos, muchas gracias.

Esta investigación ha sido financiada por la Dirección General de Universidades e Investigación de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid y de la Universidad Rey Juan Carlos, Ref: URJC-CM-2010-CSH-5186

ÍNDICE

ÍNDICE

	PÁGINA
ÍNDICE	i
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	3
1.2. CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA LEGITIMIDAD ORGANIZATIVA	6
1.2.1 El desarrollo de la Teoría de la Legitimidad.....	7
1.2.2 Dimensiones de la legitimidad	10
1.2.3 Sujetos de legitimación	14
1.2.4 Fuentes de legitimidad	15
1.2.5 El proceso de legitimación	19
1.2.6 Estrategias de legitimidad	21
1.2.7 Legitimidad como factor crítico de éxito.....	25
1.3. EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	30
1.3.1 Historia	30
1.3.2 Objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior	37
1.4 BIBLIOGRAFÍA.....	51
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES Y FUENTES DE LEGITIMIDAD.....	67
2.1. INTRODUCCIÓN	69
2.2. CONFLICTOS Y SINERGIAS ENTRE LAS DIMENSIONES DE LA LEGITIMIDAD	71
2.3. RELACIÓN ENTRE LAS FUENTES DE LEGITIMIDAD Y LA LEGITIMIDAD ORGANIZATIVA.....	73
2.4. METODOLOGÍA.....	75
2.4.1 Escenario de la investigación: sujeto de legitimidad.....	75
2.4.2 Universo poblacional: fuentes de legitimidad.....	76
2.4.3 Muestra.....	79
2.4.4 Variables	80
2.4.5 Procedimiento de recogida de información.....	84
2.4.6 Análisis de los datos.....	85
2.5. RESULTADOS	86
2.5.1 Resultados del análisis de los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa.....	86
2.5.2 Resultados de la relación entre las fuentes de legitimidad.....	88

2.6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	92
2.6.1 Implicaciones científicas.....	92
2.6.2 Implicaciones gerenciales	94
2.6.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación	95
2.7 BIBLIOGRAFÍA.....	96
CAPÍTULO III: EL PERFIL DE LEGITIMIDAD DEL EEES EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID	101
3.1. INTRODUCCIÓN	103
3.2. CÓMO HACER OPERATIVA LA LEGITIMIDAD	104
3.3. METODOLOGÍA.....	109
3.3.1 Escenario de la investigación: sujeto de legitimidad.....	110
3.3.2 Universo poblacional: fuentes de legitimidad.....	111
3.3.3 Muestra.....	113
3.3.4 Variables	114
3.3.5 Procedimiento de recogida de información.....	121
3.3.6 Análisis de los datos.....	122
3.4. RESULTADOS	137
3.4.1 Resultados modelo 1: profesores	137
3.4.2 Resultados modelo 2: alumnos.....	142
3.4.3 Resultados: comparativa por universidades entre el modelo 1 y 2	147
3.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	150
3.5.1 Implicaciones científicas.....	150
3.5.2 Implicaciones gerenciales	153
3.5.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación	159
3.6 BIBLIOGRAFÍA.....	160
CAPÍTULO IV: RELACIÓN ENTRE LA LEGITIMIDAD Y EL ÉXITO ORGANIZATIVO	167
4.1. INTRODUCCIÓN	169
4.2. DESARROLLO TEÓRICO E HIPÓTESIS.....	171
4.2.1 Legitimidad: factor crítico de éxito.....	171
4.2.2 Dimensiones de la legitimidad organizativa	176
4.3. METODOLOGÍA.....	179
4.3.1 Muestra.....	179
4.3.2 Variables	179
4.3.3 Análisis de los datos.....	184
4.4. RESULTADOS	185
4.4.1 Análisis de resultados de las universidades públicas de Madrid	185
4.4.2 Análisis del éxito y la legitimidad de las universidades públicas de Madrid.	196
4.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	211
4.5.1 Resumen y Contribuciones	211
4.5.2 Implicaciones gerenciales	216
4.5.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación	217
4.6 BIBLIOGRAFÍA.....	219

CAPÍTULO V: RECAPITULACIÓN Y CONSIDERACIONES FINALES	227
5.1. INTRODUCCIÓN	229
5.2 RESUMEN DE LAS IMPLICACIONES CIENTÍFICAS.....	230
5.3 RESUMEN DE LAS IMPLICACIONES GERENCIALES.....	235
5.4 RESUMEN DE LAS LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	238
5.6 BIBLIOGRAFÍA.....	239
CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA	243
ANEXO	267

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La legitimidad es un concepto fundamental en la Teoría Institucional. El término “legitimidad” se remonta a los albores de la Teoría de la Organización. Una de las definiciones más extendidas sobre la legitimidad es la aportada por Suchman (1995: 574): legitimidad es “la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones”. Algunos autores consideran la legitimidad un factor clave de éxito o una condición necesaria para mejorar el acceso a los recursos y conseguir la supervivencia de la organización (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1987; Baum y Oliver, 1991; Suchman, 1995; Brown, 1998; Zimmerman y Zeitz, 2002).

Sin embargo, durante la mayor parte del siglo pasado, la investigación sobre la legitimidad ha aparecido de forma lenta y fragmentada. Desde 1995, la literatura sobre la legitimidad ha crecido rápidamente y en una variedad de direcciones. Gran parte de esta nueva literatura ha sido muy teórica, estudiándose como un concepto teórico, en lugar de ser examinado de forma empírica. Hasta la fecha, la mayor parte de los estudios empíricos de la legitimidad se han centrado en estudios de casos exploratorios, mientras que sólo un puñado de investigaciones ha empleado la legitimidad como una variable dentro de un cuerpo de hipótesis (Deephouse y Suchman, 2008). En el apartado 2 de este capítulo desarrollamos de forma más extensa los principales conceptos y la evolución de la legitimidad

organizativa.

El desarrollo de la Teoría de la legitimidad ha seguido varias líneas de investigación. Se han estudiado ampliamente las dimensiones o tipologías de legitimidad (Meyer y Rowan, 1977; Aldrich y Fiol, 1994; Suchman, 1995; Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Rutherford y Buller, 2007; Low y Johnston, 2008). Sin embargo, aún debe darse respuesta a ¿qué dimensión de legitimidad ejerce una fuerza mayor sobre la legitimidad organizativa? También se ha avanzado sobre el estudio de las fuentes de legitimidad. Es decir, sobre los grupos que evalúan la aceptabilidad de las actividades de las organizaciones. No obstante, existe una necesidad de mayor investigación sobre la manera en que confieren legitimidad las diferentes fuentes y su relación con las dimensiones de la legitimidad (Zimmerman y Zeitz, 2002).

Algunos autores han llegado a plantear la necesidad de elaborar perfiles sectoriales de legitimidad (Suchman, 1995). Este tipo de análisis tendría su utilidad para encontrar los factores críticos de legitimación en las organizaciones de un sector, o incluso para ajustar las estrategias de legitimidad de las organizaciones según el sector de actividad.

Para Zimmerman y Zeitz (2002), el proceso de legitimidad permite el acceso a recursos estratégicos, indispensables para las organizaciones, favoreciendo su crecimiento y supervivencia. Así, encontramos estudios que han identificado las acciones estratégicas que favorecen la obtención o el mantenimiento de legitimidad (Suchman, 1995; Zimmerman y Zeitz, 2002). También se ha analizado la relación entre las estrategias de legitimidad y los objetivos organizativos (Bansal y Clelland, 2004; Alcántara et al., 2006; Barreto y Baden-Fuller, 2006; Tornikoski y Newbert 2007; Low y Johnston, 2008). Del mismo modo, existen estudios que han analizado la relación entre las dimensiones de legitimidad y los objetivos organizativos (Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Li et al., 2007). Sin embargo, aún persisten vacíos para algunas cuestiones. Por ejemplo, las organizaciones con mayor legitimidad:

¿obtienen mejores resultados?, ¿disponen de un mejor acceso a los recursos necesarios para sobrevivir?, ¿qué dimensiones de legitimidad conducen a la obtención de mejores resultados organizativos?

En esta investigación pretendemos dar respuesta a las cuestiones planteadas anteriormente. De este modo, los objetivos de la investigación son:

Capítulo 2: Análisis de las dimensiones y fuentes de legitimidad.

- a) Analizar los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa.
- b) Analizar las relaciones entre las fuentes de legitimidad y su efecto sobre la legitimidad organizativa.

Capítulo 3: El perfil de legitimidad del EEES en las universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Madrid.

- c) Crear el perfil de legitimidad del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), determinando los rasgos peculiares que caracterizan este proceso institucional.

Capítulo 4: Relación entre la legitimidad y el éxito organizativo

- d) Determinar la relación entre la legitimidad y los resultados organizativos.
- e) Determinar la relación entre la legitimidad y el acceso a los recursos estratégicos necesarios para el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones.

Para alcanzar los objetivos anteriormente propuestos, realizaremos nuestro estudio sobre la legitimidad del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Consideramos que el EEES representa un escenario excelente para estudiar la legitimidad, pues se trata de un proceso institucional que puede ser sujeto de

legitimación. El análisis lo llevaremos a cabo sobre las evaluaciones de la comunidad universitaria de las seis universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM), a saber: Universidad Complutense, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Alcalá, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Carlos III y Universidad Rey Juan Carlos. En el apartado 3 de este capítulo desarrollamos, de forma más extensa, los principales conceptos y evolución del EEES.

La estructura del trabajo consta de otros cuatro capítulos. En los capítulos 2, 3 y 4, se desarrollará la revisión de la literatura que nos ha llevado a la formulación de los objetivos de la investigación. A continuación se describirá la metodología utilizada para contrastar y analizar los objetivos propuestos, detallando la muestra, variables y métodos utilizados para el análisis de datos. Por último describiremos los resultados alcanzados y discutiremos sus conclusiones e implicaciones, formulando futuras líneas de investigación. En el capítulo 5 se ha realizado un ejercicio de recapitulación de las principales aportaciones científicas y gerenciales surgidas de esta investigación. También se agrupan las limitaciones del trabajo y se recogen las futuras líneas de investigación

1.2. CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA LEGITIMIDAD ORGANIZATIVA

Con los años, la conceptualización y explicación de la legitimidad organizativa ha sido bastante considerable, fundamentalmente en el ámbito conceptual más que en el empírico (Osigweh, 1989). Como resultado, la literatura ofrece una abundancia de definiciones, medidas y propuestas teóricas, no todas compatibles entre sí. A continuación trataremos de señalar tanto las definiciones establecidas y mayormente aceptados, como las definiciones que se han mantenido relativamente ambiguas y controvertidas.

1.2.1 El desarrollo de la Teoría de la Legitimidad

La mayoría de los investigadores en este campo consideran a Weber como la persona que introdujo la legitimidad en la sociología y, por tanto, en el estudio de la organización (Johnson et al, 2006; Ruef y Scott, 1998; Suchman, 1995). Weber sugiere que la legitimidad debe surgir de la conformidad tanto con las normas sociales como con las normas legales (Weber, 1978). Parsons (1956, 1960) aplicó las ideas de Weber y observó la legitimidad como la congruencia de una organización con las leyes, normas y valores sociales. Esta formulación fue adoptada más tarde por los teóricos de la organización, incluyendo Dowling y Pfeffer (1975), Pfeffer y Salancik (1978), y Czarniawska-Joerges (1989). Sin embargo, la concepción de legitimidad propuesta por Weber, no ha sido tan afortunada como sus planteamientos sobre ésta, fundamentalmente por su falta de claridad a la hora de definir el concepto (Meyer y Scott, 1983: 201).

La teoría institucional comenzó a desarrollarse en 1977 con los artículos de Meyer y Rowan (1977) y Zucker (1977). Aunque Zucker menciona la legitimidad esporádicamente, Meyer y Rowan la convierten en un punto central de su análisis. Estos autores toman la legitimidad como un recurso más de las organizaciones, sugiriendo que la supervivencia de las organizaciones también dependerá de la conformidad de éstas con los mitos del entorno. Aunque Meyer y Rowan (1977) no ofrecen una definición clara de la legitimidad, sí hacen referencia a muchas de las dimensiones que la explican y que posteriormente fueron analizadas en la década de 1990. Ellos afirmaron que la legitimidad puede ser consecuencia de: la "eficacia racional" (más tarde llamada legitimidad pragmática), los "mandatos legales (legitimidad regulatoria o político-social), y los "objetivos, medios, propósitos colectivos, etc " (legitimidad normativa o moral). También pusieron de relieve cómo la legitimidad aísla la organización de las presiones externas. "La incorporación de elementos institucionalizados proporcionan un activo (Scott y Lyman, 1968) [...] que protege a la organización sobre cualquier cuestionamiento de su conducta. La organización se convierte, en una palabra, legítima [...] y la legitimidad protege a las organizaciones de

consecuencias inmediatas ante variaciones en el rendimiento técnico" (Meyer y Rowan, 1977: 349, 351).

En 1983, Meyer y Scott analizaron el concepto de legitimidad con mayor profundidad, incluyendo la elaboración de una definición más detallada. "Somos de la opinión de que la legitimidad organizativa se refiere al grado de apoyo cultural de una organización... Una organización totalmente legítima sería aquella sobre la cual no podría plantearse ninguna objeción" (p. 201), donde cada objetivo, definición, recurso, y sistema de control es necesario, específico y sin alternativa. Una característica destacable de esta definición es su énfasis en los aspectos cognitivos de la legitimidad. (cf. DiMaggio y Powell, 1991).

Desde la Teoría de la Dependencia de Recursos, Pfeffer y Salancik (1978) adoptaron una definición negativa de la legitimidad, afirmando que "es más fácil reconocer la legitimidad cuando está ausente que cuando está presente. Cuando las actividades de una organización son ilegítimas, se producen comentarios y ataques" (1978: 194). Knoke (1985: 222) reformuló esta definición pero en afirmativa como "la aceptación por el público en general y por las organizaciones del derecho a asociarse para existir y llevar a cabo sus actividades en su forma elegida". La capacidad de perseguir sus propios objetivos también aparece dentro de la perspectiva de la elección estratégica formulada por Child (1972), quien sostiene que las organizaciones legítimas disfrutan de plena libertad para elegir sus estructuras, productos, mercados, factores de producción, etc. Es decir, una organización legítima tiene, en gran medida una, libertad incuestionable para perseguir sus actividades: "el estatus de legitimidad es una condición *sine qua non* para obtener un fácil acceso a los recursos, el acceso sin restricción a los mercados, y la supervivencia a largo plazo" (Brown, 1998: 35).

Además de ofrecer estas definiciones fundamentales, las primeras investigaciones sobre la legitimidad, fundamentadas en el trabajo de Pfeffer y Salancik (1978), también examinaron cómo pueden ganar o perder legitimidad

las organizaciones. Galaskiewicz (1985) encontró que las organizaciones, a menudo, han tratado de mejorar su legitimidad mediante la donación a instituciones de beneficencia, mejorando la formación de sus directivos clave, y consiguiendo apoyo externo. Ashforth y Gibbs (1990) proponen un total de diez acciones concretas para ganar legitimidad, muchas procedentes de la Teoría de la Gestión de la Percepción. También destacaron tres objetivos de legitimación: ganar, mantener, o defender la legitimidad. Estos últimos planteamientos también fueron analizados y tomados como punto de partida por Elsbach y Sutton (1992), y posteriormente por Suchman (1995).

El año 1995 representó un punto crucial en el desarrollo de la Teoría de la Legitimidad. Scott publicó su libro "*Institutions and Organizations*". Donde escribió: "la legitimidad no es una mercancía para ser poseída o intercambiada, sino una condición que refleja la alineación cultural, el apoyo normativo, o la consonancia con las reglas o leyes pertinentes" (1995: 45). Suchman también publicó un artículo exhaustivo donde define la legitimidad como "la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones" (1995: 574). En este marco, señalados dos puntos básicos, desde un punto de vista institucional analizó cómo se alojan las creencias de la sociedad en las organizaciones, y desde un punto de vista estratégico señaló cómo puede ser gestionada la legitimidad para ayudar a alcanzar las metas de la organización.

A partir de estas dos publicaciones aumentaron las investigaciones sobre la legitimidad. Aldrich y Fiol (1994) ya habían apuntado la importancia de la legitimidad para los emprendedores, y algo después, Kostova y Zaheer (1999) analizaron la legitimidad en el contexto de las empresas multinacionales. Mientras tanto, en un nivel más teórico, Oliver (1997) utilizó la legitimidad para integrar la teoría institucional con la teoría de la dependencia de recursos, y Deephouse (1999) desarrolló la teoría del equilibrio estratégico para abordar la relación entre: la estrategia de diferenciación para mejorar la rentabilidad y la

estrategia de conformidad para lograr la legitimidad. Este período también fue testigo de un aumento agudo en las referencias a la legitimidad, en la literatura de la gestión estratégica (Suchman y Deephouse, 2008), dando lugar a una serie de mejoras significativas para la comprensión de las dimensiones y fuentes de legitimidad, así como de los procesos, los antecedentes y consecuencias de la legitimación.

1.2.2 Dimensiones de la legitimidad

Las dimensiones de la legitimidad han recibido mucha atención en la década de 1990. Stryker (1994) distinguió entre distintas conductas de comportamiento hacia las normas sociales: consentimiento, aprobación y cognición de las normas. Aldrich y Fiol (1994: 648) distinguen entre legitimidad cognitiva y sociopolítica. "La legitimidad cognitiva se refiere a la difusión del conocimiento acerca de una nueva empresa... la legitimidad sociopolítica se refiere al proceso mediante el cual los grupos de interés, el público en general, los líderes de opinión, o los funcionarios del gobierno aceptan las actividades de una organización como correctas y apropiadas dentro de las normas y leyes existentes". Scott (1995), divide la dimensión sociopolítica propuesta por Aldrich y Fiol para llegar a tres dimensiones de legitimidad (reguladora, normativa y cognitiva). Suchman (1995) propuso una tricotomía muy similar denominándolas, legitimidad pragmática, moral y cognitiva.

Posteriormente Archibald (2004) equipara la legitimidad sociopolítica con la legitimidad reguladora y combina la legitimidad normativa con la cognitiva, creando una nueva categoría llamada legitimidad cultural. La legitimidad cultural la utiliza para un contexto profesional y cultural, mientras que la legitimidad sociopolítica se encontraría más relacionada con el contexto político. Bitekhtine (2006) comenzó a separar los conceptos haciendo uso de una de las herramientas fundamentales de la validez de constructo, la red nomológica (Cronbach y Meehl, 1955). Bansal y Clelland (2004) establecen una dimensión

contextual a la que denominan legitimidad medioambiental de la empresa.

Nosotros, al igual que Deephouse y Suchman (2008), también consideramos como más acertada la terminología propuesta por Suchman (1995), quien distingue tres dimensiones de legitimidad: la legitimidad pragmática, la legitimidad moral y la legitimidad cognitiva. Por sí mismo, cada tipología de legitimidad (pragmático, moral y cognitivo) supone una percepción generalizada de que las actividades organizativas son deseables, apropiadas y correctas dentro de un sistema social de normas, valores, creencias y definiciones. Sin embargo, cada una de estas dimensiones reside en distintas dinámicas de comportamiento (Díez et al, 2010a).

La legitimidad pragmática descansa sobre los intereses del entorno específico de la organización. Las organizaciones mantienen relaciones directas con su entorno directo, relaciones que pueden llegar a convertirse en auténticas relaciones de poder, donde algunos grupos son capaces de conseguir un gran poder sobre la organización. Los grupos de presión muestran su apoyo a la organización no porque ésta alcance grandes metas, como una gran facturación, sino porque observan que la organización está siendo receptiva a los intereses de éstos grupos. En este caso, la organización intenta que sus políticas y objetivos sean evaluados positivamente por el entorno específico, especialmente sus grupos de presión, generándose una relación materialista de poder y dependencia. Para este tipo de audiencia, la receptividad de la organización a sus intereses es más importante que la obtención de grandes beneficios. Apoyan las acciones de la organización pues la consideran como una persona que demuestra y comparte sus intereses, valores, creencias y que es honesta, deseable, auténtica y fiable. Esta confianza puede venir derivada del cumplimiento de reglas, estándares y expectativas generadas por gobiernos, grupos profesionales, asociaciones o la propia industria.

Decimos que una organización muestra legitimidad pragmática cuando sus objetivos se encuentran en consonancia con los propuestos por sus grupos de

presión. En cierta medida, el establecimiento de los objetivos organizativos depende de las relaciones de poder que se producen en la organización (Mintzberg, 1984:330). De este modo, consideramos que los objetivos organizativos incorporan los intereses de sus grupos de presión. Por lo tanto, reconocemos legitimidad pragmática en una organización cuando ejecuta acciones conducentes a la obtención de los objetivos establecidos.

La legitimidad moral, implica una evaluación normativa positiva de la organización y sus actividades (Parsons, 1960; Aldrich y Fiol, 1994). A diferencia de la legitimidad pragmática, la moral no descansa en juicios sobre si un determinado tipo de acción beneficia al evaluador, sino más bien, sobre si un determinado tipo de acción es lo que hay que hacer. Decimos que una organización muestra legitimidad moral cuando sus grupos de interés consideran que los objetivos y las acciones que desarrolla para alcanzarlos son los deseables, con independencia de su utilidad para la obtención de los objetivos organizativos. Reconocemos legitimidad moral en una organización cuando consideramos que los objetivos y las acciones para conseguirlos son los más deseables, independientemente de la utilidad de éstos para alcanzar rendimientos económicos.

La legitimidad moral generalmente se analiza evaluando la deseabilidad de los outputs, las técnicas y los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos (Scott, 1977; Scott y Meyer, 1991). Generalmente las preocupaciones morales son más resistentes a la manipulación externa que las consideraciones meramente pragmáticas. De lo que se desprende que este tipo de legitimidad sea más difícil de alcanzar, pero, por el contrario, sería menos manipulable y más fuerte que la legitimidad pragmática (Suchman, 1995).

Respecto a la legitimidad cognitiva, ésta se corresponde con la percepción de que el desarrollo de las acciones es el más apropiado. Decimos que una organización muestra legitimidad cognitiva cuando sus grupos de interés consideran que ejecuta sus estrategias de la mejor forma posible, con el mejor

sistema, procedimiento, recursos, etc. Reconocemos legitimidad cognitiva en una organización cuando consideramos que la mejor forma de ejecutar una acción, en cualquier ámbito o sector de actividad, es como lo hace esa organización. A diferencia de la legitimidad moral, la cognitiva se analiza evaluando la adecuación, las técnicas y los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos. No es tan importante la deseabilidad del objetivo o de las acciones llevadas a cabo para conseguirlo, sino la adecuación de la técnica utilizada en las acciones conducentes a su consecución.

Desde un punto de vista técnico, representa la forma de cómo deben hacerse las cosas. La legitimidad cognitiva resulta de tomar como propio el sistema de creencias, formulado por profesionales y científicos, donde se especifica y codifica el conocimiento, dando por sentado supuestos que aportan un marco de actuación para las rutinas diarias y también para las más especializadas (Scott, 1994). En un sentido amplio, la legitimidad cognitiva indica cómo ver el mundo y qué acciones son efectivas. A veces resulta complicado distinguir con claridad las diferencias entre la legitimidad cognitiva y moral (Zeitz et al., 1999). Una organización demuestra su deseabilidad y aceptación comprometiéndose y desarrollando métodos, modelos, prácticas, supuestos, conocimiento, ideas, realidades, conceptos, pensamientos y otros, que están ampliamente aceptados y considerados útiles y deseables por el cuerpo de profesionales y expertos científicos donde opera (Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995; Hunt y Aldrich, 1996; Zimmermann y Zeit, 2002). Es decir, cuando desarrolla actividades que ayudan a simplificar los procesos de decisión, consiguiendo que las decisiones sean mejores y más racionales. Se trata de un tipo de legitimidad fundamentada en el conocimiento, más que en el interés o la evaluación (Aldrich y Fiol, 1994).

La revisión de la literatura sugiere la existencia de distintas dimensiones y tipologías de legitimidad. Además apunta que la legitimidad moral es más difícil de obtener que la pragmática, aunque sería más duradera en el tiempo, y también que la legitimidad cognitiva resulta más difícil de obtener que la moral,

aunque sería más duradera en el tiempo. Sin embargo, puesto que las dimensiones de legitimidad ofrecen evaluaciones sobre los objetivos y acciones organizativas, fundamentadas en distintos puntos de vista, sería recomendable conocer los posibles conflictos o sinergias que se producen entre ellas (Suchman, 1995). Nosotros no hemos encontrado en la literatura investigaciones sobre las relaciones entre las dimensiones de la legitimidad. En este sentido, como proponen Díez-Martín et al (2010b), consideramos necesario dar respuesta a ¿qué dimensión de legitimidad ejerce una fuerza mayor sobre la legitimidad organizativa?

1.2.3 Sujetos de legitimación

Los sujetos de legitimación son las entidades sociales, estructuras, acciones e ideas, cuya aceptación está siendo evaluada. En la literatura también se han denominado como: “niveles” (Ruef y Scott, 1998), “focos” (Suchman, 1995: 583), y “objetos” de legitimación (Johnson, 2004). Nosotros utilizaremos "sujetos de legitimación" por varias razones. En primer lugar, este término es familiar y amplio. En segundo lugar, refleja la idea de que la legitimidad es un constructo social y surge de la relación del sujeto con las reglas, leyes, normas, valores y marcos cognitivos de un sistema social más amplio. En tercer lugar, sirve como un recordatorio de que la legitimidad puede ser, a veces, muy subjetiva, especialmente cuando una organización está tratando de ganar o defender su legitimidad (Ashforth y Gibbs, 1990; Suchman, 1995). Finalmente, los sujetos no son necesariamente pasivos, sino que pueden convertirse en elementos activos en la creación de legitimidad (Ashforth y Gibbs, 1990; Suchman, 1995); algunos ejemplos incluyen las agencias de acreditación de calidad que se han creado dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (Durand y McGuire, 2005), o el caso de las cinco grandes firmas de contabilidad que legitiman esta disciplina, al mismo tiempo que se adaptan a ella (Greenwood et al., 2002).

Los sujetos posibles de legitimación son casi innumerables. Johnson (2004:

10-11) ofrece una lista parcial, que incluye: “un acto, una regla, un procedimiento, una rutina, una distribución, una posición, un grupo o equipo, la estructura de un grupo de estado, el trabajo en equipo, un sistema de posiciones , una estructura de autoridad, organización, símbolos de la organización, la forma de una organización, prácticas, servicios, programas, un régimen, un sistema de poder, y un sistema de desigualdad (por nombrar algunos)”. Dos sujetos adicionales de legitimación en los que la literatura ha prestado atención recientemente son los fundadores de empresas y los equipos de alta dirección (Certo, 2003; Cohen y Dean, 2005; Deeds, Mang, y Frandsen, 2004; Higgins y Gulati, 2003, 2006). De hecho, en este punto, parece que casi cualquier cosa puede ser un tema de la legitimación. Deephouse y Suchman (2008) señalan que los investigadores podrían evaluar la legitimidad de un sujeto de orden superior, tales como la evaluación de la legitimidad de una nueva empresa, a través de la legitimidad de sus productos, la estructura y el equipo de alta dirección. Aunque para hacer esto habría que tener en cuenta el problema de la agregación, como se describe en la investigación de los grupos de interés (Rowley y Berman, 2000; Wartick, 2002). Por otra parte, los investigadores pueden decidir que sólo una selección limitada de atributos pueden ser sujetos válidos de legitimación, es decir, la comunidad de investigadores podría tratar de especificar los sujetos legítimos de legitimación. Sin embargo, dada la complejidad del mundo real y la plasticidad de la dinámica de la legitimación, no estamos totalmente de acuerdo con este procedimiento.

1.2.4 Fuentes de legitimidad

“Las fuentes de legitimidad” son los grupos internos y externos que observan a las organizaciones y evalúan su legitimidad (Ruef y Scott, 1998: 880). Meyer y Scott (1983: 201-2) consideran que son fuentes de legitimidad “aquellos que tienen la capacidad de movilizar y hacer frente a las organizaciones”, no tanto en términos de poder, sino en términos culturales. Ellos clasifican estas fuentes en dos grupos básicos. Los primeros serían aquellos que tienen una posesión de

control legal sobre las normas como las licencias, por lo general el Estado. El segundo, serían los que tienen la autoridad colectiva sobre lo que es aceptable (por ejemplo, abogados, auditores, intelectuales). Sin embargo, estas no son las únicas fuentes relevantes de legitimidad. En la definición de Suchman (1995: 574), la legitimidad implica congruencia con "algún sistema socialmente estructurado de normas, valores, creencias y definiciones", lo que implica que las posibles fuentes de legitimidad no están restringidas a un grupo concreto de personas. Por lo tanto, un tema central para cualquier investigación sobre la legitimidad consiste en identificar quién tiene la autoridad sobre la legitimación en cualquier situación. La respuesta depende, en gran medida, en el foco de la investigación. Por ejemplo, un análisis de la legitimidad de la industria energética global, después del derrame del Exxon Valdez, tendría que incluir la opinión popular, la de los reguladores estatales, los analistas de la industria, los activistas políticos y los expertos (Adler y Haas, 1992) de todo el sistema mundial.

Muchos investigadores han tratado diplomáticamente estas distinciones, considerando a la sociedad en general como una fuente de legitimidad. Este enfoque es particularmente común en los estudios institucionales de difusión (por ejemplo, Strang y Soule, 1998; Tolbert y Zucker, 1983), que se fundamentan en la relación entre la legitimidad cognitiva y el isomorfismo mimético, para argumentar que mientras más numerosos son los que adoptan una práctica, ésta se extenderá más, y por consiguiente, mayor será su aceptación y su legitimidad. Este tipo de relación ha sido apoyada empíricamente mediante estudios en varios tipos de organización, tales como periódicos, automóviles y fabricantes británicos de motocicletas (Carroll y Hannan, 1989; Hannan y Carroll, 1992; Hannan et al, 1995; Wezel, 2005). Aunque algunos institucionalistas (por ejemplo, Zucker, 1989; Baum y Powell, 1995) consideran que la mayor densidad no logra captar la riqueza del entorno institucional, Carroll y Hannan (1989a, b), Hannan y Carroll (1995) y Hannan et al. (1995) no están de acuerdo y consideran que la densidad es un indicador de parsimonia de la legitimidad que goza de la validez predictiva de un número considerablemente alto de los grupos de interés

de la organización. Este tema ha sido tratado ampliamente por Boxenbaum y Jonsson (2008).

En algún punto entre la legitimidad otorgada por las autoridades y la otorgada por la sociedad en general, se encuentran los medios de comunicación. Según Baum y Powell (1995), los medios de comunicación representan un buen indicador para medir la legitimidad otorgada por la sociedad, y los investigadores han estado trabajando con este tipo de fuente desde la década de 1990. Hybels, Ryan (1994) miden la legitimidad de la población biotecnológica de EE.UU contando artículos de periódico sobre la población en cada año. Al mismo tiempo, Deephouse (1996) utiliza datos de los medios de comunicación para medir la legitimidad pública de las distintas organizaciones en el sector financiero. Los informes de los medios de comunicación fueron utilizadas posteriormente para medir la legitimidad en las investigaciones de Lamertz y Baum (1998), Abrahamson y Fairchild (1999), Pollock y Rindova (2003), Bansal y Clelland (2004). Sin embargo, como Deephouse (1996) ha señalado, los medios de comunicación no sólo reflejan sino también influyen en la opinión del público en general (Fombrun y Shanley, 1990; McCombs y Shaw, 1972; Schramm, 1949). Por lo tanto, los medios de comunicación por derecho deberían jugar un doble papel en la investigación de la legitimidad, que sirve tanto como un indicador para medir la legitimidad de la sociedad en general, así como otra fuente de legitimidad.

Más allá de la sociedad en general y los medios de comunicación, aparece una tercera fuente de legitimidad, derivada de las relaciones entre las organizaciones: un sujeto se convierte en legítimo cuando se encuentra conectado a otros sujetos legítimos (Galaskiewicz, 1985). Pfeffer y Salancik (1978), por ejemplo, explican cómo el Instituto Americano de Estudios de Relaciones Exteriores consigue su legitimidad mediante la obtención del respaldo de destacadas figuras políticas. Y tal vez en el primer estudio estadístico de la legitimidad organizativa, Singh et al (1986) midieron la legitimidad de las organizaciones de servicio social por el hecho de que

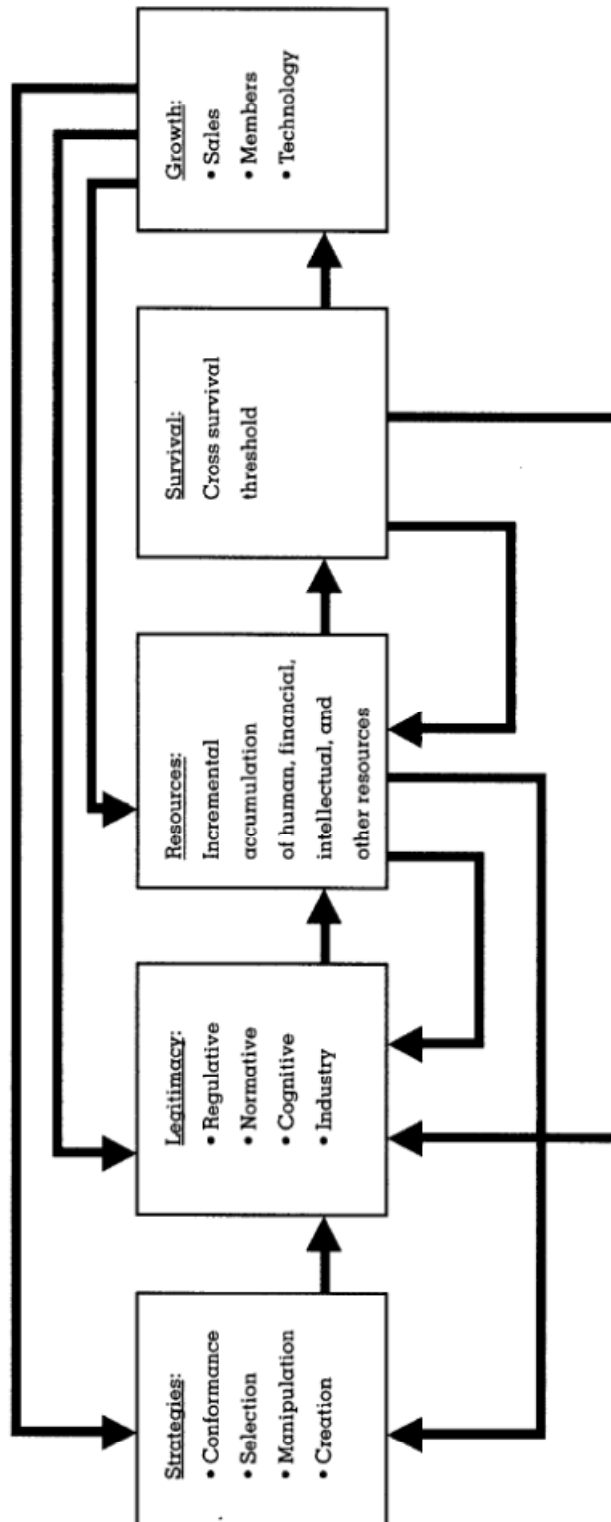
estuviesen incluidas en el directorio del área metropolitana de Toronto, registradas como organización benéfica, y dotadas de un consejo de administración. De este modo, las donaciones de caridad y las alianzas estratégicas con socios de prestigio han sido identificadas como fuentes de legitimidad importantes para las empresas (Cohen y Dean, 2005; Deeds et al, 2004; Galaskiewicz, 1985; Higgins y Gulati, 2003 y 2006; Miles, 1982; Oliver, 2001). Siguiendo esta última argumentación de Galaskiewicz (1985) nos preguntamos, ¿cómo es la relación entre las fuentes de legitimidad de una organización?

La revisión de la literatura sugiere la existencia de múltiples fuentes de legitimidad que podrían llegar a clasificarse en fuentes internas y externas a la organización. Dornbush y Scott (1975) consideran que la legitimidad interna hace referencia a la validez interna de las actuaciones organizativas, y la legitimidad externa haría referencia a la validez externa otorgada a las actuaciones de la organización. Thomas (2005) tiene en consideración esta clasificación para su modelo de medición de la legitimidad. En este sentido, Zimmerman y Zeitz (2002) sugieren que existe una necesidad de mayor investigación sobre la manera en que confieren legitimidad las diferentes fuentes y su relación con las dimensiones de la legitimidad. Nosotros, al igual que Díez-Martín et al (2010b), también nos preguntamos ¿qué fuente de legitimidad ejerce un peso mayor sobre la legitimidad de una organización?, ¿las fuentes de legitimidad internas ejercen un peso mayor sobre la legitimidad organizativa que las fuentes externas? Siguiendo esta línea y la propuesta de Suchman (1995), quien considera necesario investigar la relación entre el entorno y las dimensiones de legitimidad, también nos preguntamos ¿cuáles son las relaciones que se producen entre las dimensiones de legitimidad y las fuentes de legitimidad?

1.2.5 El proceso de legitimación

Generalizando a partir de Maurer (1971), Ashforth y Gibbs (1990), y Walker y Zelditch (1993), la legitimación es el proceso por el cual la legitimidad de un objeto cambia con el tiempo. De acuerdo con Zimmerman y Zeitz (2002), el proceso de legitimidad puede definirse como el conjunto de acciones cuyo desarrollo permite la obtención y el mantenimiento de legitimidad (figura 1.1). Dicho proceso favorecería el acceso a recursos estratégicos, indispensables para las organizaciones, permitiendo su crecimiento y supervivencia

Figura 1.1 El proceso de legitimación



Fuente: Zimmerman y Zeitz (2002) pp. 415

La legitimación está estrechamente relacionada con la difusión y la institucionalización, y no hay suficiente investigación para especificar un proceso general de legitimación. Por ejemplo, Johnson et al. (2006) desarrolla un modelo para el proceso de legitimación de cuatro etapas, a saber: innovación, validación a nivel local, difusión y validación general. En general, el proceso de legitimación podría ser paralelo al proceso de institucionalización (Lawrence, Winn y Jennings, 2001), aunque sería necesario seguir estudiándolo y comprobarlo. Un ejemplo notable de esto es la investigación de Greenwood et al. (2002). En este estudio se ofrece un modelo de seis etapas para el cambio institucional en trabajos altamente profesionalizados. Ellos proponen que la legitimidad moral y pragmática aparecería en las etapas cuatro y cinco, mientras que la legitimidad cognitiva se produciría en la sexta etapa.

1.2.6 Estrategias de legitimidad

Los primeros en estudiar la Teoría Institucional sugirieron que las organizaciones conseguían legitimidad cumpliendo las normas, creencias y reglas generales (Meyer y Rowan, 1977; DiMaggio y Powell, 1983; Scott, 1995). Meyer y Rowan (1977) sugieren que tanto la eficiencia técnica como la conformidad con los mitos institucionales pueden ser precursores de la legitimidad. Siguiendo esta línea teórica, las organizaciones poco podían hacer para ganar legitimidad, pues no se contemplaba que las organizaciones pudieran desarrollar estrategias para manipular su grado de legitimidad (Mezias, 1995; Suchman, 1995). Sin embargo, una nueva aproximación a la legitimidad sugiere que las organizaciones pueden desarrollar estrategias para alterar el tipo y la cantidad de legitimidad que poseen (Scott, 1995; Suchman, 1995; Deeds et al., 1997).

Deephouse (1996) fue posiblemente el primero en probar estas relaciones directamente. Él encontró que la conformidad y la eficiencia aumentan la legitimidad de la banca a ojos de los reguladores, pues el interés de éstos últimos es la estabilidad del sistema bancario; en cambio, encontró que para los

medios de comunicación sólo tuvo un efecto positivo en la legitimidad la conformidad y no la eficiencia técnica. Del mismo modo, Westphal et al. (1997) encontraron que la conformidad con las prácticas de gestión de calidad total aumentó la probabilidad de que un hospital pudiese ganar la aprobación de la Comisión Conjunta de Acreditación de Organizaciones de Salud (JCAHO), la principal fuente de legitimidad en el sector de salud de EE.UU, y Glynn y Abzug (2002) encontraron que la conformidad en los nombres de las organizaciones aumenta su comprensión en el público en general, profesional y no profesional.

En este sentido, un gran número de estudios han examinado cómo ciertas acciones, pueden ser útiles para que algunos sujetos ganen legitimidad mientras que también pueden provocar que otros sujetos la pierdan (Phillips, Lawrence, y Hardy, 2004). Suddaby y Greenwood (2005) examinaron la lucha entre partidarios y detractores de las alianzas multidisciplinares para prestar servicios profesionales, y Vaara, Tienari y Laurila (2006) identificaron cinco estrategias de legitimación que denominaron: estrategia de normalización, autorización, racionalización, moralización y reflexión.

Hallazgos como estos refuerzan las aportaciones de Suchman (1995: 587) quien consideraba que la mejor manera de ganar legitimidad es, a menudo, simplemente ajustarse y cumplir con lo que quiere el entorno. Sin embargo, también señala que las organizaciones a veces ganan legitimidad mediante la manipulación, en lugar de la conformidad con el entorno. Este autor formuló tres tipologías de estrategias: a) estrategias para ganar legitimidad, b) estrategias para mantener la legitimidad y c) estrategias para recuperar la legitimidad perdida. Desde este enfoque, asumimos que las organizaciones pueden dar pasos proactivos para adquirir, conservar o incluso reparar su legitimidad, por ejemplo: modificando el modelo de negocio conforme a las nuevas creencias sociales, utilizando la publicidad para presionar y cambiar las regulaciones o vigilando y asimilando los cambios en el entorno.

-Acciones para ganar legitimidad

Las organizaciones podrían ganar legitimidad mediante: 1) esfuerzos de la organización para adherirse a los dictados del entorno de la organización (conformidad), 2) esfuerzos de la organización para seleccionar un público que apoye las prácticas actuales de la organización, entre múltiples entornos (selección) y 3) esfuerzos de la organización para manipular o modificar la estructura del entorno creando un público y unas creencias nuevas (modificación). Estas acciones se encuentran sobre un continuum que se mueve entre la pasividad de la conformidad hasta la proactividad de la manipulación (Oliver, 1991). Se diferencian en términos de cuántos cambios lleva a cabo la organización en elementos externos. La conformidad conlleva el menor número de cambios externos, mientras que la manipulación conlleva mayores cambios.

-Acciones para mantener la legitimidad

Una vez se adquiere un determinado grado de legitimidad, generalmente se piensa que ésta permanecerá inalterable en el largo plazo (Ashforth y Gibbs, 1990). Sin embargo, anomalías, problemas de imitación, innovaciones, etc., pueden amenazar la legitimidad de las organizaciones más seguras, especialmente cuando las adversidades aparecen de forma rápida y continuada, o no se solucionan durante un largo periodo de tiempo (Suchman, 1995). Nosotros consideramos que la tarea de mantener el nivel de legitimidad previamente adquirido debe ser más fácil que ganar o recuperar legitimidad.

En este contexto, Suchman (1995) considera que existen, al menos, tres aspectos de la legitimidad que hacen que su mantenimiento pueda ser un problema: 1) la heterogeneidad del entorno, 2) la rigidez provocada por largos periodos de estabilidad y 3) la propia oposición que genera la institucionalización.

En primer lugar, hay que tener en cuenta que la legitimidad representa una

relación con el público, cuya satisfacción o reconocimiento por todas las facciones que lo componen puede ser virtualmente imposible (Ashforth y Gibbs, 1990). Esta circunstancia puede dejar vulnerable a la organización en el largo plazo frente a cambios imprevistos en las demandas de su entorno. En segundo lugar, el isomorfismo que permite la consecución de legitimidad tiene también un efecto perverso pues reduce la sensibilidad organizativa ante condiciones cambiantes. Si una organización muestra un comportamiento homogéneo cuando el entorno social es heterogéneo, pueden aparecer demandas insatisfechas, creándose nichos de mercado sin atender (Powell, 1991). En tercer lugar, cuando una organización desarrolla actividades para ganar legitimidad, mediante publicidad, popularización, etc., también suele atraer cierta hostilidad por parte de los miembros de su entorno menos institucionalizado. A veces se genera un círculo en el que cada éxito también puede generar nuevas oposiciones sobre las actividades de la organización. Por ello, la legitimidad no puede considerarse nunca como una tarea finalizada.

Es posible considerar dos tipos de estrategias para mantener la legitimidad: 1) percepción de los cambios futuros o estrategia de vigilancia y, 2) protección de los logros pasados o estrategia de protección.

-Acciones para recuperar la legitimidad perdida

En cierta manera las acciones para recuperar la legitimidad perdida son parecidas a las acciones encaminadas para ganar legitimidad. A diferencia de las estrategias para ganar legitimidad, la recuperación de legitimidad generalmente representa una respuesta reactiva a la aparición de diferencias entre las actuaciones de la organización y las creencias del sistema social. Generalmente esas divergencias ocurren cuando fallan los sistemas de control y vigilancia. Los gerentes no se dan cuenta del descenso de apoyo social o de la falta de conformidad de la organización con la sociedad, hasta que salta alguna alarma, por ejemplo, la interrupción del acceso a los recursos. Cuando ocurre esto, la legitimidad de la organización ya se ha visto desacreditada (Suchman, 1995).

Esta falta de apoyo puede ocasionar problemas en el desarrollo de las actividades de la organización así como en sus resultados, simplemente por la interrupción del flujo de recursos (Sutton y Callahan, 1987). Además, como la legitimidad tiene un carácter de reciprocidad, la pérdida de legitimidad también puede generar que los socios y aliados de la organización rompan con ella, pues éstos no querrán permanecer asociados con organizaciones poco deseables en su entorno.

La mayoría de las estrategias de legitimidad, descritas anteriormente, pueden servir para restablecer la legitimidad perdida, siempre y cuando la organización conserve algún tipo de credibilidad y conexión con el entorno social. Sin embargo, las organizaciones deslegitimadas deben volver a legitimarse antes de iniciar acciones más globales. En particular, este tipo de organizaciones deben construir una especie de cortafuegos entre las evaluaciones de la sociedad sobre sus actividades pasadas y las evaluaciones realizadas sobre las actividades presentes. De esta forma, las tres estrategias que recoge Suchman (1995) para reparar la legitimidad perdida son: 1) normalización de las actividades, 2) reestructuración y 3) despreocupación.

Por último, Suchman (1995) apunta una tercera estrategia para recuperar la legitimidad perdida a la que llama estrategia de despreocupación. Los gerentes que se enfrentan a problemas de legitimidad deben evitar preocuparse de manera excesiva, principalmente para evitar tomar decisiones erróneas. Las organizaciones que han perdido legitimidad y buscan una rápida recuperación pueden entorpecer las herramientas que, utilizadas con paciencia y moderación, pueden salvarles (Ashforth y Gibbs, 1990).

1.2.7 Legitimidad como factor crítico de éxito

El principio central de la Teoría Institucional ha sido que las organizaciones necesitan ganar y mantener su legitimidad para poder sobrevivir. Algunos

autores consideran que las organizaciones cumplen las reglas y los sistemas de creencias de su entorno porque ese isomorfismo les permite ganar y mantener su legitimidad (DiMaggio y Powell, 1983; Suchman, 1995; Deephouse, 1996). Cuando los objetivos que persiguen las organizaciones son congruentes con los valores de la sociedad, decimos que se están legitimando. Según Parsons (1960), el punto central del sistema de valores de una organización “debe ser la legitimidad de estos objetivos”. Las organizaciones que sobreviven más tiempo son aquellas que mejor se ajustan a las presiones del entorno, actuando conforme a las normas y valores socialmente establecidos. Aquellas organizaciones que no se ajustan al entorno no sobreviven (Zaheer, 1995).

A menudo, cuando una organización queda desprovista de legitimidad o demuestra su insuficiencia, se encuentra en una situación de desahucio social, generalmente sin remedio (Vanhonacker, 2000). Numerosas organizaciones han fracasado no porque sus productos fueran malos o por carecer de recursos, sino por su falta o deterioro de legitimidad (Ahlstrom y Bruton, 2001; Chen et al., 2006). En 2002, la compañía de auditoría Arthur Andersen se vio involucrado en el escándalo financiero Enron. Debido a prácticas irregulares y deshonestas, los poderes gubernamentales privaron a la compañía el ejercicio de sus actividades, de auditoría y asesoría, para las sociedades registradas en la bolsa de valores de los Estados Unidos. En este caso el quebrantamiento de las leyes, así como la presión social ejercida sobre los gobernantes, motivó que estos sancionaran y regularan las actividades de la organización. En el resto de países donde operaba esta compañía, no fue sancionada su actividad. Sin embargo, la falta de credibilidad por parte de los clientes ocasionó la disolución paulatina de la organización.

La importancia del estudio de la legitimidad reside en sus consecuencias, las cuales también han recibido una atención considerable. Al menos desde que Meyer y Rowan (1977: 353), argumentaron que la legitimidad aumenta la supervivencia de las organizaciones, convirtiéndola en un factor clave que puede conducir al éxito o, en su defecto, al fracaso de la organización

(Diez-Martin et al., 2010a). De este modo, la supervivencia organizativa dependería del grado de apoyo que una organización recibe por parte de sus grupos de interés, es decir, de su legitimidad, definida como la congruencia entre los resultados organizativos y las normas institucionales (Arnold et al., 1996). Algunas organizaciones deportivas (e.g., clubes de fútbol, baloncesto, etc.) han visto incrementar sus ofertas de contratos publicitarios o subvenciones de la administración pública, por el simple hecho de desarrollar actividades y actitudes socialmente aceptadas. Han demostrado poseer valores deseados por la sociedad. Por el contrario, la falta de legitimidad o la percepción de que la organización no actúa conforme a las normas y valores sociales, puede ocasionar que ésta fracase (e.g., Bianchi y Ostale, 2006)

Son varias las investigaciones que apoyan esta relación. La legitimidad, medida por los apoyos y las relaciones interinstitucionales, aumentaba las tasas de supervivencia entre organizaciones sin ánimo de lucro de Toronto (Baum y Oliver, 1991, 1992, Singh et al, 1986), y la legitimidad técnica reducía las tasas de desaparición de hospitales en EE.UU (Ruef y Scott, 1998). A su vez, la legitimidad medida por la densidad de empresas en un sector aumenta las tasas de supervivencia (Hannan y Carroll, 1992).

Otras consecuencias más inmediatas también han sido examinadas. La visión estratégica de la legitimidad se ve como algo que puede ser manipulado para lograr los objetivos de la organización (Suchman, 1995), y los investigadores han planteado que “la legitimidad afecta a la competencia por los recursos” (Pfeffer y Salancik de 1978: 201, véase también Parsons, 1960). Así, el interés de la legitimidad se ha extendido a la literatura de la gestión estratégica, los investigadores han desarrollado y probado cómo los distintos tipos de legitimidad pueden afectar a otras medidas de rendimiento, tales como el valor de las ofertas públicas de valores (OPV) (Cohen y Dean, 2005; Deeds et al, 2004; Higgins y Gulati, 2006; Pollock y Rindova, 2003), a los precios de las acciones (Zuckerman, 2000), al riesgo del mercado de valores (Bansal y Clelland, 2004), y al apoyo de los grupos de interés (Choi y Shepherd , 2005).

Además, la legitimidad permite a las organizaciones generar una base para la toma de decisiones diferente a otros medios racionales. Las personas son influenciadas porque creen que las decisiones tomadas por otras personas u organizaciones legitimadas son correctas o apropiadas y deben ser seguidas (Zelditch, 2001). La legitimidad es capaz de crear un sentimiento de obligación en las personas permitiendo que las organizaciones más legitimadas consigan ganarse el consentimiento voluntario de los agentes externos (Tyler, 2006).

El comportamiento y los valores sociales no siguen exactamente un proceso racional siempre dirigido a la maximización del beneficio. En buena parte, debido a la carencia de tiempo, información y capacidad de análisis (March, 1978; Simon, 1978). En este sentido, la Teoría Institucional asume que la racionalidad limitada y la incertidumbre son condiciones crónicas en las sociedades y las organizaciones empresariales (Meyer y Rowan, 1977; DiMaggio y Powell, 1983; McKendrick et al., 2003). La racionalidad está limitada no sólo por errores cognitivos comunes o por la existencia de distintos marcos de referencia (Tversky y Kahneman, 1986; Hoffman et al., 2002), también se encuentra limitada por la adhesión, personal y colectiva, a modelos de interpretación existentes. Estos modelos guían los procesos de interpretación de la información, la evaluación de distintas alternativas, la percepción de los resultados alcanzados y su posterior aprendizaje, influyendo en la búsqueda y utilización de información para la toma de decisiones (Daft y Weick, 1984; Harris, 1994; Sharma, 2000).

Los esquemas mentales evolucionan, en cierta medida, en respuesta a las experiencias y resultados anteriores, a través de un proceso de aprendizaje organizativo (Daft y Weick, 1984). Pero responder a nuevas presiones y oportunidades, a las que ni la organización ni sus gerentes se han enfrentado nunca, requiere tanto la aceptación como la adaptación a esquemas existentes, a menudo, a través de la aplicación de analogías o metáforas, o la adquisición de nuevos elementos esquemáticos. Generalmente las personas no tienen una

clara y completa evidencia de que una determinada acción sea la única forma de conseguir un objetivo, o que un objetivo sea mejor que otro. Ante este tipo de incertidumbres, los sistemas sociales aglomeran reglas, normas, valores y modelos que son socialmente reforzados y aceptados por los agentes sociales como legítimos (aceptables, apropiados y deseables). Cuando nos enfrentamos con decisiones inciertas o no programadas, los agentes sociales consultan estas normas, reglas, valores y modelos a fin de proceder. Harris (1994) sugiere que el proceso de adopción de nuevos esquemas mentales implica un diálogo mental artificial entre el punto de vista interior de lo que una persona considera sensato y la percepción de lo que otras personas relevantes opinan. Es decir, la adopción o rechazo de estos esquemas o elementos dependerá en gran medida de si los decisores los consideran legitimados.

La racionalidad limitada es particularmente desafiante y paradójica cuando se aplica a las organizaciones empresariales porque, generalmente, se las considera como organismos que realizan actividades racionales. Zimmerman y Zeitz (2002) sugieren que de acuerdo con el modelo económico, una organización gana acceso a recursos financieros cuando demuestra, con argumentos y pruebas apropiadas, que puede conseguir el retorno de la inversión (ROI). De esta forma, los inversores realizarían aportaciones en las organizaciones basándose en expectativas racionales para el ROI u otros indicadores financieros. Sin embargo, estos juicios están inmersos en la incertidumbre, tan sólo porque se refieren al futuro desconocido. Siguiendo el ejemplo anterior, la legitimidad ayuda a decidir a los inversores. Una organización legitimada les indicaría que la organización se encuentra comprometida con las reglas, normas, valores y modelos socialmente aceptados, utiliza medios apropiados y persigue objetivos racionales. Todo ello cual indicaría que sería apropiado invertir en la organización, a pesar de la incertidumbre actual sobre el futuro de los resultados financieros.

La legitimidad mejora la estabilidad y comprensibilidad de las actividades organizativas. Muestra el grado de inclusión de la organización dentro de un

sistema institucionalizado de creencias y valores. Gracias a la legitimidad, muchas organizaciones pueden influir sobre las personas, no sólo desde una posesión de poder, sino al demostrar la ejemplaridad y deseabilidad de sus acciones. De esta forma, es un factor que sirve para mejorar las oportunidades a la hora de adquirir los recursos necesarios para la supervivencia y el crecimiento, como pueden ser el capital, la tecnología, los equipos de gestión, las personas, los clientes y las redes de trabajo (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1987; Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995).

Aquellas organizaciones que parecen deseables, correctas o apropiadas ante la mirada de los grupos de interés, las organizaciones legitimadas, tendrán más posibilidades de continuar con las actividades que realizan, y por lo tanto, más posibilidades de sobrevivir. Aunque las organizaciones legitimadas pueden intentar acceder a los recursos por medio de acciones ilegales poco éticas o poco convenientes, sin embargo, con el tiempo, esta aproximación podría crear problemas para la organización, limitando su supervivencia y crecimiento, e incluso dificultando futuros intentos por incrementar la legitimidad y alcanzar los objetivos. Esto vendría motivado como consecuencia de que los grupos de interés desean que las organizaciones se ajusten a determinadas normas de comportamiento socialmente aceptadas. De esta forma, la legitimidad llevaría a la continuidad de las actividades organizativas porque los grupos de interés son más propensos a apoyar aquellas organizaciones que les parecen deseables, correctas o apropiadas (Parsons, 1960).

1.3. EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

1.3.1 Historia

En muchos aspectos, el Proceso de Bolonia ha sido el motor de impulso para la cooperación en la educación superior europea. Cuatro ministros de educación, que participaron en la celebración del 800 aniversario de la Universidad de París

(European Union, 2012), coincidieron en que la segmentación del sector de la educación superior en Europa estaba obsoleta. La decisión de participar en un proceso voluntario para crear el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), fue formalizada un año después por 30 países, en Bolonia (European Union, 1999). El Proceso cuenta hoy en día con 47 países participantes, de los 49 países que ratificaron el Convenio Cultural Europeo del Consejo de Europa de 1954.

Desde sus inicios, el Proceso de Bolonia pretende robustecer la competitividad y el atractivo de la educación superior europea y fomentar la movilidad y la empleabilidad de los estudiantes, a través de la introducción de un sistema basado en estudios de grado y postgrado con programas y títulos fácilmente comprensibles. Del mismo modo, también ha jugado un papel muy importante la garantía de la calidad (European Union, 1999).

Sin embargo, diversas reuniones ministeriales, que se han llevado a cabo desde 1999, han ampliado este programa y han dado mayor precisión a las herramientas que se han desarrollado. La estructura de los títulos de grado y postgrado se ha modificado en un sistema de tres ciclos, que ahora incluye el concepto de marco de cualificaciones, haciendo hincapié en los resultados del aprendizaje. Además se ha introducido el concepto de la dimensión social de la educación superior y, el reconocimiento de las cualificaciones se percibe ahora claramente como elemento central de las políticas de educación superior europeas.

La Declaración de la Sorbona fue firmada en 1998, por los ministros de cuatro países: Francia, Alemania, Reino Unido e Italia. El objetivo de la Declaración fue la creación de un marco común de referencia previsto en el Espacio Europeo de Educación Superior, donde se promueva la movilidad tanto para los estudiantes y graduados, como para el personal docente. Asimismo, en lo que respecta al mercado de trabajo, se pretende garantizar el fomento de las cualificaciones obtenidas.

Los objetivos de la Declaración de la Sorbona fueron firmados en 1999, a través de la Declaración de Bolonia. En esta Declaración, 29-30 países expresaron la voluntad de comprometerse a mejorar la competitividad del Espacio Europeo de Educación Superior, haciendo hincapié en la necesidad de fomentar la independencia y la autonomía de todas las Instituciones de Educación Superior. Las disposiciones que se establecieron en la Declaración de Bolonia se formaron como medidas de un proceso de armonización voluntaria (European Union, 2012).

Para el seguimiento de la Declaración de Bolonia, se han llevado a cabo conferencias ministeriales cada dos años, donde los ministros expresan su voluntad a través de los comunicados respectivos.

Con el Comunicado de Praga, en 2001, el número de países miembros se amplió a 33, y se produjo una expansión de los objetivos, en términos de formación continua, participación de los estudiantes como socios activos y mejora del atractivo y la competitividad de la Educación Superior en la Unión Europea. Además, los ministros participantes se comprometieron a garantizar el futuro desarrollo y garantía de la calidad de los marcos nacionales de cualificaciones. Este objetivo se correlacionó con el aprendizaje continuo, de por vida, ya que se considera un elemento importante de la educación superior que debe ser tenido en cuenta en la construcción de nuevos sistemas. Además, es importante mencionar que el tema de la dimensión social se introdujo por primera vez en el Comunicado de Praga (European Union, 2001).

La siguiente Conferencia Ministerial tuvo lugar en Berlín, en 2003. El Comunicado de Berlín supuso la ampliación del número de países a 40 miembros. Las principales disposiciones de este Comunicado se refieren a la ampliación de los objetivos, en términos de vinculación del Espacio Europeo de Educación Superior al Espacio Europeo de Investigación, así como el fomento de la garantía de la calidad. Otro aspecto importante que señala el Comunicado

de Berlín es el establecimiento de estructuras de seguimiento que apoyen al proceso en el intervalo entre dos reuniones ministeriales. Este acuerdo establece el Grupo de Seguimiento, la Junta y la Secretaría de Bolonia. Además, los ministros también acordaron que debería establecerse un seguimiento nacional de la estructura en cada uno de los países participantes (European Union, 2003).

El Comunicado de Bergen, de 2005, subraya la importancia de la colaboración entre los grupos de interés (estudiantes, personal académico y empresarios). Además de mejorar la investigación y fomentarla en los programas de tercer ciclo, especialmente en los cursos de doctorado. Además, en este Comunicado, los ministros hacen hincapié en la voluntad de proporcionar una educación superior más accesible, además de mejorar el atractivo del EEES en otros países no europeos (European Union, 2005).

Con el Comunicado de Londres de 2007, el número de países participantes se amplía a 46. Este comunicado se centra en la evaluación de los progresos realizados hasta ese momento, en relación a la movilidad, la estructura de los estudios, el reconocimiento, los marcos de cualificaciones (tanto global como nacional), la formación continua, la garantía de la calidad y la dimensión social. Además, se establecen las prioridades para el año 2009, siendo éstas, principalmente, la movilidad, la dimensión social (que se define aquí por primera vez), la recolección de datos, la empleabilidad y el balance del EEES en un contexto global. A partir del año 2010 y los sucesivos, se destaca la necesidad de una mayor colaboración, considerándose como una oportunidad para reformular las visiones y los valores (European Union, 2007).

En el Comunicado de Lovaina / Louvain-la-Neuve de 2009, se crean las principales áreas de trabajo para la próxima década, poniendo énfasis en la dimensión social, la formación continua, la empleabilidad, el aprendizaje centrado en el estudiante y la misión docente de la educación, la apertura internacional, la movilidad, la educación, la investigación y la innovación, así

como la recopilación de datos, la financiación y las herramientas multidimensionales de transparencia de la educación superior. Estas áreas de trabajo muestran una nueva orientación del proceso de Bolonia hacia un planteamiento más detallado de reformas, lo que garantiza el cumplimiento de la implantación del Proceso de Bolonia. Otro de los cambios, en cuanto a los acuerdos internos, se refiere al procedimiento de Presidencia del Proceso de Bolonia. Inicialmente había sido presidido por el país que ostentaba la Presidencia de la UE. Sin embargo, en este Comunicado se acuerda que el Proceso fuera presidido por dos países, el país que ostenta la Presidencia de la UE y un país no comunitario, nombrado en orden alfabético, a partir del 01 de julio 2010 (European Union, 2009).

La siguiente Conferencia Ministerial tuvo lugar sólo un año después, concretamente en marzo de 2010. Se llevó a cabo en Budapest-Viena coincidiendo con el décimo aniversario del Proceso de Bolonia. En esta ocasión, se lleva a cabo el lanzamiento oficial del Espacio Europeo de Educación Superior, lo que significa que se logra el objetivo fijado en la Declaración de Bolonia (European Union, 2010).

Sin embargo, la existencia del Espacio Europeo de Educación Superior, en sí mismo, no significa un logro de todos los objetivos acordados por los ministros que participan en el Proceso de Bolonia. Podemos decir que el Proceso de Bolonia y el Espacio Europeo de Educación Superior han entrado en una nueva fase, como es la consolidación y puesta en funcionamiento, especialmente a la luz de las diferentes reacciones en la aplicación del Proceso de Bolonia en toda Europa. Además, a partir de la Conferencia Ministerial de Budapest-Viena, el EEES se ha ampliado a 47 países.

Además de las conferencias ministeriales, también se han organizado Foros de la Política de Bolonia, que se realizan junto a las Conferencias Ministeriales del EEES.

El primer Foro de Política de Bolonia, se organizó en Leuven / Louvain-la-Neuve en 2009 y contó con la presencia de los 46 países miembros del Proceso de Bolonia, así como con una amplia gama de terceros países y organizaciones no gubernamentales. Los principales temas acordados por los participantes fueron los siguientes: el papel clave que juega la educación superior en el desarrollo de la sociedad, la formación continua y la igualdad de acceso a las oportunidades de formación en todos los niveles de la sociedad, la importancia de la inversión pública en educación superior a pesar de la crisis económica, los intercambios transnacionales de educación superior que deben regirse sobre la base de valores académicos, abogando así por un intercambio equilibrado de profesores, investigadores y estudiantes entre los países con el fin de promover una distribución equitativa y fructífera de "circulación de cerebros", como alternativa a la actual "fuga de cerebros".

El Segundo Foro de Política de Bolonia tuvo lugar en Viena, en marzo de 2010, y contó con la presencia de los 47 países miembros y los ocho miembros consultivos, así como terceros países y otras organizaciones no gubernamentales. Los principales temas de debate incluidos en el Segundo Foro de Política de la Declaración de Bolonia se refieren a la forma en que los sistemas e instituciones de educación superior responden a las crecientes demandas y expectativas así como al equilibrio entre cooperación y competencia en la educación superior internacional. En este Foro también se incluye información más específica como el nombramiento de personas de contacto para cada país participante, que funcionarán como puntos de enlace para mejorar el flujo de información y actividades conjuntas, incluida la preparación del próximo Foro de Política del Proceso Bolonia a nivel ministerial. Además se reconoce la necesidad de apoyar el diálogo mundial de estudiantes.

En cuanto a la implantación, los progresos en los últimos años han sido desiguales, como reflejan los diferentes informes de seguimiento (Benelux Bologna Secretariat, 2010). Esto demuestra que hay que promover aún más las reformas del Proceso de Bolonia, a fin de garantizar que los sistemas de

educación superior en Europa sean más comparables, compatibles y coherentes.

El año 2010 fue la puesta en marcha de un Espacio Europeo de Educación. A partir de entonces, se establecen las principales prioridades para la próxima década:

- Dimensión social: igualdad de acceso,
- Formación Continua;
- Empleabilidad;
- Aprendizaje centrado en el estudiante el aprendizaje y la misión docente de la educación superior;
- Los marcos de calificaciones y grado las estructuras;
- El reconocimiento;
- La movilidad;
- La garantía de calidad;
- Herramientas multidimensionales de transparencia;
- Financiación.

De estas prioridades, el Grupo de seguimiento estableció diferentes áreas de trabajo para el período 2009-2012: Dimensión social, los marcos de cualificaciones, la apertura internacional, movilidad, reconocimiento, informe sobre la ejecución del proceso de Bolonia y los mecanismos de transparencia.

Y las siguientes redes:

- EEES Red de Información y Promoción;
- Red de Expertos en apoyo a los estudiantes en Europa - NESSIE;
- Red de Corresponsales Nacionales de los marcos de cualificaciones.

Ahora, después de la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior, el proceso de Bolonia se encuentra inmerso en una nueva fase, centrada en la reducción de las diferencias de implantación en los países que

forman el EEES.

El siguiente hito del Espacio Europeo de Educación Superior será marcado con la próxima Conferencia Ministerial, que tendrá lugar en Bucarest, Rumania, los días 26-27 de abril de 2012. El Tercer Foro de Política de Bolonia se conecta también a esta reunión ministerial, lo que permite un mayor debate sobre el progreso del Espacio Europeo de Educación Superior a escala mundial.

1.3.2 Objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior

1.3.2.1 Dimensión Social

La dimensión social de la educación superior en el EEES, es uno de los temas generales del Proceso de Bolonia que aparece, por primera vez, en el Comunicado de Praga (2001), en el que "... los Ministros reafirman la necesidad, recordada por los estudiantes, de tener en cuenta la dimensión social en el Proceso de Bolonia..." (European Union, 2001). En las siguientes conferencias ministeriales, la dimensión social se describe como una parte integrante del EEES y una condición necesaria para mejorar el atractivo y la competitividad del mismo (European Union, 2005).

Con el Comunicado de Londres de mayo de 2007, los ministros responsables de la educación superior acuerdan una definición común para el objetivo de la dimensión social: "Compartimos la aspiración social de que el acceso, participación y culminación a todos los niveles de la educación superior para los estudiantes debería reflejar la diversidad de nuestras poblaciones" (European Union, 2007). Más adelante, los ministros acordaron establecer un conjunto de estrategias y políticas nacionales, incluidos planes de acción e informes, sobre los progresos realizados en esta materia en la próxima reunión ministerial. También se recomienda seguir avanzando en la definición de datos e indicadores que permitan comparar la dimensión social de la educación superior.

Al abordar la dimensión social de la educación superior, los ministros acuerdan incorporar medidas para ampliar la participación y reducir las tasas de abandono, proporcionar servicios adecuados a los estudiantes y crear itinerarios de aprendizaje más flexibles dentro de la educación superior. Algunos países han adoptado medidas encaminadas a mejorar la igualdad de oportunidades de los grupos minoritarios en la enseñanza superior, pero muy pocos países han establecido objetivos específicos para mejorar sus índices de participación. Aún así, se han realizado pocas actuaciones para garantizar un seguimiento de la participación de estos grupos minoritarios en la enseñanza superior.

En Leuven / Louvain-La-Neuve, los ministros se comprometieron a "... establecer objetivos medibles para ampliar la participación en la educación superior de grupos minoritarios, los cuales se alcanzarán a finales de la próxima década..." (European Union, 2009).

El Grupo de Trabajo sobre la Dimensión Social (2010-2012) colaborará estrechamente con el Grupo de Trabajo del Proceso de Bolonia gracias a la presentación de informes sobre la implantación del Proceso Bolonia. De esta manera se supervisarán los progresos realizados por los países en materia de dimensión social de la educación superior, mediante el establecimiento de datos e indicadores comparables. Además se recogerán ejemplos de buenas prácticas en la aplicación de las políticas de dimensión social en la educación superior, tanto a nivel nacional y como regional (EEES, 2012a).

1.3.2.2 Formación Continua

La Formación Continua ha sido reconocida como un elemento esencial del Espacio Europeo de Educación Superior desde la reunión de Praga en 2001. El Comunicado de Praga señala que en una Europa construida sobre una sociedad basada en el conocimiento y la economía, las estrategias de formación continua

son necesarias para hacer frente a los retos de competitividad y al uso de las nuevas tecnologías, además de mejorar la cohesión social, la igualdad de oportunidades y la calidad de vida (European Union, 2001).

Desde entonces, se ha creado una mayor conciencia sobre la necesidad de integrar la formación continua en la educación superior si queremos hacer frente a los retos del futuro. Esto incluye los retos específicos que se plantean con el cambio demográfico en Europa.

Cada vez más, la formación continua es vista como un tema transversal, inherente a todos los aspectos del Proceso de Bolonia. Los objetivos que establecieron los Ministros para la formación continua se materializan en buena medida en: a) la mejora del reconocimiento de la formación previa, incluida tanto la formación no formal como la informal; b) la creación de una formación más flexible, estando la forma de impartir las clases centrada en el estudiante; c) la ampliación del acceso a la educación superior y d) los marcos nacionales de cualificaciones ya que se consideran también una herramienta importante para apoyar la formación continua.

Los informes de 2007 del Comunicado de Londres ponen de manifiesto que aunque en la mayoría de los países existen algunos elementos de aprendizaje flexible, aún es pronto para visualizar los resultados del desarrollo sistemático de rutas de formación flexibles que apoyen la formación continua. Los ministros han solicitado al Grupo de Seguimiento de Bolonia incrementar el intercambio de buenas prácticas y trabajar hacia una mentalidad común en cuanto al papel de la formación continua en la educación superior. El trabajo también debe continuar para mejorar el reconocimiento de estudios previos (European Union, 2007).

En la conferencia de la Asociación de Instituciones Europeas de Educación Superior (EUA), celebrada en otoño, en Rotterdam, se presentó oficialmente un nuevo documento de referencia, la “Carta de las Universidades Europeas sobre la formación continua”. La Carta, desarrollada a petición del primer

ministro francés, François Fillon, se basa en una serie de 10 compromisos asumidos por las universidades para abordar el desarrollo e implantación de estrategias de formación continua, relacionadas con una serie de compromisos propuestos a los gobiernos y socios regionales (EEES, 2012b).

1.3.2.3 Empleabilidad

Cuando los ministros se reunieron en mayo de 2007 en Londres, identificaron la empleabilidad como una de las prioridades para el período previo a la próxima conferencia ministerial en abril de 2009.

Desde el comienzo, la empleabilidad ha sido uno de los principales objetivos que deben alcanzarse con la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), pero todavía existen muchas preocupaciones entre empresarios, estudiantes, académicos, instituciones de educación superior y gobiernos.

Hay muchas definiciones de empleabilidad. A efectos del Grupo de Seguimiento de Bolonia, la empleabilidad se define como la capacidad de obtener un primer empleo, mantenerlo y ser capaz de moverse en el mercado laboral.

El papel de la educación superior en este contexto es dotar al alumno de habilidades y atributos (conocimientos, actitudes y comportamientos) que los individuos necesitan y son requeridos por las empresas en el lugar de trabajo. Además es esencial para asegurar las oportunidades de mantener o renovar las habilidades y atributos durante la vida laboral. Al finalizar los estudios, los estudiantes tendrán así un conocimiento en profundidad de su área de conocimiento, así como las competencias genéricas de empleabilidad.

Después de la Reunión Ministerial, celebrada en Londres en mayo de 2007, el Grupo de Seguimiento de Bolonia crea un grupo de trabajo para elaborar un informe que se presentará a los Ministros en su conferencia de 2009. Este

informe versa sobre la manera de mejorar la empleabilidad en relación con cada uno de los tres ciclos (con un énfasis particular en el primer ciclo), así como en el contexto de formación continua.

Los temas considerados en este informe son: la sensibilización de los empresarios sobre el valor de un título de licenciatura y de los resultados del aprendizaje asociados a él; la participación de los empresarios en la elaboración de planes de estudio y la innovación curricular basados en los resultados del aprendizaje; la provisión de profesiones y servicios de orientación; las estructuras de empleo y profesiones dentro del servicio público que son totalmente compatibles con el nuevo sistema de titulaciones; el auto-empleo; el reconocimiento de títulos en el mercado laboral en toda Europa; el papel de la educación superior en la formación continua y desarrollo profesional continuo (EEES, 2012c)

1.3.2.4 Aprendizaje centrado en el alumno

El aprendizaje centrado en el estudiante o también conocido como student centered learning (SCL) es un enfoque de la educación que tiene como objetivo la superación de algunos de los problemas inherentes a las formas más tradicionales de la educación, centrándose en el alumno y sus necesidades, en vez de girar alrededor del maestro. Este enfoque tiene muchas implicaciones para el diseño y flexibilidad del contenido del plan de estudios, y para la interactividad del proceso de aprendizaje que se utiliza en las universidades de toda Europa (EEES, 2012d).

El concepto de aprendizaje centrado en el estudiante fue inicialmente un modelo teórico, definido como tal por investigadores de educación y pedagogía. Sin embargo, y a pesar de que los intentos de capacitar al alumno para mejorar el proceso educativo probablemente han existido siempre, los educadores siguen volcando sus esfuerzos en mejorar y reformar estos aspectos.

El aprendizaje centrado en el estudiante no ha sido una de los objetivos que se han abordado directamente en el proceso de Bolonia desde el principio. Sin embargo, muchos de los temas prioritarios iniciales del plan de trabajo dieron pie a hacer el aprendizaje centrado en el alumno una realidad. Esto incluye herramientas de flexibilidad como los créditos ECTS, la movilidad, el reconocimiento, los marcos de cualificación y otros. Además, los comunicados de la conferencia ministerial reafirmaron la importancia de la misión educativa de las universidades en esta materia.

Fue en la conferencia de Leuven / Louvain-la-Neuve ministerial, en 2009 cuando el aprendizaje centrado en el estudiante se incluyó plenamente en el proceso. Esto constituyó una reafirmación importante de la misión docente en la educación superior, que a menudo había sido pasada por alto en el desarrollo del proceso de Bolonia.

“Reafirmamos la importancia de la misión docente de las instituciones de educación superior y la necesidad de reforma en el curso curricular orientado hacia el desarrollo de los resultados del aprendizaje. El aprendizaje centrado en el estudiante requiere potenciar nuevos enfoques de enseñanza y aprendizaje a los alumnos individuales, el apoyo efectivo de las estructuras de orientación y un plan de estudios centrado más en el alumno en los tres ciclos. La reforma curricular será pues, un proceso continuo que conduce a caminos de educación de alta calidad, flexible y más individualizada. Los Académicos, en estrecha colaboración con los estudiantes y representantes de las empresas, seguirán desarrollando los resultados del aprendizaje y los puntos de referencia internacionales para un creciente número de áreas temáticas. Pedimos a las instituciones de educación superior que presten especial atención a la mejora de la calidad de la enseñanza de sus programas de estudio en todos los niveles. Esta debe ser una prioridad en la futura aplicación de los Criterios y Directrices Europeas para el aseguramiento de la calidad” (European Union, 2009).

1.3.2.5 Movilidad

La movilidad está en el centro del proceso de Bolonia. "La movilidad del personal, estudiantes y graduados es uno de los elementos fundamentales del proceso de Bolonia. Con ella se pretende favorecer la creación de oportunidades para el crecimiento personal, el desarrollo de la cooperación internacional entre los individuos y las instituciones, la mejora de la calidad de la educación superior y de la investigación, así como dar contenido a la dimensión europea" (European Union, 2007)

Facilitar la movilidad es uno de los principales objetivos que debe alcanzarse con la creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Aunque quedan muchos retos, especialmente en lo referente a las siguientes cuestiones: visados, permisos de residencia y de trabajo; el reconocimiento de las cualificaciones; los incentivos financieros (incluyendo los préstamos estudiantiles y becas); los planes de pensiones; y los programas de estudios comunes y flexibles (EEES, 2012e)

1.3.2.6 Transparencia en la información

El Proceso de Bolonia reconoce que uno de los mayores activos de la educación superior europea es su diversidad. La Declaración Conjunta de la Sorbona aboga por la diversidad en el servicio a la sociedad: "debemos a nuestros estudiantes y nuestra sociedad en general un sistema de educación superior en el que se den las mejores oportunidades para buscar y encontrar su propia área de excelencia". El Comunicado de Praga (2001) hace esta normativa más explícita: "Los programas para la obtención de un título pueden, y de hecho deben, tener orientaciones diferentes y varios perfiles con el fin de dar cabida a una diversidad de necesidades individuales, académicas y laborales del mercado." El comunicado de Lovaina / Louvain-la-Neuve (2009) especifica que

no sólo la diversidad de los programas de estudio es una respuesta de las instituciones de educación superior a las necesidades de la sociedad, sino que también son las propias instituciones de educación superior las que deben responder a las necesidades más amplias de la sociedad a través de la diversidad de sus misiones (EEES, 2012f).

La coordinación de un sistema diversificado, requiere visión y sensibilidad ante las sutilezas de la emisión de juicios sobre el grado en que una institución de educación superior o un programa de estudios cumple su fin social. Con el fin de superar el enfoque simplista de "una talla para todos", los ministros se comprometieron en Leuven / Louvain-la-Neuve (2009) a "mantener la diversidad soberanamente valiosa de nuestros sistemas educativos" en su esfuerzo por crear un EEES cuyos principios básicos incluyen la calidad y la transparencia, como se señala en los comunicados de Bergen (2005). Esta normativa se realizará a través de políticas públicas que "reconozcan plenamente el valor de las diversas misiones de la educación superior, que van desde la enseñanza y la investigación a los servicios comunitarios y la participación en la cohesión social y el desarrollo cultural", como se explica en el Comunicado de Leuven / Louvain-la-Neuve (2009).

El Proceso de Bolonia siempre ha estado preocupado porque la diversidad del EEES sea más transparente. La garantía de la calidad, el marco de cualificaciones y el reconocimiento, junto con las herramientas diseñadas para facilitar su aplicación, tales como el Suplemento Europeo al Título, los ECTS y el Convenio de Lisboa, han contribuido sustancialmente a este objetivo. Los ministros señalaron en Leuven / Louvain-la-Neuve (2009) que, además de los instrumentos antes mencionados, "hay varias iniciativas destinadas a desarrollar mecanismos para proporcionar información más detallada sobre las instituciones de educación superior en todo el EEES y para hacer más transparente su diversidad". Estos mecanismos, incluidos los que ayudan a los sistemas e instituciones de educación superior para identificar y comparar sus respectivas fortalezas, deben contar con la colaboración conjunta de los principales grupos

de interés para su desarrollo. Estas herramientas de transparencia se relacionan estrechamente con los principios del Proceso de Bolonia, en particular, con la garantía de la calidad y el reconocimiento, el cual seguirá siendo prioritario, y debe basarse en datos e indicadores comparables y adecuados para describir los diversos perfiles de las instituciones y sus programas de educación superior.

Entre las herramientas de transparencia a que se refieren podemos encontrar: ejercicios para comparar evaluaciones, en donde instituciones y programas de estudio de educación superior se comparan con un estándar. La norma puede ser de un máximo (en comparación con el mejor rendimiento), el promedio de una, o un mínimo (en comparación con unos criterios aceptados mínimos); clasificaciones, en donde instituciones y programas de estudio de educación superior son asignados en las diferentes categorías de acuerdo a cualidades comunes (indicadores de evaluación) o a características (indicadores descriptivos); rankings, en donde instituciones y programas de estudio de educación superior se clasifican en un sistema de categorización, basado en indicadores simples o múltiples, en el que pueden ser o no agregadas; perfiles de calidad, en donde instituciones de educación superior muestran sus resultados con un conjunto de indicadores comunes con el fin de hacerlos más comparables; registros que ofrecer información comparable sobre las instituciones de educación superior y programas de estudio (EEES, 2012f).

1.3.2.7 Financiación

"Las instituciones de educación superior han adquirido mayor autonomía, junto con las crecientes expectativas de rapidez para responder a las necesidades sociales y rendir cuentas. Dentro de un marco de responsabilidad pública, se confirma que la financiación pública sigue siendo la principal prioridad para garantizar el acceso equitativo y promover el desarrollo sostenible para una mayor autonomía de las instituciones de educación superior. Sin embargo, se debe prestar mayor atención a la búsqueda de nuevas y diversas fuentes y

métodos de financiación". (European Union, 2009)

El párrafo anterior marcó la entrada del tema de la financiación en el debate político dentro del Espacio Europeo de Educación Superior. Sin embargo, otros conceptos anteriormente mencionados limitan la discusión sobre la financiación de instituciones de educación superior. Estos conceptos son el enfoque de bien público, la asignación de recursos, la dimensión social, la autonomía y el desarrollo institucional.

La idea de que la educación superior es un bien público se afirmó en primer lugar, en el Comunicado de Praga en 2001, y se reafirma en la mayoría de las conferencias ministeriales siguientes.

Con el fin de alcanzar los objetivos establecidos para hacer que el Espacio Europeo de Educación Superior sea un espacio atractivo de calidad, innovación e igualdad social, los ministros consideran que las instituciones de educación superior necesitan estar equipadas con recursos necesarios "para seguir cumpliendo su amplia gama de propósitos" (European Union, 2009). Los ministros se comprometieron a que, incluso en época de crisis financiera, la financiación pública para la educación superior seguirá siendo una prioridad, dado su potencial para contribuir a la recuperación y desarrollo sostenible de la economía " (European Union, 2009).

Los ministros también han reafirmado su compromiso con los valores de autonomía institucional y libertad académica (Lovaina y Lovaina la Comunicación-la-Neuve, 2009, párr. 4). La traducción de estos principios en las políticas de financiación deja espacio a las instituciones de educación superior para encontrar respuestas adecuadas ante los retos a los que se enfrentan sus sociedades, en un marco de responsabilidad pública. La solidez de las instituciones de educación superior, diversas, financiadas adecuadamente, autónomas y responsables, son un indicio para "fortalecer el atractivo y la competitividad de Europa " (European Union, 2007).

Los comunicados ministeriales hacen referencia frecuentemente a la dimensión social. Una de las razones de ello sea probablemente su impacto sobre un gran número de estudiantes. Su amplia área de beneficiarios podría calificar la dimensión social como concepto vinculado a la financiación (EEES, 2012g).

1.3.2.8 Estructura de los estudios

Los marcos de cualificaciones se describen como los requisitos de un sistema educativo y la forma en que se interrelaciona. Los marcos nacionales de cualificaciones describen aquello que los alumnos deben conocer, comprender y ser capaz de hacer sobre la base de una determinada cualificación, así como la manera en que los alumnos pueden pasar de una cualificación a otra dentro de un sistema (EEES, 2012h).

Los marcos nacionales de cualificaciones se han desarrollado para ser compatibles con el marco general de cualificaciones del Espacio Europeo de Educación Superior, que fue aprobado en 2005 y consta de tres ciclos (grado, máster y doctorado). El marco general de reconocimiento de cualificaciones hace más fácil esta compatibilidad ya que las cualificaciones específicas pueden estar relacionadas con un marco común.

Para más detalles leer el informe de antecedentes de 2005 y visite el sitio web de los marcos de cualificaciones en el Espacio Europeo de Educación Superior. Este sitio contiene información importante sobre los marcos de cualificaciones, que se han convertido en un instrumento esencial en el desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior, y ofrece información actualizada sobre eventos relevantes y la evolución a nivel europeo, regional o nacional.

1.3.2.9 Reconocimiento

El propósito del reconocimiento es hacer posible que los estudiantes utilicen sus cualificaciones de un sistema educativo en otro sistema educativo (o país), sin perder el valor real de dichos títulos.

El principal texto jurídico internacional que tiene como objetivo promover el reconocimiento equitativo de cualificaciones es del Consejo de Europa/UNESCO sobre Reconocimiento de Cualificaciones relativas a la educación superior en la Región de Europa.

El reconocimiento de las cualificaciones es competencia de cada país. En la mayoría de los casos, esto significa que las instituciones de educación superior son responsables del reconocimiento de las cualificaciones en materia de estudios, mientras que los colegios profesionales o los empresarios son responsables del reconocimiento a efectos del mercado de trabajo.

Las herramientas que facilitan el reconocimiento de las cualificaciones son la Transferencia de Créditos Europeos y Sistema de Acumulación de Créditos (ECTS) y el Suplemento Europeo al Título (SET).

Para ayudar a desarrollar buenas prácticas y un entendimiento común sobre el reconocimiento el Consejo de Europa, la UNESCO/CEPES y la Comisión Europea, coordinarán las redes ENIC y NARIC. Estas redes desarrollarán buenas prácticas y políticas, mientras que los centros de los distintos países miembros proporcionarán información sobre el reconocimiento de las cualificaciones, así como los marcos de cualificaciones y los sistemas educativos de los países para los que son responsables.

En 2007, todos los países del Proceso de Bolonia presentaron planes de acción nacionales para mejorar el reconocimiento de las cualificaciones. Un grupo de trabajo de ENIC/NARIC ha analizado los planes de acción nacionales y elaboró

un informe muy detallado con recomendaciones para los distintos actores implicados sobre cómo mejorar aún más los procedimientos y las prácticas de reconocimiento (EEES, 2012i)

1.3.2.10 Garantía de calidad

Uno de los propósitos de la Declaración de Bolonia (1999) era fomentar la cooperación europea para asegurar la calidad de la educación superior con el fin de desarrollar criterios y metodologías comparables. Los ministros europeos de Educación adoptaron en 2005 las *Normas y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior* (ESG), elaborado por la Asociación Europea para el Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (ENQA), en cooperación y consulta con las agencias de sus países miembros y los demás miembros del "Grupo E4" (ENQA, EUA, EURASHE y ESU).

En 2007, los ministros europeos de Educación, después de haber recibido el informe del "Grupo E4" de Londres acordaron que la E4 debe proceder a la creación del Registro de Garantía de Calidad Europeo de Educación Superior (EQAR). El Registro se creó el 4 de marzo de 2008 como la primera entidad legal que surge del Proceso de Bolonia. La lista EQAR tiene como criterios la garantía de la calidad de la educación superior y por lo tanto proporciona información sobre las agencias de garantía de calidad que se encuentran en cumplimiento sustancial con este marco común europeo.

El Grupo E4 también organiza foros Europeos de Garantía de Calidad cada año, para discutir los últimos avances en el control de la calidad.

La influencia de los criterios y directrices europeos para garantizar la calidad en la educación superior (ESG) se está extendiendo y están ganando aceptación como punto de referencia común para todos los actores de la educación superior

europea. Actualmente EQAR tiene en su lista a 24 agencias en 23 países, que cumplen con la ESG, que puede llevar a cabo evaluaciones en cualquier país del EEES.

Sin embargo, la responsabilidad fundamental de la calidad, continúa recayendo en el seno de las instituciones de educación superior. El aseguramiento de la calidad interna es una obligación de la institución, y el desarrollo de una "cultura de calidad" efectiva se vincula claramente con su grado de autonomía operativa.

La garantía externa de calidad cumple con diferentes necesidades. Entre ellas, combina tanto la rendición de cuentas para la tranquilidad de los ciudadanos (proporcionando información sobre la calidad y las normas) como la necesidad de un comentario objetivo y evolutivo de las instituciones. En este sentido, las evaluaciones externas se centran tanto en los programas de estudio como en las instituciones así como en una combinación de ambos.

La garantía de calidad está lejos de ser un tema cerrado en los debates del EEES. Las discusiones en curso incluyen, entre otras, la forma de equilibrar la rendición de cuentas y la mejora dentro de las instituciones de educación superior por una parte, y las responsabilidades compartidas de las instituciones de educación superior, agencias de garantía de calidad y responsables políticos, por otro. También incluyen la forma de hacer realidad las funciones de los diferentes grupos de interés (estudiantes, el mundo de los negocios, etc) y la forma de ofrecer a estos grupos un nivel adecuado de información. Otros aspectos incluidos son la manera de manejar la creciente diversidad en la educación superior (la diversidad de las pedagogías, de las instituciones, de los estudiantes, de las expectativas, de las misiones) a través de ajustes nacionales de garantía de calidad y la forma de hacer frente a las actuales limitaciones económicas y a las presiones para la comercialización de la educación superior (EEES, 2012j).

La garantía de calidad ha sido una prioridad para el Proceso de Bolonia, pero sus

mecanismos no son percibidos como un fin en sí mismos. Su objetivo final es mejorar la calidad de la enseñanza y la investigación y, en este sentido, las agencias de garantía de calidad actúan como un apoyo a las instituciones en su continuo desarrollo y, por igual, tienen un papel fundamental como protectores del interés público.

1.4 BIBLIOGRAFÍA

Abrahamson, E., y Fairchild, G. (1999). Management fashion: Lifecycles, triggers, and collective learning processes. *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 708–740.

Adler, E. y Haas, P. M. (1992). Epistemic communities, world-order, and the creation of a reflective research-program -Conclusion. *International Organization*, 46, pp.367–390.

Alcantara, L; Mitsuhashi, H. y Hoshino, Y. (2006). Legitimacy in international joint ventures: It is still needed. *Journal of International Management*, 12, 4, pp. 389-407.

Aldrich, H. y Fiol, C. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 4, pp. 645-670.

Archibald, M. E. (2004). Between isomorphism and market partitioning: How organizational competencies and resources foster cultural and sociopolitical legitimacy, and promote organizational survival en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 171–211. Amsterdam: Elsevier JAI.

Arthur, M. M. (2003). Share price reactions to work-family initiatives: An institutional perspective. *Academy of Management Journal*, 46, pp. 497–505.

Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimization. *Organization Science*, 1, 2, pp. 177-194.

Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal*, 47, 1, pp. 93-103.

Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, pp. 99–120.

Barreto, I. y Baden-Fuller, C. (2006). To conform or to perform? Mimetic behaviour, legitimacy-based groups and performance consequences. *Journal of Management Studies*, 43, 7, pp. 1559-1581.

Baum, J. A. C. y Oliver, C. (1991). Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 36, pp. 187-218.

Baum, J. A. C., y Powell, W. W. (1995). Cultivating an institutional ecology of organizations: Comment on Hannan, Carroll, Dundon, y Torres. *American Sociological Review*, 60, pp. 529–538.

Beck, E. M., Horan, P. M., y Tolbert II, C. M. (1978). Stratification in a dual economy: A sectoral model of earnings determination. *American Sociological Review*, 43, 5, pp. 704–720.

Beck, N., y Walgenbach, P. (2005). Technical efficiency or adaptation to institutionalized expectations? The adoption of ISO 9000 standards in the German mechanical engineering industry. *Organization Studies*, 26, pp. 841–866.

Benelux Bologna Secretariat. (2010). *Bologna beyond 2010 – Report on the development of the European Higher Education Area*, Background Paper for the Bologna Follow-up Group prepared by the Benelux Bologna Secretariat, Leuven/Louvain-la-Neuve Ministerial Conference, 28-29 April 2009.

Benjamin, B. A., y Podolny, J. M. (1999). Status, quality, and social order in the California wine industry. *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 563–589.

Berger, J., Cohen, B., y Zelditch, M., Jr. (1972). Status characteristics and social interaction. *American Sociological Review*, 37, pp. 241–255.

Bitekhtine, A. B. (2006). Building a Nomological Net Around the Organizational Legitimacy. Paper presented at the *Administrative Sciences Association of Canada*, Banff, AB.

Boiral, O. (2003). ISO 9000: Outside the iron cage. *Organization Science*, 14, pp. 720–737.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital en J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241–258. New York: Greenwood.
- Bowen, S. A. (2004). Organizational factors encouraging ethical decision making: An exploration into the case of an exemplar. *Journal of Business Ethics*, 52, pp. 311–324.
- Boyle, T. P. (2001). Intermedia agenda setting in the 1996 presidential election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78, pp. 26–44.
- Brown, A. D. (1994). Politics, symbolic action and myth making in pursuit of legitimacy. *Organization Studies*, 15, pp. 861–878.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35, pp. 35–58.
- Carroll, C. E. (2004). *How the Mass Media Influence Perceptions of Corporate Reputation: Exploring Agenda-Setting Effects within Business News Coverage*. Unpublished doctoral dissertation, The University of Texas at Austin, Austin, TX.
- Carroll, G. R., y Hannan, M. T. (1989a). Density dependence in the evolution of populations of newspaper organizations. *American Sociological Review*, 54, pp. 524–541.
- Carroll, G. R., y Hannan, M. T. (1989b). On using institutional theory in studying organizational populations. *American Sociological Review*, 54, pp. 545–548.
- Carter, S. M., y Deephouse, D. L. (1999). ‘Tough talk’ or ‘soothing speech’: Managing reputations for being tough and for being good. *Corporate Reputation Review*, 2, pp. 308–332.
- Certo, S. T. (2003). Influencing initial public offering investors with prestige: Signaling with board structures. *Academy of Management Review*, 28, pp. 432–446.
- Child, J. 1972. Organizational structure, environment and performance: The role of strategic choice. *Sociology*, 6: 2–21.
- Choi, Y. R., y Shepherd, D. A. 2005. Stakeholder perceptions of age and other dimensions of newness. *Journal of Management*, 31: 573–596.
- Clarkson, M. B. E. 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20: 92–117.

- Cohen, B. D., y Dean, T. J. (2005). Information asymmetry and investor valuation of IPOs: Top management team legitimacy as a capital market signal. *Strategic Management Journal*, 26, pp. 683–690.
- Conway, M. (2006). The subjective precision of computers: A methodological comparison with human coding in content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83, pp. 186–200.
- Corley, K., y Gioia, D. (2000). The rankings game: Managing business school reputation. *Corporate Reputation Review*, 3, pp. 319–333.
- Cronbach, L. J., y Meehl, P. E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological Bulletin*, 52, pp. 281–302.
- Crumley, E., Lounsbury, M., y Greenwood, R. (2006). Managing Knowledge Boundaries: Incorporating Acupuncture into Biomedicine. *Paper presented at the Beyond Knowledge Management: Advancing the Organizational Knowledge Research Agenda*, Durham, UK.
- Czarniawska-Joerges, B. (1989). The wonderland of public administration reforms. *Organization Studies*, 10, pp. 531–548.
- D'Aunno, T., Sutton, R. I., y Price, R. H. (1991). Isomorphism and external support in conflicting institutional environments: A study of drug abuse treatment units. *Academy of Management Journal*, 34, pp. 636–661.
- Davis, G. F., y Greve, H. R. (1997). Corporate elite networks and governance changes in the 1980s. *American Journal of Sociology*, 103, pp. 1–37.
- Deeds, D. L., Mang, P. Y., y Frandsen, M. L. (2004). The influence of firms' and industries' legitimacy on the flow of capital into hightechnology ventures. *Strategic Organization*, 2, 1, pp. 9–34.
- Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*, 39, 4, pp. 1024-1039.
- Deephouse, D. L. (1999). To be different, or to be the same? It's a question (and theory) of strategic balance. *Strategic Management Journal*, 20, pp. 147–166.
- Deephouse, D. L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26, pp. 1091–1112.
- Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An examination of differences between

organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42, 2, pp. 329-360.

Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, en Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. y Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.

DiMaggio, P. J. (1995). Comments on 'What theory is not'. *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 391–397.

DiMaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 2, pp. 147–160.

DiMaggio, P. J., y Powell, W. W. (1991). Introduction, en W. W. Powell, y P. J. DiMaggio (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*., pp. 1–38. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Dowling, J., y Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18, 1, pp. 122–136.

Durand, R., y McGuire, J. (2005). Legitimizing agencies in the face of selection: The case of AACSB. *Organization Studies*, 26, pp. 165–196.

Edelman, L. B. (1992). Legal ambiguity and symbolic structures: Organizational mediation of civil rights law. *American Journal of Sociology*, 97, pp. 1531–1576.

Edelman, L. B., Fuller, S. R., y MaraDrita, I. (2001). Diversity rhetoric and the managerial-ization of law. *American Journal of Sociology*, 106, pp. 1589–1641.

Edelman, L. B., y Suchman, M. C. (1997). The legal environments of organizations. *Annual Review of Sociology*, 23, pp. 479–515.

EEES (2012a). *Dimensión Social*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=12>

EEES (2012b), *Formación Continua*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=14>

EEES (2012c), *Empleabilidad*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=16>

EEES (2012d). *Aprendizaje centrado en el estudiante*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=147>

EEES (2012e). *Movilidad*, último acceso 16 de marzo de 2012,

<http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=13>

EEES. (2012f). *Transparencia en la información*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=145>

EEES. (2012g). *Financiación*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=23>

EEES. (2012h). *Estructura de los estudios*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=17>

EEES. (2012i). *Reconocimiento*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=64>

EEES. (2012j). *Garantía de Calidad*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=24>

Elsbach, K. D. (1994). Managing organizational legitimacy in the California cattle industry: The construction and effectiveness of verbal accounts. *Administrative Science Quarterly*, 39, pp. 57–88.

Elsbach, K. D. y Sutton, R. I. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions - a marriage of institutional and impression management theories. *Academy of Management Journal*, 35, 699-738.

Elsbach, K. D., y Kramer, R. M. (1996). Members' responses to organizational identity threats: Encountering and countering the Business Week rankings. *Administrative Science Quarterly*, 41, pp. 442–476.

European Union (1999). *Bologna Declaration*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/BOLOGNA_DECLARATION1.pdf

European Union (2001). *Prague Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/PRAGUE_COMMUNIQUE.pdf

European Union (2003). *Berlin Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Berlin_Communique1.pdf

European Union (2005). *Bergen Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Bergen_Communique1.pdf

European Union (2007). *London Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/London_Communique18May2007.pdf

European Union (2009). *Leuven/Louvain-la-Neuve Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Leuven_Louvain-la-Neuve_Communique%20April_2009.pdf

European Union (2010). *Budapest-Vienna Declaration*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Budapest-Vienna_Declaration.pdf

European Union (2012), *Historia del Espacio Europeo de Educación Superior*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde

<http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=3>

Ferguson, T. D., Deephouse, D. L., y Ferguson, W. L. (2000). Do strategic groups differ in reputation? *Strategic Management Journal*, 21, pp. 1195–1214.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Fombrun, C., y Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 2, pp. 233–258.

Galaskiewicz, J. 1985. Interorganizational relations. *Annual Review of Sociology*, 11, pp. 281–304.

Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News*. New York: Pantheon Books.

Gioia, D. A., y Thomas, J. B. (1996). Institutional identity, image and issue interpretation: Sensemaking during strategic change in academia. *Administrative Science Quarterly*, 41, pp. 370–403.

Glynn, M. A., y Abzug, R. (2002). Institutionalizing identity: Symbolic isomorphism and organizational names. *Academy of Management Journal*, 45, pp. 267–280.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, pp. 481–510.

Greenwood, R., Suddaby, R. y Hinings, C. R. (2002). Theorizing change: The

role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45, 58-80.

Greenwood, R., y Empson, L. (2003). The professional partnership: Relic or exemplary form of governance? *Organization Studies*, 24, pp. 909–933.

Guler, I., Guillen, M. F., y MacPherson, J. M. (2002). Global competition, institutions, and the diffusion of organizational practices: The international spread of ISO 9000 quality certificates. *Administrative Science Quarterly*, 47, pp. 207–232.

Hannan, M. T., Dundon, E. A., Carroll, G. R., y Torres, J. C. (1995). Organizational evolution in a multinational context: Entries of automobile manufacturers in Belgium, Britain, France, Germany, and Italy. *American Sociological Review*, 60, pp. 509–528.

Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1992). *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.

Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1995). Theory building and cheap talk about legitimation. *American Sociological Review*, 60, pp. 539–544.

Hayward, M. L. A., Rindova, V. P., y Pollock, T. G. (2004). Believing one's own press: The causes and consequences of CEO celebrity. *Strategic Management Journal*, 25, pp. 637–653.

Hensmans, M. (2003). Social movement organizations: A metaphor for strategic actors in institutional fields. *Organization Studies*, 24, pp. 355–381.

Higgins, M. C., y Gulati, R. (2003). Getting off to a good start: The effects of upper echelon affiliations on underwriter prestige. *Organization Science*, 14, pp. 244–263.

Higgins, M. C., y Gulati, R. (2006). Stacking the deck: The effects of top management backgrounds on investor decisions. *Strategic Management Journal*, 27, 1, pp. 1–25.

Hinings, C. R. (2006). Keynote address – Reaching new heights. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 23, pp. 175–182.

Hinings, C. R., Brown, J. L., y Greenwood, R. (1991). Change in an autonomous professional organization. *Journal of Management Studies*, 28, pp. 375–393.

Hirsch, P. M. (1977). Occupational, organizational, and institutional models in mass media research: Towards an integrated framework en P. M. Hirsch, P. V. Miller, y F. G. Kline (Eds.), *Strategies For Communication Research*, pp. 13-40. Beverly Hills, CA: Sage.

Hirsch, P. M., y Andrews, J. A. Y. (1984). Administrators' response to performance and value challenges: Stance, symbols, and behavior en T. J. Sergiovanni, y J. E. Corbally (Eds.), *Leadership and Organizational Culture*, pp. 170–185. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Holm, P. (1995). The dynamics of institutionalization: Transformation processes in Norwegian fisheries. *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 398–422.

Hybels, R., Ryan, A. y Barley, S. (1994). *Alliances, legitimation, and founding rates in the US biotechnology field, 1971-1989*, Annual meeting of the Academy of Management, Dallas.

Itule, B. D., y Anderson, D. A. (1994). *News Writing and Reporting For Today's Media* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Jennings, P. D., Schulz, M., Patient, D., Gravel, C., y Yuan, K. (2005). Weber and legal rule evolution: The closing of the iron cage? *Organization Studies*, 26, pp. 621–653.

Jepperson, R. L. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism, en W. W. Powell, y P. J. DiMaggio (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, pp. 143–163. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Johnson, C. (2004). Introduction: Legitimacy processes in organizations, en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 1–24. Amsterdam: Elsevier JAI.

Johnson, C., Dowd, T. J., y Ridgeway, C. L. (2006). Legitimacy as a social process. *Annual Review of Sociology*, 32, pp. 53–78.

Jones, C., y Manev, I. M. (2002). The Social Construction of Expertise: Status and Legitimacy as the Cornerstones of Professional Service Firms' reputation. *Paper presented at the Academy of Management, Denver*.

Kennedy, M. T. (2005). Behind the one-way mirror: Refraction in the construction of product market categories. *Poetics*, 33, pp. 201–226.

- Kennedy, P. (2006). *Forestry union denounces safety initiatives*, The Globe and Mail: S.3. Toronto.
- Knoke, D. (1985). The political economies of associations en R. G. Braungart, y M. M. Braungart (Eds.), *Research in Political Sociology*, Vol. 1, pp. 211–242. Greenwich, CT: JAI Press.
- Kostova, T., y Zaheer, S. (1999). Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise. *Academy of Management Review*, 24, 1, pp. 64–81.
- Lamertz, K., y Baum, J. A. C. (1998). The legitimacy of organizational downsizing in Canada: An analysis of explanatory media accounts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 15, pp. 93–107.
- Lawrence, T. B., Winn, M. I., y Jennings, P. D. (2001). The temporal dynamics of institutionalization. *Academy of Management Review*, 26, pp. 624–644.
- Li, J. T., Yang, J. Y. y Yue, D. R. (2007). Identity community, and audience: How wholly owned foreign subsidiaries gain legitimacy in China. *Academy of Management Journal*, 50, 1, pp. 175-190.
- Lounsbury, M. (2007). A tale of two cities: Competing logics and practice variation in the professionalizing of mutual funds. *Academy of Management Journal*, 50, pp. 289–330.
- Low, B. y Johnston, W. (2008). Securing and managing an organizations network legitimacy: The case of Motorola China. *Industrial Marketing Management*, 37, 7, pp. 873-879.
- March, J., y Simon, H. (1958). *Organizations*. New York: John Wiley and Sons.
- Maurer, J. G. (1971). *Readings in Organization Theory: Open-System Approaches*. New York: Random House.
- McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972). *The agenda setting function of the mass media*. Public Opinion Quarterly, 36: 176–187.
- McKee, M. C., Mills, A. J., y Weatherbee, T. (2005). Institutional field of dreams: Exploring the AACSB and the new legitimacy of Canadian business schools. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22, pp. 288–301.
- Merry, S. E. (1988). Legal pluralism. *Law & Society Review*, 22, pp. 869–896.

Merton, Robert K. (1968), 'The Matthew Effect in science: The reward and communication systems of science considered,' *Science*, 159 (3810), pp. 56–63.

Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 2, pp. 340–363.

Meyer, J. W., y Scott, W. R. (1983). Centralization and the legitimacy problems of local government, en J. W. Meyer, y W. R. Scott (Eds.), *Organizational Environments: Ritual and Rationality*, pp. 199–215. Beverly Hills, CA: Sage.

Mezias, S. J., y Boyle, E. (2005). Blind trust: Market control, legal environments and the dynamics of competitive intensity in the early American film industry 1893–1920. *Administrative Science Quarterly*, 50, pp. 1–34.

Miles, R. H. (1982). *Coffin Nails and Corporate Strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Mitchell, R. K., Agle, B. R., y Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22, pp. 853–886.

Oliver, A. L. (2001). Strategic alliances and the learning life-cycle of biotechnology firms. *Organization Studies*, 22, pp. 467–489.

Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource based views. *Strategic Management Journal*, 18, pp. 697–713.

Osigweh, C. A. B., YG. (1989). Concept fallibility in organizational science. *Academy of Management Review*, 14, pp. 579–594.

Parsons, T. (1956). Suggestions for a sociological approach to the theory of organizations. *Administrative Science Quarterly*, 1, pp. 63–85.

Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL.: Free Press.

Pfeffer, J., y Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.

Phillips, D. J., y Zuckerman, E. W. (2001). Middle-status conformity: Theoretical restatement and empirical demonstration in two markets. *American Journal of Sociology*, 107, pp. 379–429.

Phillips, D. J., y Zuckerman, E. W. (2007). High-status deviance or conformity? Silicon Valley law firms' engagement in family and personal injury law. Paper presented at the *annual meeting of the American Sociological Association*, in New York City, NY.

Phillips, N., Lawrence, T. B., y Hardy, C. (2004). Discourse and institutions. *Academy of Management Review*, 29, pp. 635–652.

Podolny, J. (1993). A status-based model of market competition. *American Journal of Sociology*, 98, pp. 829–872.

Pollock, T. G., y Rindova, V. P. (2003). Media legitimation effects in the market for initial public offerings. *Academy of Management Journal*, 46, pp. 631–642.

Rao, H. (1994). The social construction of reputation: Certification contests, legitimation, and the survival of organizations in the American automobile industry: 1895–1912. *Strategic Management Journal*, 15, 1, pp. 29–44.

Rao, H., Morrill, C., y Zald, M. (2000). Power plays: How social movements and collective action create new organizational forms, *Research in Organizational Behavior*, 22, pp. 237–281.

Rauhvargers, A.; Deane, C. y Pauwels, W. (2009). *Bologna Process Stocktaking Report*, Report from working groups appointed by the Bologna Follow-up Group to the Ministerial Conference in Leuven/Louvain-la-Neuve. Bologna Process.

Rindova, V. P., Pollock, T. G., y Hayward, M. L. A. (2006). Celebrity firms: The social construction of market popularity. *Academy of Management Review*, 31, 1, pp. 1–22.

Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., y Sever, J. M. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48, pp. 1033–1050.

Rindova, V., Petkova, A. P., y Kotha, S. (2007). Standing out: how new firms in emerging markets build reputation. *Strategic Organization*, 5, pp. 31–70.

Roberts, P. W., y Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23, pp. 1077–1093.

- Rosen, S. (1981). The economics of superstars. *American Economic Review*, 71, pp. 845–858.
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22, pp. 887–910.
- Rowley, T., y Berman, S. (2000). A brand new brand of corporate social performance. *Business & Society*, 39, pp. 397.
- Rubtsova, A., y Dowd, T. J. (2004). Cultural capital as a multi-level concept: The case of an advertising agency en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 117–146. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Ruef, M. y Scott, R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments, *Administrative Science Quarterly*, 43, 4, pp. 877-904
- Rutherford, M. W. y Buller, P. F. (2007). Searching for the legitimacy threshold. *Journal of Management Inquiry*, 16, 1, pp. 78-92.
- Sauder, M., and Lancaster, R. (2006). Do rankings matter? The effects of U.S. news and world report rankings on the admissions process of law schools. *Law y Society Review*, 40, 1, pp. 105–134.
- Schnatterly, K., Ward, A., y Lee, P. M. (2006). Certification, Reputation and Legitimacy: Concentric Concepts. *Paper presented at the Academy of Management*, Atlanta, GA.
- Schramm, W. (1949). *The nature of news en W. Schramm* (Ed.), Mass Communications: 288–303. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Scott, M. B., y Lyman, S. M. (1968). Accounts. *American Sociological Review*, 33, pp. 46–62
- Scott, W. R. (1987). *Organizations: Rational, natural and open systems*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*, Thousand Oaks, CA.: Sage
- Scott, W. R., Ruef, M., Mendel, P.J., y Caronna, C. (2000). *Institutional Change and Healthcare Organizations: From Professional Dominance to Managed Care*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Shapiro, C. (1983). Premiums for high quality products as returns to reputations. *Quarterly Journal of Economics*, 98, pp. 659–679.

- Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*, 46, pp. 32–47.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative Behavior* (3rd edn). New York: Free Press.
- Sine, W. D., David, R. J., y Mitsuhashi, H. (2007). From plan to plant: Effects of certification on operational start-up in the emergent independent power sector. *Organization Science*, 18, pp. 578–594.
- Singh, J. V., Tucker, D. J., y House, R. J. (1986). Organizational legitimacy and the liability of newness. *Administrative Science Quarterly*, 31, pp. 171–193.
- Strang, D., y Soule, S. A. (1998). Diffusion in organizations and social movements: From hybrid corn to poison pills. *Annual Review of Sociology*, 24, pp. 265–290.
- Stryker, R. (1994). Rules, resources, and legitimacy processes: Some implications for social conflict, order and change. *American Journal of Sociology*, 99, pp. 847–910.
- Stryker, R. (2000). Legitimacy processes as institutional politics: Implications for theory and research in the sociology of organizations, *Research in the Sociology of Organizations*, 17, pp. 179–223. Greenwich, CT: JAI.
- Suchman M. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20, 3, pp. 571-610.
- Suddaby, R., y Greenwood, R. (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50, pp. 35–67.
- Sursock, A. y Smidt, H. (2010). *A decade of change in European Higher Education*, EUA Publications.
- Tolbert, P. S. y Zucker, L. G. (1983). Institutional source of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. 28, 1, pp. 22-39.
- Tornikoski, E.T. y Newbert, S.L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective. *Journal of Business Venturing*, 22, 2, pp. 311-335

- Vaara, E., Tienari, J., y Laurila, J. (2006). Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies*, 27, pp. 789–810.
- Van de Ven, A. H. (1992). Suggestions for studying strategy process: A research note. *Strategic Management Journal*, 13, pp. 169–188.
- Vidaver-Cohen, D. (2006). Institutional Change, Legitimacy, and Reputation: A Model of Reciprocal Processes. Paper presented at the *Florida International University Faculty Research Symposium*, Miami.
- Wade, J. B., Porac, J. F., Pollock, T. G., y Graffin, S. D. (2006). The burden of celebrity: The impact of CEO certification contests on CEO pay and performance. *Academy of Management Journal*, 49, pp. 643–660.
- Walker, H.A. y Zelditch, M. Jr. (1993). Power, legitimacy, and the stability of authority: a theoretical research program, en Berger J. y Zelditch M Jr. (eds), *Theoretical Research Programs*, pp. 364–381, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Wartick, S. L. (2002). Measuring corporate reputation: Definition and data. *Business y Society*, 41, pp. 371–392.
- Washington, M., y Zajac, E. J. (2005). Status evolution and competition: Theory and evidence. *Academy of Management Journal*, 48, pp. 282–296.
- Weber, M. (1946 [1922]). Class, status, party, pp. 180–95 en *From Max Weber Essays en Sociology*, ed. H. H. Gerth y C. Wright Mills. New York: Oxford University Press.
- Wedlin, L. (2006). *Ranking Business Schools: Forming Fields, Identities and Boundaries in International Management Education*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Weigelt, K., y Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. *Strategic Management Journal*, 9, pp. 443–454.
- Westphal, J. D., Gulati, R., y Shortell, S. M. (1997). Customization or conformity? An institutional and network perspective on the content and consequences of TQM adoption. *Administrative Science Quarterly*, 42, pp. 366–394.
- Wezel, F. C. (2005). Location dependence and industry evolution: Founding rates in the United Kingdom motorcycle industry, 1895–1993. *Organization*

Studies, 26, pp. 729–754.

Wright, E. O. (1985). Practical strategies for transforming concepts en E. O. Wright (Ed.), *Classes*, pp. 292–302. London, UK: Verso.

Wry, T. E., Deephouse, D. L., y McNamara, G. (2007). Substantive and evaluative media rep-utations across and within cognitive strategic groups. *Corporate Reputation Review*, 9, pp. 225–242.

Zimmerman, M., Zeitz, G. (2002). Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*. 27, 3, pp. 414-31.

Zucker, L. G. (1977). The role of institutionaliza-tion in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42, pp. 726–743.

Zucker, L. G. (1987). Institutional theories of organization, *Annual review of Sociology*, 13, pp. 443-464. Chicago: University of Chicago Press.

Zucker, L. G. (1989). Combining institutional theory and population ecology: No legitimacy, no history. *American Sociological Review*, 54, pp. 542–545.

Zuckerman, E. W. (2000). Focusing the corporate product: Securities analysts and de-diversification. *Administrative Science Quarterly*, 45, pp. 591–619.

CAPITULO II

ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES Y FUENTES DE LEGITIMIDAD

ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES Y FUENTES DE LEGITIMIDAD

2.1. INTRODUCCIÓN

La legitimidad es un concepto fundamental en la Teoría Institucional. Se trata de un término que hace referencia a la deseabilidad y aceptabilidad, para la sociedad, de las actuaciones de una organización. A pesar de que el término “legitimidad” se remonta a los comienzos de la Teoría de la Organización, durante la mayor parte del siglo pasado, la investigación sobre la legitimidad se ha desarrollado de forma lenta y fragmentada. Sin embargo, desde 1995, la literatura sobre la legitimidad ha crecido rápidamente y en una variedad de direcciones.

Ahondando en la literatura sobre este concepto, encontramos que existen múltiples tipologías de legitimidad, también denominadas dimensiones de la legitimidad. Así, observamos como la legitimidad ha sido dimensionalizada hasta un máximo de doce tipologías (Deephouse y Suchman, 2008). Cada una de estas dimensiones residiría en distintas dinámicas de comportamiento, desde consideraciones legales, morales, pragmáticas (Meyer y Rowan, 1977) o incluso cognitivas (Aldrich y Fiol, 1994). Existen distintos estudios que establecen medidas de la legitimidad a través de alguna de sus dimensiones (Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Rutherford y Buller, 2007; Low y Johnston, 2008). Sin embargo, no hemos encontrado en la literatura investigaciones que estudien la relación entre las distintas dimensiones de la legitimidad. Suchman (1995), sugiere que sería recomendable conocer los

posibles conflictos o sinergias que se producen entre ellas, y Díez-Martín et al (2010b), consideran necesario dar respuesta a ¿qué dimensión de legitimidad ejerce una fuerza mayor sobre la legitimidad organizativa?

Por otro lado, las fuentes reconocidas de la legitimidad se han extendido mucho más allá de las dos enumeradas por Meyer y Scott (1983). En este sentido, la revisión de la literatura sugiere la existencia de múltiples fuentes de legitimidad (Deephouse y Suchman, 2008). Suchman (1995), considera necesario investigar la relación entre el entorno y las dimensiones de legitimidad. A su vez, Zimmerman y Zeitz (2002) sugieren que existe una necesidad de mayor investigación sobre la manera en que confieren legitimidad las diferentes fuentes y su relación con las dimensiones de la legitimidad. En esta línea de pensamiento, Díez-Martín et al (2010b) también se preguntan ¿qué fuente de legitimidad ejerce un peso mayor sobre la legitimidad de una organización?, y si ¿las fuentes de legitimidad internas ejercen un peso mayor sobre la legitimidad organizativa que las fuentes externas?

Estos desarrollos han creado oportunidades para una amplia variedad de estudios de la legitimidad. Gran parte de esta nueva literatura ha sido muy teórica, en lugar de haber sido examinada de forma empírica. La legitimidad sigue apareciendo con mayor frecuencia en análisis teóricos. De este modo, el propósito central de esta investigación cuenta con dos objetivos: 1) analizar los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa, y 2) analizar las relaciones entre las fuentes de legitimidad y su efecto sobre la legitimidad organizativa.

Para alcanzar los objetivos anteriormente propuestos, realizamos nuestro estudio sobre el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Consideramos que el EEES representaba un escenario excelente para estudiar la legitimidad, pues se trata de un proceso institucional que puede ser sujeto de legitimación. Para el análisis de la legitimidad de esta investigación nos hemos fijado en las tres dimensiones de legitimidad propuestas por Suchman (1995),

legitimidad pragmática, moral y cognitiva.

La estructura del artículo será la siguiente. Comenzamos con una revisión de la literatura donde exponemos el estado de la situación. A continuación describimos la metodología utilizada, donde se detalla la muestra, variables y métodos utilizados para el análisis de datos. Por último, describimos los resultados alcanzados por la investigación y discutimos sus conclusiones e implicaciones, formulando futuras líneas de investigación que se desprenden del estudio.

2.2. CONFLICTOS Y SINERGIAS ENTRE LAS DIMENSIONES DE LA LEGITIMIDAD

La revisión de la literatura sobre la legitimidad y sus dimensiones sugiere la existencia de múltiples tipologías o dimensiones de legitimidad. Cada una de estas dimensiones reside en una forma de evaluación o dinámica de comportamiento. Desde consideraciones legales, morales, pragmáticas (Meyer y Rowan, 1977) o incluso cognitivas (Aldrich y Fiol, 1994).

Suchman (1995), distingue tres dimensiones de legitimidad: la legitimidad pragmática, la legitimidad moral y la legitimidad cognitiva. Por sí mismo, cada tipología de legitimidad (pragmático, moral y cognitivo) supone una percepción generalizada de que las actividades organizativas son deseables, apropiadas y correctas dentro de un sistema social de normas, valores, creencias y definiciones. Sin embargo, cada una de estas dimensiones reside en distintas dinámicas de comportamiento (Díez et al, 2010a).

La legitimidad pragmática descansa sobre los intereses del entorno específico de la organización. Decimos que una organización muestra legitimidad pragmática cuando sus objetivos se encuentran en consonancia con los propuestos por sus grupos de presión. Reconocemos legitimidad pragmática en

una organización cuando ejecuta acciones conducentes a la obtención de los objetivos establecidos.

La legitimidad moral, implica una evaluación normativa positiva de la organización y sus actividades (Parsons, 1960; Aldrich y Fiol, 1994). A diferencia de la legitimidad pragmática, la moral no descansa en juicios sobre si un determinado tipo de acción beneficia al evaluador, sino más bien, sobre si un determinado tipo de acción es lo que hay que hacer. Decimos que una organización muestra legitimidad moral cuando sus grupos de interés consideran que los objetivos y las acciones que desarrolla para alcanzarlos son los deseables, con independencia de su utilidad para la obtención de los objetivos organizativos. Reconocemos legitimidad moral en una organización cuando consideramos que los objetivos y las acciones para conseguirlos son los más deseables, independientemente de la utilidad de éstos para alcanzar rendimientos económicos.

Respecto a la legitimidad cognitiva, ésta se corresponde con la percepción de que el desarrollo de las acciones es el más apropiado. Decimos que una organización muestra legitimidad cognitiva cuando sus grupos de interés consideran que ejecuta sus estrategias de la mejor forma posible, con el mejor sistema, procedimiento, recursos, etc. Reconocemos legitimidad cognitiva en una organización cuando consideramos que la mejor forma de ejecutar una acción, en cualquier ámbito o sector de actividad, es como lo hace esa organización. A diferencia de la legitimidad moral, la cognitiva se analiza evaluando la adecuación, las técnicas y los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos. No es tan importante la deseabilidad del objetivo o de las acciones llevadas a cabo para conseguirlo, sino la adecuación de la técnica utilizada en las acciones conducentes a su consecución.

La revisión de la literatura sugiere la existencia de distintas dimensiones y tipologías de legitimidad. Existen estudios que establecen medidas de la legitimidad a través de alguna de sus dimensiones (Deephouse, 1996; Ruef y

Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Rutherford y Buller, 2007; Low y Johnston, 2008). Sin embargo, no hemos encontrado en la literatura investigaciones que estudien la relación entre las distintas dimensiones de la legitimidad.

Teóricamente se ha apuntado que la legitimidad moral es más difícil de obtener que la pragmática, aunque sería más duradera en el tiempo, y también que la legitimidad cognitiva resulta más difícil de obtener que la moral, aunque sería más duradera en el tiempo. Sin embargo, puesto que las dimensiones de legitimidad ofrecen evaluaciones sobre los objetivos y acciones organizativas, fundamentadas en distintas evaluaciones, sería recomendable conocer los posibles conflictos o sinergias que se producen entre ellas (Suchman, 1995).

Nosotros no hemos encontrado en la literatura investigaciones sobre las relaciones entre las dimensiones de la legitimidad. En este sentido, Suchman, (1995) sugiere que sería recomendable conocer los posibles conflictos o sinergias que se producen entre ellas, y Díez-Martín et al (2010b), consideran necesario dar respuesta a ¿qué dimensión de legitimidad ejerce una fuerza mayor sobre la legitimidad organizativa?

2.3. RELACIÓN ENTRE LAS FUENTES DE LEGITIMIDAD Y LA LEGITIMIDAD ORGANIZATIVA

Por otro lado, las fuentes reconocidas de la legitimidad se han extendido mucho más allá de las dos enumeradas por Meyer y Scott (1983). En este sentido, la revisión de la literatura sugiere la existencia de múltiples fuentes de legitimidad (Deephouse y Suchman, 2008). En la definición de Suchman (1995: 574), la legitimidad implica congruencia con "algún sistema socialmente estructurado de normas, valores, creencias y definiciones", lo que implica que las posibles fuentes de legitimidad no están restringidas a un grupo concreto de personas.

Un tema central para cualquier investigación sobre la legitimidad consiste en

identificar quién tiene la autoridad sobre la legitimación en cualquier situación. Así, las fuentes de legitimidad podrían clasificarse en internas y externas. Dornbush y Scott (1975) consideran que la legitimidad interna hace referencia a la validez interna de las actuaciones organizativas, y la legitimidad externa haría referencia a la validez externa de las actuaciones de la organización. Thomas (2005) tiene en consideración esta clasificación para su modelo de medición de la legitimidad.

Algunos investigadores han considerado a la sociedad en general como una fuente de legitimidad (Strang y Soule, 1998; Tolbert y Zucker, 1983), que se fundamenta en la relación entre la legitimidad cognitiva y el isomorfismo mimético. Este tipo de relación ha sido apoyada empíricamente mediante estudios con periódicos, automóviles y fabricantes británicos de motocicletas (Carroll y Hannan, 1989; Hannan y Carroll, 1992; Hannan et al, 1995; Wezel, 2005).

En algún punto entre la legitimidad otorgada por las autoridades y la otorgada por la sociedad en general, se encuentran los medios de comunicación. Deephouse (1996), Lamertz y Baum (1998), Abrahamson y Fairchild (1999), Pollock y Rindova (2003), Bansal y Clelland (2004) utilizan datos de los medios de comunicación para medir la legitimidad de las organizaciones. Según Baum y Powell (1995), los medios de comunicación representan un buen indicador para medir la legitimidad otorgada por la sociedad, y los investigadores han estado trabajando con este tipo de fuente desde la década de 1990.

Las relaciones entre sujetos también se han convertido en fuente de legitimidad. Las alianzas estratégicas con socios de prestigio han sido identificadas como fuentes de legitimidad importantes para las empresas (Cohen y Dean, 2005; Deeds et al, 2004; Galaskiewicz, 1985; Higgins y Gulati, 2003 y 2006; Miles, 1982; Oliver, 2001). De este modo, un sujeto se convierte en legítimo cuando se encuentra conectado a otros sujetos legítimos (Galaskiewicz, 1985). Siguiendo esta última argumentación nos preguntamos, ¿cómo es la relación entre las

fuentes de legitimidad de una organización?

Suchman (1995), considera necesario investigar la relación entre el entorno y las dimensiones de legitimidad. A su vez, Zimmerman y Zeitz (2002) sugieren que existe una necesidad de mayor investigación sobre la manera en que confieren legitimidad las diferentes fuentes y su relación con las dimensiones de la legitimidad. En esta línea de pensamiento, Díez-Martín et al (2010b) también se preguntan ¿qué fuente de legitimidad ejerce un peso mayor sobre la legitimidad de una organización?, y si ¿las fuentes de legitimidad internas ejercen un peso mayor sobre la legitimidad organizativa que las fuentes externas?

2.4. METODOLOGÍA

2.4.1 Escenario de la investigación: sujeto de legitimidad

El escenario de esta investigación se desarrolla en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), también conocido como European High Educational Area (EHEA). Consideramos este escenario de investigación porque el EEES representa un proceso de institucionalización. Es la plasmación de la institucionalización de la educación en Europa. En este sentido, Johnson (2004) considera que los procesos, prácticas, servicios, programas, pueden ser sujetos de legitimidad.

Por otra parte, los procesos de institucionalización han sido ampliamente estudiados por la Teoría Institucional (Meyer y Rowan, 1977). Uno de los elementos clave para el éxito de los procesos institucionales se encuentra en la legitimidad de sus acciones. Suchman (1995) llega a sugerir que la institucionalización y la legitimización de las organizaciones son sinónimos. Es decir, para que una organización llegue a convertirse en una institución, deberá legitimarse. Nosotros, consideramos que la legitimidad o grado de aceptación del EEES es un elemento determinante para su institucionalización.

Deephouse y Suchman (2008) señalan que la legitimidad de un sujeto de orden superior, como la legitimidad de una nueva empresa, podría evaluarse a través de la legitimidad de sus procesos, sus productos, su estructura o su equipo de dirección. Nosotros analizaremos la legitimidad del EEES a través de uno de los componentes fundamentales de su estructura, las universidades. Con ello, acotamos el estudio a una región de España. La tabla 2.1 muestra la ficha técnica del proceso metodológico, donde se recogen las características del estudio.

Tabla 2.1: Ficha Técnica

Universo	Comunidad Universitaria perteneciente a las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid (España)			
Unidad muestral	Profesores	17086	Alumnos	34756
Muestra	Profesores	761	Alumnos	783
Error muestral (95%)	Profesores	3,469	Alumnos	3,460
Número de encuestas	Profesores	761	Alumnos	783
Método de recogida de información	Encuesta personal			
Procedimiento de muestreo	Muestreo aleatorio			
Ámbito geográfico	Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid (España)			
Periodo de recogida de la información	Del 01 de Octubre de 2011 al 22 de Diciembre de 2011			

2.4.2 Universo poblacional: fuentes de legitimidad

De la revisión de la literatura, sobre las fuentes de legitimidad, surgen dos cuestiones de interés relacionadas entre sí. La primera es que existen múltiples fuentes legitimidad. Desde el respeto por las normas gubernamentales, hasta las propias relaciones entre organizaciones o los propios medios de comunicación. La segunda cuestión sería ¿Hay fuentes de legitimidad legítimas? Jepperson (1991: 149) analizó si el crimen organizado y la corrupción de los partidos

políticos están legitimados, y señaló que algunos elementos, como el fraude, el soborno, el crimen organizado y la corrupción política, se pueden institucionalizar sin ser legítimos. Además, en algunos sistemas sociales, ya sean redes de delincuentes organizados o determinadas políticas nacionales, incluso ciertas “patologías sociales” pueden considerarse legítimas. En sentido pragmático pueden verse como algo útil, desde un punto de vista cognitivo pueden darse por sentado y en un sentido moral podrían convertirse en algo éticamente permitido. Así, un individuo podría estar dispuesto a sobornar a un oficial de policía en un país pero no en otro, y una organización podría estar dispuesta a sobornar a un regulador de un país pero no en otro. También la legitimidad de la sanción penal puede variar, por ejemplo, respecto a la prohibición de la pena capital entre países. Un grupo terrorista de un país puede ser considerado en otro país un grupo de combate por la libertad. Teniendo en cuenta este pluralismo jurídico (Merry, 1988), ¿es posible distinguir e identificar las fuentes de legitimidad legítimas?

Son las fuentes de legitimidad quienes tienen la autoridad sobre la legitimación en cualquier situación. Desde la Teoría de la Dependencia de los Recursos surge la idea de que: “tenemos la sospecha de que la legitimidad de una organización no tiene que ser otorgado por un gran segmento de la sociedad” (Pfeffer y Salancik de 1978: 194).

Ruef y Scott (1998) señalan que las fuentes de legitimidad de las organizaciones se encuentran en sus grupos internos y externos. Las universidades son instituciones donde residen distintos grupos de interés, la comunidad universitaria. Los grupos de interés de las universidades públicas Españolas se encuentran representados en sus Claustros. Éstos constituyen el máximo órgano de representación de la comunidad universitaria y se componen por: profesores, alumnos y personal de administración y servicios (PAS). Siguiendo esta fundamentación, la comunidad universitaria representa la fuente de legitimidad de cada universidad. El análisis de la composición de estos grupos permite diferenciar entre grupos que otorgarían validez interna (profesores y

PAS) y validez externa (alumnos), a las actividades del EEES. Respecto al grupo de alumnos, éste sólo estaría formado por alumnos de Grado, que son aquellos que se encuentran inmersos en el Proceso de Bolonia.

Nuestro universo estaría formado por la comunidad universitaria de las seis universidades públicas de la CAM, a saber: Universidad Complutense, Universidad Autónoma, Universidad de Alcalá, Universidad Politécnica, Universidad Carlos III y Universidad Rey Juan Carlos.

Sin embargo, en esta investigación no fue incluido el grupo de la comunidad universitaria formado por el personal de administración y servicio. Fueron varios los motivos que nos llevaron a esta forma de proceder. En primer lugar, una vez iniciado el proceso de recogida de información, y tras varios intentos de obtener respuestas por parte del PAS, nos encontramos ante respuestas como “esto...(el proceso Bolonia) [...] no es algo del PAS sino únicamente de los profesores”, “no estoy interesado porque no es algo mío”, “no me afecta, por lo que no respondo el cuestionario” (PAS de la Universidad Autónoma de Madrid). En este sentido observamos que, aunque el PAS compone un grupo de interés de las universidades, sin embargo no se sienten comprometidos ni interesados por el EEES. Al contrario de la descripción de fuentes de legitimidad propuesta por Ruef y Scott (1998: 880), este grupo no evalúa la legitimidad del EEES. Estas manifestaciones fueron corroboradas posteriormente preguntando a miembros del PAS de otras universidades como la Universidad Complutense o la Universidad Rey Juan Carlos. En segundo lugar, las dificultades para conseguir respuestas de este grupo universitario implicaban un incremento del 100% del presupuesto económico para la recopilación de datos, así como un incremento del tiempo de obtención de la información de 6 meses.

Además, también se eliminaron del estudio los alumnos de máster. La problemática a la que nos enfrentamos con esta tipología de alumnos consistió en su escasa accesibilidad. Cuando se llevó a cabo el pretest, descubrimos que los alumnos de máster difícilmente se encontraban en clase y los pocos que se

encontraron eran alumnos internacionales, mayoritariamente pertenecientes al programa Munde. Los alumnos Munde se caracterizaron por el poco interés hacia el EEES. Ante esta situación, el presupuesto de la obtención de datos también se veía incrementado entorno al 56% del previsto. Dichas circunstancias provocaron que se decidiese excluir del estudio a este subgrupo de alumnos.

Así el universo poblacional estaría compuesto por los profesores y alumnos de grado de las seis universidades (tabla 2.2).

Tabla 2.2: Universo poblacional, desglosado en alumnos de grado y profesores.

UNIVERSIDAD	ALUMNOS	PROFESORES
ALCALA	2531	1726
AUTONOMA DE MADRID	4677	2427
CARLOS III	7483	1721
COMPLUTENSE	10312	6301
POLITECNICA DE MADRID	2156	3349
REY JUAN CARLOS	7597	1562
TOTAL	34756	17086

Fuente: Elaboración propia a partir del Estudio del proceso de ingreso y matriculación en las universidades de la Comunidad de Madrid 2009-2010 y de las Tablas estadísticas del Ministerio de Educación sobre Personal Universitario.

2.4.3 Muestra

La muestra utilizada en la investigación se especifica, desglosada por universidades, en la tabla 2.3. El error muestral para el conjunto de alumnos, con un nivel de significatividad del 95%, ha sido de 3,460, similar a la de los profesores 3,469.

Tabla 2.3: Muestra de la investigación, desglosada en alumnos de grado y profesores.

UNIVERSIDAD	ALUMNOS	PROFESORES
ALCALA	71	76
AUTONOMA DE MADRID	105	107
CARLOS III	165	80
COMPLUTENSE	228	277
POLITECNICA DE MADRID	47	151
REY JUAN CARLOS	167	70
TOTAL	783	761
error	3,460	3,469

2.4.4 Variables

-Legitimidad del EEES

Son varios los autores que coinciden en señalar las dificultades que conlleva cuantificar el concepto de legitimidad (Bozeman, 1993; Suchman, 1995; Low y Johnston, 2008). Tradicionalmente, los investigadores han tratado la legitimidad como un concepto dicotómico, donde las organizaciones pueden estar legitimadas o pueden no estarlo (Aldrich, 1995; Scott, 1995), sin que exista la posibilidad de un estado intermedio. Otros estudios consideran que la legitimidad debe considerarse como una variable continua capaz de tomar valores más altos o más bajos (Deeds et al., 1997). En nuestra investigación seguimos esta segunda línea de pensamiento.

La legitimidad no puede observarse directamente. Son los gobiernos, medios de comunicación, sociedad e inversores, quienes poseen o influyen en el flujo de recursos cruciales para el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones. De forma que cuando estos grupos reducen esa transferencia de recursos, provocan un efecto negativo sobre la legitimidad de la organización y viceversa (Hybels, 1995). Es decir, la legitimidad reside en el comportamiento de los actores sociales, los cuales pueden o no ser conscientes del papel que juega la

legitimidad en sus procesos de pensamiento y toma de decisión.

Thomas (2005) identifica la legitimidad como un constructo psicológico multidimensional formado por dos dimensiones, locus referencial y criterios de evaluación o tipos de legitimidad. El modelo de medición que propone este autor surge de los estudios de Harris (1994) y Dornbush y Scott (1975) (dimensión: locus referencial), junto con el estudio de Suchman (1995) (dimensión: criterios de evaluación). Thomas (2005) considera de forma conjunta, y no por separado, ambas dimensiones de la legitimidad, las cuales relaciona generando una nueva escala. La propuesta de Thomas (2005) se encuentra realmente formada por factores concebidos anteriormente en otras investigaciones. Este autor pone en común los conceptos utilizados hasta el momento, relacionándolos en un modelo conjunto.

En el modelo de medición de la legitimidad propuesto por Thomas (2005), la primera dimensión, *locus referencial*, se alcanzaría mediante una combinación de corrección y validez (Dornbush y Scott, 1975), también conocidas como validez interna y externa respectivamente. Mientras que la segunda dimensión la conforman los *criterios de evaluación o tipos de legitimidad* que contribuyen, a la aparición de distintas percepciones de legitimidad. Estos criterios de evaluación o tipos de legitimidad son: la dimensión pragmática, moral y cognitiva (Suchman, 1995). Thomas propone la utilización de una matriz 3x3 para relacionar ambas dimensiones. Con la dimensión locus referencial se está haciendo referencia a las propias fuentes de legitimidad, las cuales deben analizarse relacionándolas con las dimensiones; pragmática, moral y cognitiva, pues en cada una de ellas residen dinámicas propias de comportamiento.

En investigaciones anteriores la legitimidad ha sido cuantificada utilizando distintos procedimientos. Tradicionalmente se han utilizado estudios de contenido cuantitativos (Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Deephouse y Carter, 2005). Otros estudios, han establecido medidas de la legitimidad mediante otro tipo de herramientas. Human y Provan

(2000), Rutherford y Buller (2007) o Low y Johnston (2008) han utilizado el análisis de entrevistas semi-estructuradas a fundadores y/o directivos de organizaciones para medir la legitimidad.

En nuestro caso medimos la legitimidad del EEES preguntando, a los alumnos (validez externa) y profesores (validez interna) de las universidades públicas de la CAM, sobre la deseabilidad, corrección y adecuación que les merecían las actividades desarrolladas por su universidad para implantar el Plan Bolonia (EEES). Se trata de un indicador que pretende reflejar la aceptabilidad del EEES dentro del sistema de universidades de la CAM, de forma global, es decir, sin atender a las dimensiones pragmática, moral y cognitiva. La creación de este indicador se realizó atendiendo a la definición de legitimidad propuesta por Suchman (1995: 574), “la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones”.

Esta forma de medir presenta similitudes con la técnica del análisis de contenidos, utilizada por otros autores. En lugar de analizar las noticias de periódicos y clasificarlas en positivas y negativas, en nuestro caso preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad utilizando una escala de medición de cinco puntos.

-Dimensiones de la legitimidad del EEES: pragmática, moral y cognitiva

Autores anteriores analizaron algunas tipologías o dimensiones de legitimidad. Por ejemplo, Deephouse (1996) analiza la legitimidad regulativa, Ruef y Scott (1998) la legitimidad técnica y la de gestión, y Bansal y Clelland (2004), la legitimidad medioambiental. El análisis de las dimensiones de la legitimidad lo realizaremos teniendo en cuenta la clasificación de las dimensiones de legitimidad propuesta por Suchman (1995).

Medimos la legitimidad pragmática del EEES preguntando, a alumnos y profesores, sobre la utilidad que les merecían las actividades desarrolladas por su universidad para implantar el Plan Bolonia (EEES). Con ello se pretende reflejar la deseabilidad de las actuaciones del EEES. Del mismo modo que se hizo para la medición de la legitimidad organizativa, preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad, utilizando una escala de medición de cinco puntos.

La legitimidad moral del EEES fue medida preguntando, a alumnos y profesores, sobre si consideraban que las actividades, desarrolladas por su universidad, para implantar el Plan Bolonia (EEES) debían seguir desarrollándose con independencia de su utilidad para la implantación del Plan. Para cuantificar esta medida también preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad, utilizando una escala de medición de cinco puntos.

En último lugar, medimos la legitimidad cognitiva del EEES. Para ello preguntamos a alumnos y profesores, sobre si consideraban que las actividades, desarrolladas por su universidad, para implantar el Plan Bolonia (EEES) podían ejecutarse de una forma mejor. Para cuantificar esta medida también preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad, utilizando una escala de medición de cinco puntos.

Esta forma de medición, de los tipos de legitimidad, es semejante a la propuesta por Thomas (2005) y posteriormente utilizado por Díez-Martín et al (2010b). Estos autores analizan las dimensiones de la legitimidad con preguntas que atienden a las peculiaridades de cada dimensión, a saber: las actividades de la organización ¿son útiles? (pragmático), ¿se deben desarrollar con independencia del resultado final? (moral), ¿se pueden hacer mejor? (cognitivo).

2.4.5 Procedimiento de recogida de información

La recogida de información se realizó mediante cuestionario personal, entre el 01 de Octubre de 2011 al 22 de Diciembre de 2011. La encuesta se realizó tanto a alumnos como a profesores de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid. Se utilizó el mismo cuestionario para toda la comunidad universitaria. El cuestionario inicial se encuentra en el Anexo.

Para obtener la información de las variables relacionadas con la legitimidad se utilizaron escalas de intervalo, concretamente la escala de Likert de 5 puntos. Este tipo de escala es recomendable para medir actitudes y percepciones de los individuos. Entre otros motivos porque incluye un punto medio neutro (Komorita, 1963; Garland, 1991). Además permite homogeneizar los conceptos medidos, facilita la respuesta de los encuestados y mejora la fiabilidad de la información (Worcester y Burns, 1975).

El cuestionario inicial fue sometido a un primer pretest entre 6 profesores doctores expertos en la materia. Tres de la Universidad de Sevilla y tres de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Los expertos no señalaron ninguna sugerencia o modificación para el cuestionario. Seguidamente se realizó un segundo pretest, durante la tercera semana de Septiembre de 2011, entre profesores y alumnos de la Universidad de Alcalá de Henares, a fin de subsanar posibles problemas relativos a la formulación del mismo, como: problemas de comprensión de alguna variable, ambigüedades, redundancias, etc. Durante este proceso se analizó el Alfa de Cronbach de las escalas y todas superaron el valor mínimo exigido (todos los resultados fueron mayores a 0,7). Este segundo pretest se aplicó a 145 miembros de la comunidad universitaria de esta universidad. En función de los datos obtenidos no fue necesario modificar ninguna de las variables del cuestionario.

2.4.6 Análisis de los datos

Para analizar los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa utilizamos el análisis de regresión múltiple, siguiendo el método de introducción por pasos. En este caso, la variable dependiente sería la Legitimidad del EEES y las variables independientes las Dimensiones de la legitimidad del EEES: pragmática, moral y cognitiva.

Por otro lado, el estudio de la relación entre las fuentes de legitimidad y su efecto sobre la legitimidad organizativa se llevó a cabo analizando las diferencias mostradas por profesores y alumnos. Para ello se estudiaron sus varianzas, medias, frecuencias, así como los coeficientes de regresión obtenidos sobre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa.

Cómo la investigación se realiza sobre dos grupos poblaciones, consideramos necesario comprobar la existencia de desviaciones en las medias de las opiniones generadas por alumnos y profesores. Para ello llevamos a cabo un análisis de las varianzas, ANOVA (tabla 2.4). Los resultados de este análisis indicaron que tan sólo 1 de las 4 variables analizadas no eran significativas ($<0,05$). A tenor de estos resultados podemos concluir que los grupos de la comunidad universitaria de las universidades públicas de la CAM (profesores y alumnos) muestran diferencias a la hora de evaluar la legitimidad del EEES. Es decir, existen diferencias significativas en las opiniones de ambos grupos respecto a la legitimidad del EEES.

Tabla 2.4: Análisis ANOVA de las fuentes de legitimidad de las universidades públicas de la CAM

			Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
B4P1	Legitimidad Pragmática	Inter-grupos	6,531	1	6,531	4,832	,028
		Intra-grupos	2077,525	1537	1,352		
		Total	2084,056	1538			
B4P2	Legitimidad Moral	Inter-grupos	6,243	1	6,243	4,196	,041
		Intra-grupos	2281,997	1534	1,488		
		Total	2288,240	1535			
B4P3	Legitimidad Cognitiva	Inter-grupos	7,873	1	7,873	6,785	,009
		Intra-grupos	1782,304	1536	1,160		
		Total	1790,177	1537			
B4P4	Legitimidad EEES	Inter-grupos	,542	1	,542	,403	,526
		Intra-grupos	2053,830	1527	1,345		
		Total	2054,371	1528			

2.5. RESULTADOS

2.5.1 Resultados del análisis de los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa

La tabla 2.5 muestra la media, desviación estándar y correlaciones de las relaciones entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad del EEES del grupo profesores. La correlación entre la dimensión moral y cognitiva no ha sido significativa. En la tabla 2.6 se indican los resultados del análisis de regresión entre estas variables, desde el punto de vista de los profesores. El análisis de regresión del grupo profesores explica el 34,2 por ciento de la varianza de la legitimidad del EEES. La dimensión cognitiva de la legitimidad del EEES no es significativa para esta fuente de legitimidad, por lo que se ha eliminado del modelo. Los coeficientes beta de las dimensiones pragmática y moral son positivos. La dimensión pragmática influye un 149,2 por ciento más sobre la legitimidad del EEES que la dimensión moral.

Tabla 2.5: Media, desviación estándar y correlaciones, fuente profesores

		Media	Desv. típ.	B4P4	B4P1	B4P2	
Legitimidad EEES	B4P4	2,999	1,158				
Legitimidad Pragmática	B4P1	3,237	1,171	,525(**)			
Legitimidad Moral	B4P2	3,515	1,256	,443(**)	,408(**)		
Legitimidad Cognitiva	B4P3	1,826	1,058	,077(*)	,154(**)	-0,03	
		**La correlación es significativa al nivel 0,01					
		*La correlación es significativa al nivel 0,05					

Tabla 2.6: Resultados del análisis de la legitimidad del EEES, fuente profesores

		Beta	t	Sig.
(Constante)			6,425	0,000
B4P1	Legitimidad Pragmática	0,415	12,851	0,000
B4P2	Legitimidad Moral	0,278	8,601	0,000
R cuadrado corregida	0,342			
Tamaño de la muestra	754			

La tabla 2.7 muestra la media, desviación estándar y correlaciones de las relaciones entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad del EEES del grupo alumnos. La correlación entre la dimensión moral y cognitiva no ha sido significativa. En la tabla 2.8 se indican los resultados del análisis de regresión entre estas variables, desde el punto de vista de los alumnos. El análisis de regresión del grupo alumnos explica el 38,5 por ciento de la varianza de la legitimidad del EEES. Los coeficientes beta de las dimensiones pragmática, moral y cognitiva son positivos. La dimensión pragmática influye un 258,6 por ciento más sobre la legitimidad del EEES que la dimensión moral y un 509,2 por ciento más que la cognitiva. A su vez, la dimensión moral influye un 196,9 por ciento más sobre la legitimidad del EEES que la dimensión cognitiva.

Tabla 2.7: Media, desviación estándar y correlaciones, fuente alumnos

		Media	Desv. típ.	B4P4	B4P1	B4P2
Legitimidad EEES	B4P4	2,961	1,16116			
Legitimidad Pragmática	B4P1	3,1065	1,15405	,598(**)		
Legitimidad Moral	B4P2	3,3877	1,18306	,433(**)	,469(**)	
Legitimidad Cognitiva	B4P3	1,9692	1,09525	,133(**)	,074(*)	0,016
		**La correlación es significativa al nivel 0,01				
		*La correlación es significante al nivel 0,05				

Tabla 2.8: Resultados del análisis de la legitimidad del EEES, fuente alumnos

		Beta	t	Sig.
(Constante)			4,788	0,000
B4P1	Legitimidad Pragmática	0,494	15,220	0,000
B4P2	Legitimidad Moral	0,191	5,919	0,000
B4P3	Legitimidad Cognitiva	0,097	3,400	0,001
R cuadrado corregida	0,385			
Tamaño de la muestra	762			

2.5.2 Resultados de la relación entre las fuentes de legitimidad.

La tabla 2.4 muestra el análisis ANOVA, entre profesores y alumnos de las universidades de la CAM, respecto a las variables legitimidad del EEES y sus dimensiones. Respecto a la legitimidad del EEES, se acepta la hipótesis nula de este análisis. No se puede afirmar que existan diferencias significativas entre la legitimidad del EEES otorgada por los profesores y los alumnos. Sin embargo, no ocurre lo mismo con el análisis de las varianzas de las dimensiones de la legitimidad. Tanto para la legitimidad pragmática, moral y cognitiva, existen diferencias significativas entre las opiniones formuladas por ambas fuentes de legitimidad.

La tabla 2.9 muestra las medias y la distribución de frecuencias de la legitimidad

del EEES y sus dimensiones, atendiendo a las fuentes de legitimidad. Las medias obtenidas por la legitimidad del EEES y sus dimensiones son siempre mayores en el grupo de profesores que en el de alumnos, exceptuando la media de la legitimidad cognitiva, donde el grupo de alumnos evalúan esta dimensión con una puntuación un poco mayor. Las puntuaciones más repetidas coinciden, para todas las variables, en ambos grupos. Así, la moda que presenta la legitimidad del EEES es de 3 puntos sobre 5, en ambos grupos, la legitimidad pragmática consigue una puntuación de 3 puntos, la moral también obtiene 4 puntos, y la cognitiva alcanza 1 punto.

Tabla 2.9: Medias y distribución de frecuencias de la legitimidad del EEES y sus dimensiones, entre los grupos de profesores y alumnos.

	Profesores						Alumnos					
	Media	% Frecuencia					Media	% Frecuencia				
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Legitimidad EEES	2,999	13,798	15,112	38,633	21,813	10,381	2,961	12,133	22,095	31,29	23,116	9,706
Legitimidad Pragmática	3,237	9,067	16,951	30,355	28,252	15,243	3,1065	11,111	17,241	31,928	28,352	10,856
Legitimidad Moral	3,515	9,855	10,118	24,704	28,515	26,281	3,3877	8,429	13,41	27,842	30,779	19,029
Legitimidad Cognitiva	1,826	51,643	25,099	14,717	5,256	3,022	1,9692	44,572	26,564	18,646	6,258	3,448
N	761						783					

En relación a la legitimidad del EEES el 34,228% de los alumnos consideran que la legitimidad del EEES es poca o muy poca. Por el contrario, tan sólo el 28,91% de los profesores evalúan de igual manera este aspecto. La mayor diferencia de ambos grupos, respecto a esta variable, se encuentra en casi el 40% de las evaluaciones de los profesores se sitúan sobre los 3 puntos, a diferencia de los alumnos que no superan el 31,290 %.

Respecto a la legitimidad pragmática, el 15,243% de los profesores otorgan una evaluación de 5 puntos frente al 10,856% de los alumnos. También existe una distribución de frecuencias dispar en relación a la legitimidad moral, donde el 26,281% de los profesores la evalúan con 5 puntos frente al 19,029% de los alumnos. Sin embargo, esta tendencia en la que hay más profesores que alumnos que evalúan con la máxima puntuación, cambia cuando observamos las evaluaciones de la legitimidad cognitiva. Más de la mitad de los profesores (51,643%) evalúan con 1 punto esta dimensión de la legitimidad, frente al (44,572%) de los alumnos.

En la tabla 2.10 se analiza el efecto de las dimensiones de legitimidad, atendiendo a las fuentes de legitimidad, sobre la legitimidad del EEES. Observamos que, en ambas fuentes, las dimensiones de la legitimidad explican un porcentaje similar de la varianza de la legitimidad del EEES. No obstante, el ajuste realizado por el grupo de alumnos (0,385) es un poco mejor que el del grupo de profesores (0,342). El efecto que tiene la legitimidad pragmática sobre la legitimidad del EEES es mayor en el grupo de alumnos que en el de profesores. Por el contrario, la magnitud del efecto de la legitimidad moral sobre la legitimidad del EEES es mayor en el grupo de profesores que en el de alumnos. El efecto de la legitimidad cognitiva sobre la legitimidad del EEES no es significativo en el grupo de profesores pero sí en el grupo de alumnos, aunque en este último caso, el efecto sobre la legitimidad del EEES es muy pequeño.

Tabla 2.10: Análisis del efecto de las fuentes de interés sobre la legitimidad del EEES.

			Profesores	Sig.	Alumnos	Sig.
		R cuadrado corregida	0,342		0,385	
Beta	B4P1	Legitimidad Pragmática	0,415	0,000	0,494	0,000
Beta	B4P2	Legitimidad Moral	0,278	0,000	0,191	0,000
Beta	B4P3	Legitimidad Cognitiva	X	X	0,097	0,001

2.6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

2.6.1 Implicaciones científicas

Esta investigación se ha llevado a cabo con el propósito de analizar los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa (Suchman, 1995; Díez-Martín et al., 2010b), así como las relaciones entre las fuentes de legitimidad y su efecto sobre la legitimidad organizativa (Suchman, 1995; Zimmerman y Zeitz, 2002;). Son escasas las investigaciones empíricas en este campo. Este hecho se encuentra posiblemente motivado por uno de los continuos problemas de la legitimidad, su medición (Bozeman, 1993; Suchman, 1995). Para el análisis de esta investigación nos hemos fijado en la dimensión pragmática, moral y cognitiva de la legitimidad (Deephouse y Suchman, 2008).

Los resultados alcanzados en relación a la primera cuestión, los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa, sugieren que, la legitimidad del EEES depende significativa y positivamente de las dimensiones: pragmática, moral y cognitiva. Las tres dimensiones influyen positivamente sobre la legitimidad organizativa. Sin embargo el grado de influencia es dispar. Este dependería del tipo y la fuente de legitimidad.

Atendiendo a las dimensiones de legitimidad, la dimensión pragmática es la que ejerce una mayor influencia, de las tres dimensiones analizadas, sobre la legitimidad organizativa, en este sector. Las evaluaciones de las fuentes de legitimidad dan más valor a la ejecución de los objetivos del EEES que a la moralidad de los propios objetivos o incluso a la forma en que éstos se aplican. Estos resultados son congruentes con la propuesta de Suchman (1995: 587), quien consideraba que la mejor manera de obtener legitimidad es simplemente ajustarse y cumplir con lo que quiere el entorno.

Por otro lado, la dimensión moral también ejerce un efecto positivo y significativo sobre la legitimidad del EEES, aunque este es bastante menor que el ejercido por la legitimidad pragmática. El valor de las evaluaciones morales representa aproximadamente la mitad que el valor, o la influencia de las evaluaciones pragmáticas. Respecto a la dimensión cognitiva, ejerce un grado de influencia muy pequeño sobre la legitimidad del EEES. Incluso para alguna de las fuentes de legitimidad, la influencia sobre la legitimidad del EEES no llega a ser significativa. En este sentido, la comunidad universitaria considera más importante que se cumplan e implanten los objetivos, sin importar los métodos o procedimientos utilizados para su ejecución. Esto puede venir motivado porque las evaluaciones de legitimidad se han realizado únicamente sobre universidades públicas, cuyo objetivo no es tanto los beneficios económicos sino la satisfacción de la comunidad. Quizás también pueda ser debido a que la comunidad considera que el sistema burocrático de las universidades públicas es el que debe aplicarse, o incluso no conocen otro mejor.

En relación a las fuentes de legitimidad, los resultados reflejaron que las evaluaciones de la comunidad universitaria son dispares entre sí y no pueden agregarse. Esta circunstancia ha sido ampliamente observada en la literatura (ver Deephouse y Suchman, 2008). Es decir, para este sector, se hace necesario medir la legitimidad organizativa otorgada por cada una de las fuentes de legitimidad por separado. Estos resultados eran esperados teniendo en cuenta la

disparidad existente entre los grupos de la comunidad universitaria, por ejemplo respecto a la formación, cultura, diferencia de edad, etc.

En este sector, la influencia de las evaluaciones de grupos de la comunidad sobre los distintos tipos de legitimidad también es diferente. Para los alumnos, el efecto de la legitimidad pragmática sobre la legitimidad del EEES es mayor que para los profesores. Al contrario de lo que ocurre sobre el efecto de la legitimidad moral. Una posible explicación consiste en que los alumnos tienen una visión más cortoplacista de la educación superior que los profesores, y para ellos sea más importante la ejecución de los objetivos que su deseabilidad, pues en cuatro o cinco años dejarán la educación superior.

2.6.2 Implicaciones gerenciales

Son varias las implicaciones gerenciales que se desprenden de esta investigación. En el caso específico del EEES, los gobiernos y las universidades podrían centrar sus esfuerzos para conseguir una mayor aceptación de este Proceso, por la sociedad y la comunidad universitaria, con acciones dirigidas a ganar legitimidad pragmática. Las propuestas de Suchman (1995), podrían servir para planificar una estrategia de estas características. Este autor propone tres tipologías de estrategias organizativas, en la misma línea que Ashforth y Gibbs (1990), dirigidas tanto para ganar legitimidad, como para mantenerla e incluso recuperarla. Los beneficios de desarrollar acciones estrategias para ganar legitimidad han sido demostrados por autores como Elsbach y Sutton (1992), Alcantara et al. (2006) y Tornikoski y Newbert (2007). Las organizaciones no son simplemente elementos pasivos en el proceso de legitimación, sino que pueden trabajar activamente para influenciar y manipular las percepciones de su entorno (Oliver, 1991).

En este sentido, Suchman (1995) considera que las acciones que sirven para obtener legitimidad pragmática pueden necesitar un menor esfuerzo y, por lo

tanto, serían más fáciles de ejecutar. Sin embargo, también establece que las acciones que sirven para la adquisición de legitimidad moral serían menos manipulables y más duraderas en el tiempo, aunque requerirían un mayor esfuerzo para su ejecución. De este modo, si lo importante para el EEES consiste en obtener un mayor grado de legitimidad, de forma rápida, lo más recomendable sería desarrollar acciones para conseguir legitimidad pragmática. Sin embargo, si el objetivo consiste en la obtención de legitimidad, de forma sostenida en el tiempo, sería más recomendable emplear los esfuerzos de la organización en desarrollar acciones para ganar legitimidad moral.

2.6.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación

Los resultados de este estudio deben interpretarse con cautela y considerarse como aproximaciones, hasta que puedan ser confirmados con nuevos estudios empíricos. A pesar de los resultados alcanzados y la utilidad de sus implicaciones, el estudio presenta varias limitaciones que sugieren áreas para futuras investigaciones.

En primer lugar, nuestro estudio se ha centrado sobre un proceso institucional muy específico que presenta unas particularidades especiales. Nuestros resultados podrían aplicarse para este tipo de procesos institucionales, especialmente en aquellos pertenecientes a ámbitos públicos y también académicos. No obstante, este tipo de procesos es similar a otros. Por ejemplo, una gran parte de los procesos desarrollados desde el Gobierno de la Unión Europea o incluso provenientes de otros ámbitos gubernamentales. Por lo tanto, nuestro estudio podría generalizarse a la Teoría Institucional. En el futuro, nuevas investigaciones podrían comparar los resultados aquí obtenidos con los de universidades de otros países, o incluso con las universidades privadas de la CAM

A su vez, los datos utilizados para analizar las variables del estudio provienen

únicamente de dos grupos de la comunidad universitaria. No se ha podido tener en cuenta las opiniones del personal de administración y servicios, por lo que el análisis de la legitimidad queda incompleto. Futuros estudios deberían utilizar datos teniendo en cuenta todos los grupos de interés de la organización.

Por último, futuros estudios podrían comprobar si las fuentes de legitimidad de otros sectores de legitimidad también muestran evaluaciones dispares. Otras investigaciones podrían comprobar si las estrategias para ganar legitimidad pragmática son más útiles que las estrategias para ganar legitimidad moral, en este sector. También, al igual que Suchman (1995), consideramos que deberían realizarse perfiles de legitimidad de cada sector, para poder compararlos entre sí. A su vez, estos perfiles podrían realizarse periódicamente y así poder realizar estudios longitudinales del sector.

2.7 BIBLIOGRAFÍA

Abrahamson, E., y Fairchild, G. (1999). Management fashion: Lifecycles, triggers, and collective learning processes. *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 708–740.

Alcantara, L; Mitsuhashi, H. y Hoshino, Y. (2006). Legitimacy in international joint ventures: It is still needed. *Journal of International Management*, 12, 4, pp. 389-407.

Aldrich, H. E. (1995). Entrepreneurial strategies in new organizational populations, en I. Bull, H. Thomas y G. Willard (Eds.) *Entrepreneurship: Perspectives on theory building*: pp. 91-108. New York: Elsevier.

Aldrich, H. y Fiol, C. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 4, pp. 645-670.

Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimization. *Organization Science*, 1, 2, pp. 177-194.

Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment.

- Academy of Management Journal*, 47, 1, pp. 93-103.
- Baum, J. A. C., y Powell, W. W. (1995). Cultivating an institutional ecology of organizations: Comment on Hannan, Carroll, Dundon, and Torres. *American Sociological Review*, 60, pp. 529–538.
- Bozeman, B. (1993). Understanding the roots of publicness, en Sutton, B. (Ed), *The legitimate corporation*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Carroll, G. R., y Hannan, M. T. (1989). On using institutional theory in studying organizational populations. *American Sociological Review*, 54, pp. 545–548.
- Cohen, B. D., y Dean, T. J. (2005). Information asymmetry and investor valuation of IPOs: Top management team legitimacy as a capital market signal. *Strategic Management Journal*, 26, pp. 683–690.
- Comunidad de Madrid (2010) Estudio del proceso de ingreso y matriculación en las universidades de la Comunidad de Madrid 2009 -2010. Informe del Área de Documentación, Programación y Estadística.
- Deeds, D. L., Mang, P. Y., y Frandsen, M. L. (2004). The influence of firms' and industries' legitimacy on the flow of capital into hightechnology ventures. *Strategic Organization*, 2, 1, pp. 9–34.
- Deeds, D. L.; Mang, P. y Frandsen, M. (1997). The quest for legitimacy: A study of biotechnology IPO's. *Congreso Anual de la Academy of Management*, Boston.
- Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*, 39, 4, pp. 1024-1039.
- Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42, 2, pp. 329-360.
- Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, en Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. y Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010a). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, 3, pp. 127-143.
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010b). Medición de la legitimidad organizativa. El caso de las sociedades de garantía recíproca.

- Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 43, 2, pp. 115-143.
- Dornbush, S.M. y Scott, W.R. (1975). *Evaluation and the Exercise of Authority*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Elsbach, K. y Sutton, R. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of management Journal*, 35, 4, pp. 699-738.
- Galaskiewicz, J. 1985. Interorganizational relations. *Annual Review of Sociology*, 11, pp. 281–304.
- Garland, R. (1991). The mid-point on rating scale: is it desirable? *Marketing Bulletin*, 2, 1, pp. 66-77
- Hannan, M. T., Dundon, E. A., Carroll, G. R., y Torres, J. C. (1995). Organizational evolution in a multinational context: Entries of automobile manufacturers in Belgium, Britain, France, Germany, and Italy. *American Sociological Review*, 60, pp. 509–528.
- Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1992). *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.
- Harris, S. G. (1994). Organizational culture and individual sensemaking - a schema-based perspective. *Organization Science*, 5, 309-321.
- Higgins, M. C., y Gulati, R. (2003). Getting off to a good start: The effects of upper echelon affiliations on underwriter prestige. *Organization Science*, 14, pp. 244–263.
- Higgins, M. C., y Gulati, R. (2006). Stacking the deck: The effects of top management backgrounds on investor decisions. *Strategic Management Journal*, 27, 1, pp. 1–25.
- Human, S. E. y Provan, K. G. (2000). Legitimacy building in the evolution of small-firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*, 45, 2, pp. 327-365.
- Hybels, R. (1995). On legitimacy, legitimation, and organizations: A critical review and integrative theoretical model, *Academy of Management Journal*, Special Issue: Best Papers Proceedings, pp. 241 - 245.
- Jepperson, R. L. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism, en W. W. Powell, y P. J. DiMaggio (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational*

- Analysis*, pp. 143–163. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Johnson, C. (2004). Introduction: Legitimacy processes in organizations, en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 1–24. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Komorita, S.S. (1963). Attitude content, intensity, and the neutral point on a Likert scale, *The Journal of social Psychology*, 61, pp 327-334
- Lamertz, K., y Baum, J. A. C. (1998). The legitimacy of organizational downsizing in Canada: An analysis of explanatory media accounts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 15, pp. 93–107.
- Low, B. y Johnston, W. (2008). Securing and managing an organizations network legitimacy: The case of Motorola China. *Industrial Marketing Management*, 37, 7, pp. 873-879.
- Merry, S. E. (1988). Legal pluralism. *Law & Society Review*, 22, pp. 869–896.
- Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 2, pp. 340–363.
- Meyer, J. W., y Scott, W. R. (1983). Centralization and the legitimacy problems of local government, en J. W. Meyer, y W. R. Scott (Eds.), *Organizational Environments: Ritual and Rationality*, pp. 199–215. Beverly Hills, CA: Sage.
- Miles, R. H. (1982). *Coffin Nails and Corporate Strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Ministerio de Educación (2011), *Tablas estadísticas sobre el Personal Universitario*, último acceso 08 de Marzo de 2012 <http://www.educacion.gob.es/educacion/universidades/estadisticas-informes/estadisticas/personal-universitario.html>
- Oliver, A. L. (2001). Strategic alliances and the learning life-cycle of biotechnology firms. *Organization Studies*, 22, pp. 467–489.
- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16, 1. pp. 145–179.
- Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL.: Free Press.
- Pfeffer, J., y Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: A*

- Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
- Pollock, T. G., y Rindova, V. P. (2003). Media legitimation effects in the market for initial public offerings. *Academy of Management Journal*, 46, pp. 631–642.
- Ruef, M. y Scott, R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments, *Administrative Science Quarterly*, 43, 4, pp. 877-904
- Rutherford, M. W. y Buller, P. F. (2007). Searching for the legitimacy threshold. *Journal of Management Inquiry*, 16, 1, pp. 78-92.
- Strang, D., y Soule, S. A. (1998). Diffusion in organizations and social movements: From hybrid corn to poison pills. *Annual Review of Sociology*, 24, pp. 265–290.
- Suchman M. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20, 3, pp. 571-610.
- Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it? A theoretical framework for measuring attitudes toward the legitimacy of environmental sustainability, *Business Strategy and the Environment*. 14, 3, pp. 186-197.
- Tolbert, P. S. y Zucker, L. G. (1983). Institutional source of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. 28, 1, pp. 22-39.
- Tornikoski, E.T. y Newbert, S.L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective. *Journal of Business Venturing*. 22, 2, pp. 311-335.
- Wezel, F. C. (2005). Location dependence and industry evolution: Founding rates in the United Kingdom motorcycle industry, 1895–1993. *Organization Studies*, 26, pp. 729–754.
- Worcester, R.M. y Burns, T.E. (1975). A statistical examination of the relative precision of verbal scales, *Journal of the Market Opinion Research International*, 17, 3, pp.181-197.
- Zimmerman, M., Zeitz, G. (2002). Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*. 27, 3, pp. 414-31.

CAPITULO III

**EL PERFIL DE LEGITIMIDAD DEL EEES
EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE
LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE
MADRID**

EL PERFIL DE LEGITIMIDAD DEL EEES EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

3.1. INTRODUCCIÓN

Con la publicación “Managing legitimacy: strategic and institutional approaches” (Suchman, 1995), su autor propone un conjunto de líneas de investigación relacionadas con la gestión de la legitimidad. Una de ellas consiste en la elaboración de perfiles de legitimidad por sectores. Para este autor, este tipo de perfiles tendría como objetivo encontrar los factores críticos de legitimación para las organizaciones del sector analizado. Con este tipo de análisis podrían ajustarse estrategias para ganar, mantener o recuperar la legitimidad. También podrían establecerse comparaciones entre sectores diferentes. Además, el perfil de legitimidad de un sector podría servir para analizar la relación entre los objetivos de las organizaciones del sector y su legitimidad. Es decir, para conocer la implantación de objetivos que otorgan legitimidad pragmática, moral o cognitiva. También se podrían establecer una clasificación de legitimidad entre las organizaciones del sector.

El objetivo de esta investigación consiste en ampliar los conocimientos sobre el perfil de legitimidad de un sector, el EEES. En este sentido nos preguntamos, ¿cuáles son los rasgos peculiares que caracterizan la legitimidad del EEES? No hemos encontrado investigaciones que analicen esta cuestión, aunque sí hemos encontrado investigaciones como la de Suchman (1995) donde se manifiesta la necesidad de investigar los perfiles de legitimidad sectoriales.

La estructura del artículo será la siguiente. Comenzamos con una revisión de la literatura donde exponemos cómo hacer operativa la legitimidad. A continuación describimos la metodología utilizada, donde se detalla la muestra, variables y métodos utilizados para el análisis de datos. Por último, describimos los resultados alcanzados por la investigación y discutimos sus conclusiones e implicaciones, formulando futuras líneas de investigación que se desprenden del estudio.

3.2. CÓMO HACER OPERATIVA LA LEGITIMIDAD

La legitimidad no puede observarse directamente. Ésta reside en el comportamiento de los actores sociales, los cuales pueden o no ser conscientes del papel que juega la legitimidad en sus procesos de pensamiento y toma de decisión. Sin embargo, los investigadores han intentado medir la legitimidad usando varias medidas indirectas o aproximaciones relacionadas con las fuentes de legitimidad (DiMaggio y Powell, 1983; Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995; Hunt y Aldrich, 1996).

Thomas (2005) identifica la legitimidad como un constructo psicológico multidimensional formado por dos dimensiones, locus referencial y criterios de evaluación o tipos de legitimidad. El modelo de medición que propone Thomas surge de los estudios de Harris (1994) y Dornbush y Scott (1975) (dimensión del locus referencial), junto con el estudio de Suchman (1995) (dimensión criterios de evaluación). Thomas (2005) considera de forma conjunta, y no por separado, ambas dimensiones de la legitimidad, las cuales relaciona generando una nueva escala. La propuesta de Thomas (2005) se encuentra realmente formada por factores concebidos anteriormente en otras investigaciones. Este autor pone en común los conceptos utilizados hasta el momento, relacionándolos en un modelo conjunto. Por todo ello, consideramos que la propuesta metodológica de Thomas es suficientemente acertada, porque relaciona conceptos que han sido

formulados y utilizados en otros trabajos sobre legitimidad, fusionándolos en un mismo modelo.

La primera dimensión se encuentra relacionada con el locus referencial del imperativo de legitimación, ya sea interno o externo a la persona. Esta dimensión se alcanzaría mediante una combinación de corrección y validez (Dornbush y Scott, 1975). La segunda dimensión la conforman los criterios de evaluación o tipos de legitimidad que contribuyen, conscientemente o no, a la aparición de distintas percepciones de legitimidad. Estos criterios de evaluación o tipos de legitimidad son el pragmático, moral y cognitivo (Suchman, 1995).

La corrección hace referencia a la percepción o creencia de que una acción es deseable, correcta y apropiada según los criterios de evaluación individuales. La validez se refiere a las creencias de los individuos de que están obligados a responder a la presión social realizando acciones que se ajusten a las políticas y normas sociales, incluso en ausencia de una sensación personal de corrección. La validez se consigue mediante: la autorización de los individuos que poseen autoridad y el respaldo de los compañeros que apoyan una determinada acción (Thomas, 2005).

Cualquier sensación personal de que una determinada situación es legítima, desde el punto de vista de la corrección, puede fortalecerse mediante el respaldo y la autorización o puede atenuarse si carece de respaldo y autorización (Walker y Zelditch, 1993; Hegtvedt y Johnson, 2000). Se ha demostrado que existen menos probabilidades a la hora de desafiar las normas de una organización, aunque estas parezcan injustas o incorrectas, si las normas recibieron autorización y respaldo, es decir validación. Por otro lado, las personas que cumplen con las expectativas sociales en respuesta a una validez externa tienden posteriormente a aumentar el grado de corrección que confieren a sus comportamientos adoptados (Thomas et al., 1986). Esta evidencia empírica sugiere que, a fin de evaluar la legitimidad de una determinada política o actividad, se debe considerar tanto las actitudes personales respecto a lo

apropiado de una acción, es decir, su corrección, como las percepciones de las actitudes de los pares y figuras de autoridad, es decir, su validez.

Los criterios de evaluación o tipos de legitimidad (pragmático, moral y cognitivo) suponen una percepción generalizada de que las actividades organizativas son deseables, apropiadas y correctas dentro de un sistema social de normas, valores, creencias y definiciones. Sin embargo, cada una de estas dimensiones reside en distintas dinámicas de comportamiento.

La legitimidad pragmática descansa sobre los intereses del entorno específico de la organización. Las organizaciones mantienen relaciones directas con su entorno directo, relaciones que pueden llegar a convertirse en auténticas relaciones de poder, donde algunos grupos externos son capaces de conseguir un gran poder sobre la organización. (Suchman, 1995). Los grupos de presión apoyan a la organización no porque ésta alcance grandes metas, como una gran facturación, sino porque observan que la organización está siendo receptiva a los intereses de éstos grupos. En este caso, la organización intenta que sus políticas y objetivos sean evaluadas positivamente por el entorno específico, especialmente sus grupos de presión, generándose una relación materialista de poder y dependencia. Para este tipo de audiencia, la receptividad de la organización a sus intereses es más importante que la obtención de grandes beneficios. Apoyan las acciones de la organización pues la consideran como una persona que demuestra y comparte sus intereses, valores, creencias y que es honesta, deseable, auténtica y fiable.

El segundo tipo de legitimidad, la moral, refleja una evaluación normativa positiva de la organización y sus actividades (Parsons, 1960; Aldrich y Fiol, 1994). A diferencia de la pragmática, la moral no descansa en juicios sobre si un determinado tipo de acción beneficia al evaluador, sino sobre si un determinado tipo de acción “es lo que hay que hacer”. La legitimidad moral generalmente se analiza evaluando si los outputs, las técnicas, procedimientos y la estructura organizativa utilizados para alcanzar los objetivos (Scott, 1977; Scott y Meyer,

1991) son los apropiados. Cualquier organización puede llegar a identificarse como “la organización más adecuada para hacer un trabajo”, sin embargo, esa sensación de adecuación tiene que ver más con la imagen de la organización, desde un punto de vista pragmático, que con la adecuación de su experiencia y competencias para realizar el trabajo.

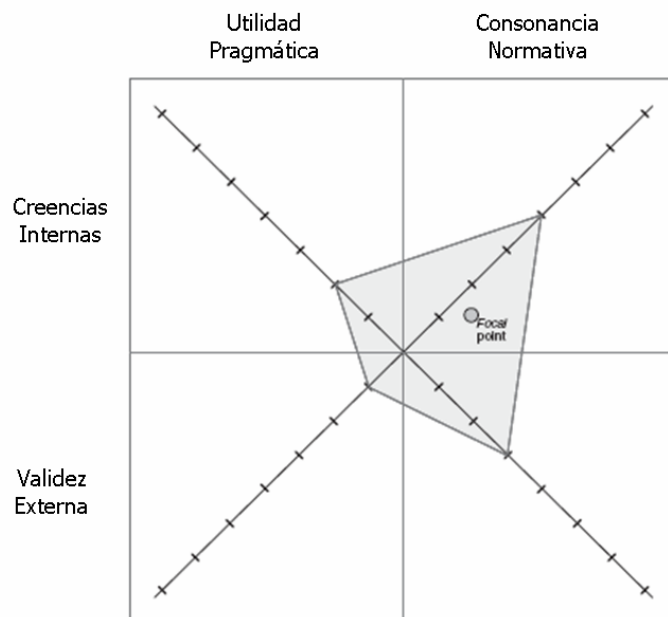
Generalmente las preocupaciones morales son más resistentes a la manipulación que las consideraciones meramente pragmáticas. Este tipo de legitimidad es más difícil de alcanzar, pero, por el contrario, es menos manipulable y más fuerte que la legitimidad pragmática (Suchman, 1995).

El tercer criterio, la legitimidad cognitiva, se corresponde con acciones que simplifican o ayudan a dar sentido a la toma de decisiones y, por lo tanto, ayudan a la solución de los problemas. La legitimidad cognitiva viene derivada de tomar como propio el sistema de creencias, formulado por profesionales y científicos, donde se especifica y codifica el conocimiento, dando por sentado supuestos que aportan un marco de actuación para las rutinas diarias y también para las más especializadas (Scott, 1994). En un sentido amplio, la legitimidad cognitiva indica cómo ver el mundo y qué acciones son efectivas. Una organización demuestra su deseabilidad y aceptación comprometiéndose y desarrollando métodos, modelos, prácticas, supuestos, conocimiento, ideas, realidades, conceptos, pensamientos y otros, que están ampliamente aceptados y considerados útiles y deseables en el entorno donde opera (Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995; Hunt y Aldrich, 1996; Zimmerman y Zeit, 2002), es decir, desarrolla actividades que ayudan a simplificar los procesos de decisión, consiguiendo que las decisiones sean mejores y más racionales. Se trata de un tipo de legitimidad fundamentada en el conocimiento, más que en el interés o la evaluación (Aldrich y Fiol, 1994).

No obstante, el propio Thomas (2005) simplifica esta forma de medir la legitimidad, donde se utilizarían las tres dimensiones del locus referencial y las tres dimensiones de la legitimidad, hasta alcanzar una matriz dos por dos,

reduciendo el número de categorías relevantes de cada dimensión. Sobre el locus referencial sugiere que el respaldo y la autorización se pueden incorporar en una sola categoría de validación externa. Sobre los criterios o tipos de legitimidad apunta que se puede prescindir del aspecto cognitivo, pues es raro encontrar empresas que consideren lo cognitivo como un componente reconocido y aceptado para la toma de decisiones. De este modo, este autor propone que si se utiliza una encuesta con preguntas para cada categoría de legitimidad, puntuadas mediante una escala Likert, los resultados podrían plasmarse sobre un gráfico radial (figura 3.1), de forma que la superficie total del polígono podría considerarse como un indicador de la legitimidad.

Figura 3.1.- Resultados de los componentes de la legitimidad, legitimidad general y punto focal.



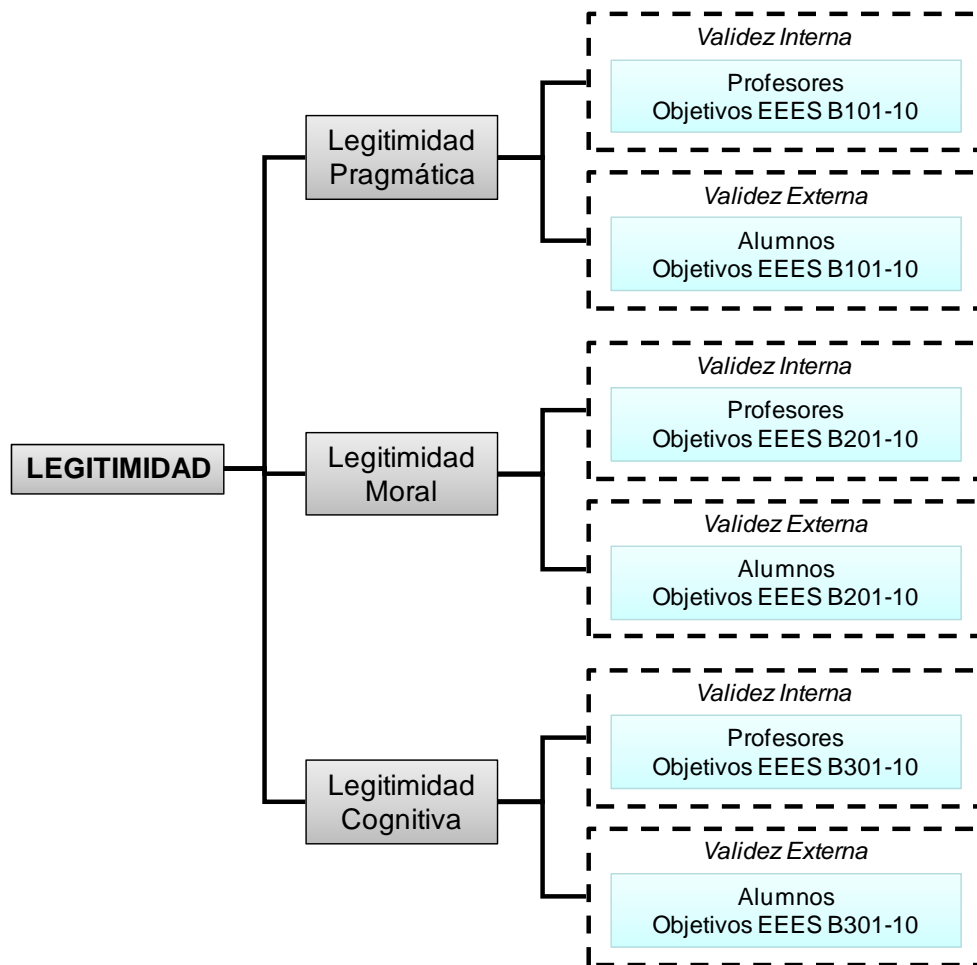
Fuente: Thomas (2005), págs. 193.

Sin embargo, y para no perder representatividad, cualquier estudio empírico sobre la legitimidad debería contener todas sus variables.

3.3. METODOLOGÍA

Sabemos que la legitimidad organizativa viene determinada, en parte, por las distintas tipologías de legitimidad. Éstas dependerán de las dinámicas de comportamiento de la sociedad a la hora de considerar la deseabilidad y aceptabilidad de los objetivos y actuaciones de una organización. Además, también conocemos que el efecto de las fuentes de legitimidad sobre la legitimidad de la organización es variable, según la fuente que otorga legitimidad. Estos conocimientos nos conducen al modelo propuesto en la figura 3.2, para analizar el perfil de legitimidad del EEES

Figura 3.2: Modelo de medición de la legitimidad



Consideramos que la legitimidad organizativa, en este caso la legitimidad del EEES, viene determinada por las distintas dimensiones que la componen. En nuestro caso utilizamos las dimensiones de legitimidad propuestas por Suchman (1995): legitimidad pragmática, moral y cognitiva. A su vez, las dimensiones de legitimidad vendrán determinadas por la aceptabilidad y deseabilidad de los objetivos del EEES, atendiendo a las distintas dinámicas de comportamiento de la sociedad. Es decir, la aceptabilidad de los objetivos del EEES, desde una dinámica pragmática, supondrá la evaluación de la dimensión pragmática del EEES. De igual manera, la evaluación de los objetivos desde una dinámica moral o cognitiva permitirá analizar estas dimensiones. Estas evaluaciones serán realizadas por las fuentes de legitimidad, los miembros de la comunidad universitaria.

3.3.1 Escenario de la investigación: sujeto de legitimidad

El escenario de esta investigación se desarrolla en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), también conocido como European High Educational Area (EHEA) o Plan Bolonia. Consideramos este escenario de investigación porque el EEES representa un proceso de institucionalización. Es la plasmación de la institucionalización de la educación en Europa. En este sentido, Johnson (2004) considera que los procesos, prácticas, servicios, programas, pueden ser sujetos de legitimidad.

Por otra parte, los procesos de institucionalización han sido ampliamente estudiados por la Teoría Institucional (Meyer y Rowan, 1977). Uno de los elementos clave para el éxito de los procesos institucionales se encuentra en la legitimidad de sus acciones. Suchman (1995) llega a sugerir que la institucionalización y la legitimización de las organizaciones son sinónimos. Es decir, para que una organización llegue a convertirse en una institución, deberá legitimarse. Nosotros, consideramos que la legitimidad o grado de aceptación del EEES es un elemento determinante para su institucionalización.

Deephouse y Suchman (2008) señalan que la legitimidad de un sujeto de orden superior, como la legitimidad de una nueva empresa, podría evaluarse a través de la legitimidad de sus procesos, sus productos, su estructura o su equipo de dirección. Nosotros analizaremos la legitimidad del EEES a través de uno de los componentes fundamentales de su estructura, las universidades. Con ello, acotamos el estudio a una región de España. La tabla 3.1 muestra la ficha técnica del proceso metodológico, donde se recogen las características del estudio.

Tabla 3.1: Ficha Técnica

Universo	Comunidad Universitaria perteneciente a las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid (España)			
Unidad muestral	Profesores	17086	Alumnos	34756
Muestra	Profesores	761	Alumnos	783
Error muestral (95%)	Profesores	3,469	Alumnos	3,460
Número de encuestas	Profesores	761	Alumnos	783
Método de recogida de información	Encuesta personal			
Procedimiento de muestreo	Muestreo aleatorio			
Ámbito geográfico	Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid (España)			
Periodo de recogida de la información	Del 01 de Octubre de 2011 al 22 de Diciembre de 2011			

3.3.2 Universo poblacional: fuentes de legitimidad

Ruef y Scott (1998) señalan que las fuentes de legitimidad de las organizaciones se encuentran en sus grupos internos y externos. Las universidades son instituciones donde residen distintos grupos de interés, la comunidad universitaria. Los grupos de interés de las universidades públicas Españolas se encuentran representados en sus Claustros. Éstos constituyen el máximo órgano de representación de la comunidad universitaria y se componen por: profesores, alumnos y personal de administración y servicios (PAS). Siguiendo

esta fundamentación, la comunidad universitaria representa la fuente de legitimidad de cada universidad. El análisis de la composición de estos grupos permite diferenciar entre grupos que otorgarían validez interna (profesores y PAS) y validez externa (alumnos), a las actividades del EEES. Respecto al grupo de alumnos, éste sólo estaría formado por alumnos de Grado, que son aquellos que se encuentran inmersos en el Proceso de Bolonia.

Nuestro universo estaría formado por la comunidad universitaria de las seis universidades públicas de la CAM, a saber: Universidad Complutense, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Alcalá, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Carlos III y Universidad Rey Juan Carlos.

Sin embargo, en esta investigación no fue incluido el grupo de la comunidad universitaria formado por el personal de administración y servicio. Fueron varios los motivos que nos llevaron a esta forma de proceder. En primer lugar, una vez iniciado el proceso de recogida de información, y tras varios intentos de obtener respuestas por parte del PAS, nos encontramos ante respuestas como “esto...(el proceso Bolonia),,, no es algo del PAS sino únicamente de los profesores”, “no estoy interesado porque no es algo mío”, “no me afecta, por lo que no respondo el cuestionario” (PAS de la Universidad Autónoma de Madrid). En este sentido observamos que, aunque el PAS compone un grupo de interés de las universidades, sin embargo no se sienten comprometidos ni interesados por el EEES. Al contrario de la descripción de fuentes de legitimidad propuesta por Ruef y Scott (1998: 880), este grupo no evalúa la legitimidad del EEES. Estas manifestaciones fueron corroboradas posteriormente preguntando a miembros del PAS de otras universidades como la Universidad Complutense o la Universidad Rey Juan Carlos. En segundo lugar, las dificultades para conseguir respuestas de este grupo universitario implicaban un incremento del 100% del presupuesto económico para la recopilación de datos, así como un incremento del tiempo de obtención de la información de 6 meses.

Además, también se eliminaron del estudio los alumnos de máster. La

problemática a la que nos enfrentamos con esta tipología de alumnos consistió en su escasa accesibilidad. Cuando se llevo a cabo el pretest, descubrimos que los alumnos de máster difícilmente se encontraban en clase y los pocos que se encontraron eran alumnos internacionales, mayoritariamente pertenecientes al programa Munde. Los alumnos Munde se caracterizaron por el poco interés hacia el EEES. Ante esta situación, el presupuesto de la obtención de datos también se veía incrementado entorno al 56% del previsto. Dichas circunstancias provocaron que se decidiese excluir del estudio a este subgrupo de alumnos.

Así el universo poblacional estaría compuesto por los profesores y alumnos de grado de las seis universidades (Tabla 3.2).

Tabla 3.2: Universo poblacional, desglosado en alumnos de grado y profesores.

UNIVERSIDAD	ALUMNOS	PROFESORES
ALCALA	2531	1726
AUTONOMA	4677	2427
CARLOS III	7483	1721
COMPLUTENSE	10312	6301
POLITECNICA	2156	3349
REY JUAN CARLOS	7597	1562
TOTAL	34756	17086

Fuente: Elaboración propia a partir del Estudio del proceso de ingreso y matriculación en las universidades de la Comunidad de Madrid 2009-2010 y de las Tablas estadísticas del Ministerio de Educación sobre Personal Universitario.

3.3.3 Muestra

El tamaño muestral utilizado en la investigación se especifica, desglosada por universidades, en la tabla 3.3. El error muestral para el conjunto de alumnos, con un nivel de significatividad del 95%, ha sido de 3,460, similar a la de los profesores 3,469.

Tabla 3.3: Muestra de la investigación, desglosada en alumnos de grado y profesores.

UNIVERSIDAD	ALUMNOS	PROFESORES
ALCALA	71	76
AUTONOMA	105	107
CARLOS III	165	80
COMPLUTENSE	228	277
POLITECNICA	47	151
REY JUAN CARLOS	167	70
TOTAL	783	761
error	3,460	3,469

3.3.4 Variables

A la hora de medir la legitimidad, o alguna de sus dimensiones, existen estudios que han utilizado el análisis de contenido de prensa escrita (p.ej. Bansal y Clelland, 2004; Barreto y Baden-Fuller, 2006; Li, Yu y Yue, 2007). El análisis de contenido de la prensa se considera una herramienta adecuada para conocer la opinión de la sociedad pues influye y refleja los valores de una cultura (Dowling y Pfeffer, 1975). Sin embargo, no todas las organizaciones de un determinado sector consiguen noticias, positivas o negativas, en prensa. Es más, generalmente son muy pocas las organizaciones que logran noticias en la prensa, sin que por ello, el resto, dejen de poseer legitimidad. De hecho, en estas investigaciones se eliminan del estudio las organizaciones que no han obtenido ninguna noticia en prensa. La muestra inicial de la investigación desarrollada por Bansal y Clelland (2004), sobre legitimidad medioambiental y el riesgo específico, incluía 268 organizaciones de las que tuvieron que excluir a 168, quedándose únicamente con 100, por no existir artículos de estas organizaciones en el Wall Street Journal. Estos autores consideran una limitación la forma en que han medido la legitimidad medioambiental. Quizás, hubieran podido generalizar los resultados de su investigación utilizando otras herramientas para medir la legitimidad como las entrevistas estructuradas o los cuestionarios.

En este sentido, existen estudios que han medido la legitimidad mediante otro tipo de herramientas. Por ejemplo, autores como Fombrun y Shanley (1990) han medido aspectos teóricamente relacionados con la legitimidad de las empresas (la reputación), mediante la utilización de una combinación de herramientas, tanto bases de datos como cuestionarios dirigidos a directivos expertos en el sector, donde se les pedía que clasificaran las empresas conforme a distintos atributos. También Human y Provan (2000), Rutherford y Buller (2007) o Low y Johnston (2008) han utilizado el análisis de entrevistas semi-estructuradas a fundadores y/o directivos de organizaciones para medir la legitimidad. Esta forma de conocer la legitimidad es posible, pues la legitimidad la proporciona la forma de operar que tiene una organización en relación a los valores de la sociedad donde actúa y, precisamente, son los gestores y fundadores de ésta quienes mejor conocen la cultura de la organización, sus hábitos, rutinas y formas de proceder. Por todo ello, consideramos que las técnicas de evaluación de la actitud, como las encuestas, entrevistas o simulaciones en laboratorios, pueden utilizarse para determinar las dimensiones de la legitimidad (Thomas, 2005). En nuestro caso, la recogida de información se realizó mediante una encuesta dirigida a todo el marco poblacional.

Esta forma de medir presenta similitudes con la técnica del análisis de contenidos, utilizada por otros autores (Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Deephouse y Carter, 2005). En lugar de analizar las noticias de periódicos y clasificarlas en positivas y negativas, en nuestro caso, al igual que otras investigaciones (Human y Provan, 2000; Rutherford y Buller, 2007; Low y Johnston, 2008), preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad utilizando una escala de medición de cinco puntos.

-Legitimidad de los objetivos del EEES

Los objetivos del EEES han sido elaborados durante las distintas reuniones ministeriales que vienen celebrándose desde 1999, iniciadas con la Declaración

de Bolonia. La evolución del Proceso también ha provocado la evolución y variación de los objetivos. El resultado final ha sido el establecimiento de unos objetivos comunes, a saber: 1) dimensión social, 2) formación continua, 3) empleabilidad, 4) aprendizaje centrado en el estudiante, 5) movilidad, 6) financiación, 7) marco de cualificaciones y estructura de los estudios, 8) reconocimiento, 9) transparencia y 10) mecanismos de control y calidad (European Union, 2009). Aunque estos objetivos parecen claros y concisos, las acciones para ejecutarlos han sido múltiples y dispares, no sólo entre los distintos países que conforman el EEES, sino incluso entre las instituciones de un mismo país.

Medimos la legitimidad de los objetivos del EEES preguntando a alumnos y profesores de las universidades de la CAM, sobre cada uno de los objetivos. Al preguntar a las fuentes de legitimidad internas (profesores) y externas (alumnos), estamos buscando las evaluaciones de la legitimidad que otorgarían validez interna y externa a los resultados de la investigación (Dornbush y Scott, 1975). En este sentido, las preguntas fueron formuladas desde las tres dimensiones de legitimidad utilizadas en esta investigación (pragmática, moral y cognitiva). Thomas (2005) propone un modelo de medición similar, donde se tienen en cuenta las fuentes de legitimidad junto con las dimensiones de legitimidad. Sin embargo, a diferencia de este autor quién agrupa las dimensiones de legitimidad en dos. Nosotros utilizamos las tres dimensiones de legitimidad propuestas por Suchman (1995).

De este modo, se crearon tres bloques de preguntas sobre la legitimidad de los objetivos del EEES. Para cuantificar estas medidas preguntamos directamente a las fuentes de legitimidad, utilizando una escala de medición de cinco puntos tipo Likert.

-Legitimidad pragmática de los objetivos del EEES

El primer bloque de indicadores (B1P01-10) se utilizó para medir la legitimidad pragmática de los objetivos del EEES (tabla 3.4). Con él pretendíamos medir la deseabilidad de cada uno de los objetivos del EEES. Este bloque de indicadores pretendía conocer las consecuencias prácticas que el EEES estaba teniendo sobre la comunidad universitaria. Suchman (1995) considera que los grupos de interés mostrarán su apoyo y conformidad a una organización cuando observen que la organización es receptiva a los intereses particulares de su grupo. En nuestro caso, la comunidad universitaria mostrará su apoyo al EEES cuando observen que éste es receptivo sus intereses y sus consecuencias prácticas sean eficaces y les proporcionen valor.

El análisis factorial exploratorio, de la escala utilizada para medir la legitimidad pragmática de los objetivos del EEES, muestra que las variables de medida utilizadas eran adecuadas para el estudio. No fue necesario eliminar ninguna de las variables que componían el Bloque 1 del cuestionario. La fiabilidad de la escala es superior a los valores mínimos exigidos ($>0,70$) en la literatura (Nunnally y Bernstein, 1994). Además, ningún indicador de la escala obtiene valores inferiores a 0,50. Por otra parte, el análisis de fiabilidad de la escala (Alfa de Cronbach: 0,890) alcanzó los mínimos recomendados por la literatura cuando se desarrollan escalas por primera vez (Hair et al., 2006).

Tabla 3.4: Análisis factorial exploratorio de la legitimidad pragmática de los objetivos del EEES.

	LEGITIMIDAD PRAGMÁTICA	Factor 1
B1P01	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	,585
B1P02	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	,729
B1P03	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	,689
B1P04	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	,712
B1P05	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	,668
B1P06	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	,748
B1P07	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con la de los demás países europeos	,749
B1P08	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	,736
B1P09	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	,716
B1P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	,754
	%Varianza acumulado	50,444
	Alfa de Cronbach	0.890
	Número de ítems	10
	Prueba de esfericidad de Barlett χ^2	6029,579
	Índice KMO	0,919

-Legitimidad moral de los objetivos del EEES

El segundo bloque de indicadores (B2P01-10) se utilizó para observar la dimensión moral de los objetivos del EEES (tabla 3.5). Con ellos pretendíamos medir la opinión de la comunidad universitaria, sobre la corrección de cada uno de los objetivos del EEES. Es decir, sobre si este tipo de objetivos *son los que se deben tener* independientemente de su utilidad para la implantación del EEES.

Respecto al análisis factorial exploratorio, de la escala utilizada para medir la

legitimidad moral de los objetivos del EEES, muestra que las variables de medida utilizadas eran adecuadas para el estudio. No fue necesario eliminar ninguna de las variables que componían el Bloque 2 del cuestionario. La fiabilidad de la escala es superior a los valores mínimos exigidos (>0,70) en la literatura (Nunnally y Bernstein, 1994). Además, ningún indicador de la escala obtiene valores inferiores a 0,50. Por otra parte, el análisis de fiabilidad de la escala (Alfa de Cronbach: 0,910) alcanzó los mínimos recomendados por la literatura cuando se desarrollan escalas por primera vez (Hair et al., 2006).

Tabla 3.5: Análisis factorial exploratorio de la legitimidad moral de los objetivos del EEES.

	LEGITIMIDAD MORAL	Factor 1
B2P01	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	,702
B2P02	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	,733
B2P03	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	,709
B2P04	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	,702
B2P05	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	,746
B2P06	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	,780
B2P07	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con la de los demás países europeos	,769
B2P08	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	,807
B2P09	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	,765
B2P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	,735
	%Varianza acumulado	55,594
	Alfa de Cronbach	0,910
	Número de ítems	10
	Prueba de esfericidad de Barlett χ^2	7672,096
	Índice KMO	0,931

-Legitimidad cognitiva de los objetivos del EEES

Por último, los indicadores del tercer bloque (B3P01-10) fueron utilizados para medir la legitimidad cognitiva de los objetivos del EEES (tabla 3.6). Con estos indicadores queríamos medir la opinión, de las fuentes de legitimidad, sobre la forma de implantación de los objetivos del EEES. En concreto, si era posible ejecutar los objetivos de una forma mejor.

El análisis factorial exploratorio, de la escala utilizada para medir la legitimidad cognitiva de los objetivos del EEES, muestra que las variables de medida utilizadas eran adecuadas para el estudio. No fue necesario eliminar ninguna de las variables que componían el Bloque 3 del cuestionario. La fiabilidad de la escala es superior a los valores mínimos exigidos ($>0,70$) en la literatura (Nunnally y Bernstein, 1994). Además, ningún indicador de la escala obtiene valores inferiores a 0,50. Por otra parte, el análisis de fiabilidad de la escala (Alfa de Cronbach: 0,955) alcanzó los mínimos recomendados por la literatura cuando se desarrollan escalas por primera vez (Hair et al., 2006).

Tabla 3.6: Análisis factorial exploratorio de la legitimidad cognitiva de los objetivos del EEES.

	LEGITIMIDAD COGNITIVA	Factor 1
B3P01	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	,796
B3P02	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	,849
B3P03	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	,783
B3P04	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	,819
B3P05	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	,808
B3P06	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	,828
B3P07	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con la de los demás países europeos	,852
B3P08	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	,855
B3P09	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	,839
B3P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	,828
	%Varianza acumulado	68,240
	Alfa de Cronbach	0,948
	Número de ítems	10
	Prueba de esfericidad de Barlett χ^2	11812,899
	Índice KMO	0,955

3.3.5 Procedimiento de recogida de información

La recogida de información se realizó mediante cuestionario personal, entre el 01 de Octubre de 2011 al 22 de Diciembre de 2011. La encuesta se realizó tanto a alumnos como a profesores de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid. Se utilizó el mismo cuestionario para toda la comunidad universitaria. El cuestionario inicial se encuentra en el Anexo. Consta de 36 preguntas, 6 de identificación y 30 relacionadas con la legitimidad del EEES. Éstas últimas se dividieron en 3 bloques; 1) el primero para obtener información sobre la

legitimidad pragmática de los objetivos del EEES, 2) el segundo para obtener información sobre la legitimidad moral de los objetivos del EEES, 3) y el tercero sobre la legitimidad cognitiva de los objetivos del EEES.

Para obtener la información de las 34 variables relacionadas con la legitimidad se utilizaron escalas de intervalo, concretamente la escala de Likert de 5 puntos. Este tipo de escala es recomendable para medir actitudes y percepciones de los individuos. Entre otros motivos porque incluye un punto medio neutro (Komorita, 1963; Garland, 1991). Además permite homogeneizar los conceptos medidos, facilita la respuesta de los encuestados y mejora la fiabilidad de la información (Worcester y Burns, 1975).

El cuestionario inicial fue sometido a un primer pretest entre 6 profesores doctores expertos en la materia. Tres de la Universidad de Sevilla y tres de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Los expertos no señalaron ninguna sugerencia o modificación para el cuestionario. Seguidamente se realizó un segundo pretest, durante la tercera semana de Septiembre de 2011, entre profesores y alumnos de la Universidad de Alcalá de Henares, a fin de subsanar posibles problemas relativos a la formulación del mismo, como: problemas de comprensión de alguna variable, ambigüedades, redundancias, etc. Durante este proceso se analizó el Alfa de Cronbach de las escalas y todos superaron el valor mínimo exigido (todos los resultados fueron mayores a 0,7). Este segundo pretest se aplicó a 145 miembros de la comunidad universitaria de esta universidad. En función de los datos obtenidos no fue necesario modificar ninguna de las variables del cuestionario.

3.3.6 Análisis de los datos

El perfil de legitimidad del EEES se realizó utilizando el método del proceso analítico jerárquico -Analytic Hierarchy Process- (AHP), desarrollado por Saaty (1977, 1980). Se trata de una técnica de análisis multicriterio que permite la

solución de situaciones con múltiples criterios y agentes implicados, en escenarios de incertidumbre y riesgo. Con este método es posible organizar y evaluar varias alternativas para conseguir un objetivo siguiendo unos criterios determinados. Además, al ser una metodología no paramétrica, también permite trabajar con poblaciones pequeñas (6 Universidades). Esta herramienta ya ha sido empleada en investigaciones anteriores (Díez Martín et al., 2010b) para medir la legitimidad.

La ejecución de un AHP requiere el establecimiento de los siguientes pasos: a) crear un modelo de evaluación donde se especifiquen el objetivo que se desea alcanzar, los criterios a seguir y las alternativas para conseguirlo; b) establecer la importancia relativa de los criterios respecto al objetivo; y c) indicar la preferencia por las alternativas según los criterios considerados.

Previo a la aplicación del AHP decidimos analizar la existencia de desviaciones en las medias de las opiniones generadas por alumnos y profesores. Para ello llevamos a cabo un análisis de las varianzas, ANOVA (tabla 3.7). Los resultados de este análisis indicaron que tan sólo 4 de las 30 variables analizadas no eran significativas ($<0,05$). Como consecuencia de estos resultados podemos concluir que los grupos de la comunidad universitaria de las universidades públicas de la CAM (profesores y alumnos) muestran diferencias a la hora de evaluar la legitimidad del EEES. Es decir, existen diferencias significativas en las opiniones de ambos grupos respecto a la legitimidad del EEES. Este resultado nos llevo a analizar el perfil del sector con dos modelos, uno para profesores y otro para alumnos.

Tabla 3.7: Análisis ANOVA de las fuentes de legitimidad de las universidades públicas de la CAM

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
B1P1	Inter-grupos	226,122	1	226,122	206,466	,000
	Intra-grupos	1674,563	1529	1,095		
	Total	1900,685	1530			
B1P2	Inter-grupos	20,557	1	20,557	18,869	,000
	Intra-grupos	1673,410	1536	1,089		
	Total	1693,967	1537			
B1P3	Inter-grupos	58,253	1	58,253	43,470	,000
	Intra-grupos	2050,296	1530	1,340		
	Total	2108,548	1531			
B1P4	Inter-grupos	6,936	1	6,936	6,113	,014
	Intra-grupos	1741,644	1535	1,135		
	Total	1748,580	1536			
B1P5	Inter-grupos	1,770	1	1,770	1,358	,244
	Intra-grupos	1996,908	1532	1,303		
	Total	1998,678	1533			
B1P6	Inter-grupos	42,680	1	42,680	30,120	,000
	Intra-grupos	2172,249	1533	1,417		
	Total	2214,929	1534			
B1P7	Inter-grupos	33,057	1	33,057	23,765	,000
	Intra-grupos	2119,876	1524	1,391		
	Total	2152,933	1525			
B1P8	Inter-grupos	54,413	1	54,413	44,700	,000
	Intra-grupos	1851,482	1521	1,217		
	Total	1905,895	1522			
B1P9	Inter-grupos	81,936	1	81,936	73,611	,000
	Intra-grupos	1700,799	1528	1,113		
	Total	1782,735	1529			
B1P10	Inter-grupos	27,829	1	27,829	20,550	,000
	Intra-grupos	2077,273	1534	1,354		
	Total	2105,102	1535			
B2P1	Inter-grupos	21,186	1	21,186	24,665	,000
	Intra-grupos	1320,219	1537	,859		
	Total	1341,405	1538			
B2P2	Inter-grupos	4,195	1	4,195	5,092	,024
	Intra-grupos	1264,499	1535	,824		
	Total	1268,694	1536			
B2P3	Inter-grupos	6,937	1	6,937	7,404	,007
	Intra-grupos	1438,288	1535	,937		
	Total	1445,226	1536			
B2P4	Inter-grupos	28,190	1	28,190	32,903	,000
	Intra-grupos	1314,299	1534	,857		
	Total	1342,490	1535			
B2P5	Inter-grupos	8,856	1	8,856	10,013	,002
	Intra-grupos	1360,341	1538	,884		

	Total	1369,197	1539			
B2P6	Inter-grupos	20,627	1	20,627	28,332	,000
	Intra-grupos	1120,486	1539	,728		
	Total	1141,114	1540			
B2P7	Inter-grupos	3,459	1	3,459	3,855	,050
	Intra-grupos	1372,893	1530	,897		
	Total	1376,352	1531			
B2P8	Inter-grupos	4,293	1	4,293	5,335	,021
	Intra-grupos	1234,267	1534	,805		
	Total	1238,560	1535			
B2P9	Inter-grupos	1,828	1	1,828	2,069	,151
	Intra-grupos	1357,295	1536	,884		
	Total	1359,124	1537			
B2P10	Inter-grupos	1,752	1	1,752	2,082	,149
	Intra-grupos	1290,738	1534	,841		
	Total	1292,490	1535			
B3P1	Inter-grupos	125,534	1	125,534	66,414	,000
	Intra-grupos	2905,215	1537	1,890		
	Total	3030,749	1538			
B3P2	Inter-grupos	25,660	1	25,660	18,003	,000
	Intra-grupos	2189,241	1536	1,425		
	Total	2214,901	1537			
B3P3	Inter-grupos	62,472	1	62,472	48,488	,000
	Intra-grupos	1976,413	1534	1,288		
	Total	2038,885	1535			
B3P4	Inter-grupos	7,083	1	7,083	5,055	,025
	Intra-grupos	2153,546	1537	1,401		
	Total	2160,629	1538			
B3P5	Inter-grupos	2,970	1	2,970	2,177	,140
	Intra-grupos	2091,007	1533	1,364		
	Total	2093,977	1534			
B3P6	Inter-grupos	10,417	1	10,417	7,235	,007
	Intra-grupos	2204,190	1531	1,440		
	Total	2214,607	1532			
B3P7	Inter-grupos	29,596	1	29,596	20,681	,000
	Intra-grupos	2195,310	1534	1,431		
	Total	2224,906	1535			
B3P8	Inter-grupos	41,269	1	41,269	27,601	,000
	Intra-grupos	2289,158	1531	1,495		
	Total	2330,427	1532			
B3P9	Inter-grupos	53,018	1	53,018	36,292	,000
	Intra-grupos	2243,926	1536	1,461		
	Total	2296,944	1537			
B3P10	Inter-grupos	12,053	1	12,053	7,837	,005
	Intra-grupos	2357,547	1533	1,538		
	Total	2369,600	1534			

3.3.6.1 Modelo 1: Profesores

-Objetivo que se desea alcanzar

El objetivo de que se desea alcanzar consiste en conocer el grado de legitimidad del EEES en las Universidades Públicas de la CAM. Con ello pretendemos determinar los rasgos peculiares que caracterizan la legitimidad del EEES. Puesto que las fuentes de legitimidad del EEES (comunidad universitaria) muestran diferencias a la hora de evaluar la legitimidad del EEES, con este modelo analizaremos las peculiaridades de los profesores.

-Criterios, subcriterios e importancia relativa respecto al objetivo

Para la evaluación de la legitimidad utilizaremos tres criterios, las dimensiones de legitimidad: pragmática, moral y cognitiva. La importancia relativa de estas dimensiones, sobre la legitimidad, vendría determinada por los resultados alcanzados en el Capítulo 2 de esta investigación. En este sentido, la evaluación de la legitimidad del EEES señalaba que la dimensión cognitiva no era significativa para esta fuente de legitimidad, y las dimensiones pragmática y moral influían, con un 34,2 de explicación (R cuadrado corregida), un 0,415 y 0,278 (beta) respectivamente, sobre la legitimidad del EEES. Consideramos que el peso relativo de las dimensiones pragmática y moral sobre la legitimidad del EEES, equivaldría a la beta de ésta relación, pues esta indica el grado de influencia de las variables independientes sobre la variable dependiente. Esta forma de obtener los pesos relativos es más directo que la utilización de juicios por pares, donde no se tendría en cuenta la significatividad de las variables dependientes sobre las independientes, pues todas serían significativas. Díez Martín et al, (2010b) han utilizado medidas como las cargas factoriales, para la obtención de los pesos relativos de los indicadores en su medición de legitimidad de las Sociedades de garantía Recíproca españolas.

Las dimensiones de legitimidad se encuentran determinadas por la aceptabilidad

y deseabilidad de los objetivos del EEES, atendiendo a cada dinámica de comportamiento de la sociedad. De esta manera, utilizamos la legitimidad de los objetivos del EEES como subcriterios para establecer la medida de legitimidad de cada una de las dimensiones pragmática, moral y cognitiva. En este sentido, utilizaríamos treinta subcriterios para medir la legitimidad pragmática, moral y cognitiva, diez por cada dimensión. Para determinar los pesos relativos entre los criterios (dimensión pragmática, moral y cognitiva) y los subcriterios (objetivos del EEES atendiendo a las distintas dinámicas de comportamiento, pragmática, moral y cognitiva) utilizamos el análisis de regresión. El objetivo de este tipo de análisis es encontrar un modelo que explique el comportamiento de una variable dependiente mediante un conjunto de variables explicativas o independientes. En nuestro caso las variables dependientes serían las mismas que se utilizaron en el capítulo anterior. Las variables independientes serían, los objetivos del EEES, contenidas en los bloques 1 a 3 del cuestionario.

Se llevaron a cabo un total de dos regresiones utilizando el método de pasos sucesivos. Las tablas 3.8 y 3.9 muestran los resultados del análisis de regresión entre la legitimidad pragmática, moral y sus componentes. No se realizó el análisis de regresión entre la legitimidad cognitiva y los objetivos del EEES porque, para el modelo 1, la relación entre la dimensión cognitiva y la legitimidad del EEES no es significativa. Los resultados mostraron que sólo cinco objetivos eran significativos e influían sobre la dimensión pragmática de la legitimidad del EEES. Además, de los 10 objetivos del EEES, sólo uno de ellos era significativo para la legitimidad pragmática del EEES, con un nivel de influencia de 0,179. De este manera, utilizamos cinco subcriterios para la dimensión pragmática y un único subcriterio para la dimensión moral.

Tabla 3.8: Análisis de la legitimidad pragmática y los objetivos del EEES (modelo 1).

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
0,54831779	0,3006524	0,29566419	0,97695051	1,97014108

Variables predictoras: (Constante), B1P10, B1P6, B1P7, B1P4, B1P2

Variable dependiente: B4P1

	Beta	t	Sig.
(Constante)		4,095	0,000
B1P10	0,174	4,469	0,000
B1P6	0,186	5,024	0,000
B1P7	0,166	4,596	0,000
B1P4	0,149	4,018	0,000
B1P2	0,084	2,228	0,026

Variable dependiente: B4P1

Tabla 3.9: Análisis de la legitimidad moral y los objetivos del EEES (modelo 1).

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
0,17976679	0,0323161	0,03099593	1,22984055	2,06499486

Variables predictoras: (Constante), B2P10

Variable dependiente: B4P2

	Beta	t	Sig.
(Constante)		10,939	0,000
B2P10	0,179	4,947	0,000

Variable dependiente: B4P2

-Alternativas

Las alternativas del modelo representan las opciones sobre las que se pretende tomar una decisión. En nuestro caso pretendemos conocer el grado de legitimidad del EEES en las Universidades Públicas de la CAM. Así, las 6 universidades serán nuestras alternativas.

-Preferencia por las alternativas

Determinamos la preferencia por las alternativas utilizando la media de los objetivos del EEES (tabla 3.10).

Tabla 3.10: Media de las evaluaciones de los objetivos del EEES por dimensión (modelo 1).

Media						
Universidad	B1P2	B1P4	B1P6	B1P7	B1P10	B2P10
ALCALÁ DE HENARES	3,671	3,645	3,680	3,592	3,684	4,658
AUTÓNOMA	3,486	3,561	3,430	3,311	3,308	4,477
COMPLUTENSE	3,223	3,451	3,069	3,262	3,293	4,455
POLITECNICA	3,483	3,450	3,313	3,407	3,278	4,160
CARLOS III	3,443	3,263	3,329	3,115	3,595	4,450
URJC	3,443	3,271	2,955	3,371	3,162	4,543
Total	3,400	3,449	3,246	3,325	3,351	4,427

Tabla 3.11: Ficha técnica AHP del modelo 1.

Modelo 1: Profesores		Objetivo	Criterios	Pesos	Subcriterios	Pesos	Alternativas
Legitimidad EEES	B4P1	Legitimidad Pragmática	0,415	B1P2	FORMACIÓN_CONT	0,174	ALCALÁ DE HENARES
				B1P4	PARTICIPACION	0,186	AUTÓNOMA
				B1P6	RECURSOS	0,166	COMPLUTENSE
				B1P7	ESTRUC_ESTUDIOS	0,149	POLITECNICA
				B1P10	CALIDAD	0,084	CARLOS III
				B2P10	CALIDAD	0,179	URJC
				B4P2	Legitimidad Moral	0,278	

3.3.6.2 Modelo 2: Alumnos

-Objetivo que se desea alcanzar

El objetivo de que se desea alcanzar consiste en conocer el grado de legitimidad del EEES en las Universidades Públicas de la CAM. Con ello pretendemos determinar los rasgos peculiares que caracterizan la legitimidad del EEES. Puesto que las fuentes de legitimidad del EEES (comunidad universitaria) muestran diferencias a la hora de evaluar la legitimidad del EEES, con este modelo analizaremos las peculiaridades de los profesores.

-Criterios, subcriterios e importancia relativa respecto al objetivo

Por otra parte, los coeficientes beta de las dimensiones pragmática, moral y cognitiva, para el grupo de los alumnos, fueron todos significativos y positivos, explicando un 38,5 por ciento de la legitimidad del EEES. De este modo, el peso relativo de la dimensión pragmática sería 0,494, el de la dimensión moral 0,191, y la cognitiva un 0,097.

Al igual que en el modelo 1, se utilizaron tres criterios para la evaluación de la legitimidad, las dimensiones de legitimidad: pragmática, moral y cognitiva. La importancia relativa de estas dimensiones, sobre la legitimidad, vendría determinada por los resultados alcanzados en el Capítulo 2 de esta investigación. En este sentido, la evaluación de la legitimidad del EEES señalaba que las dimensiones pragmática, moral y cognitiva influían, con un 38,5 de explicación (R cuadrado corregida), un 0,494, 0,191 y 0,097 (beta) respectivamente, sobre la legitimidad del EEES. Consideramos que el peso relativo de las dimensiones pragmática y moral sobre la legitimidad del EEES, equivaldría a la beta de ésta relación, pues esta indica el grado de influencia de las variables independientes sobre la variable dependiente.

Las dimensiones de legitimidad se encuentran determinadas por la aceptabilidad

y deseabilidad de los objetivos del EEES, atendiendo a cada dinámica de comportamiento de la sociedad. De esta manera, utilizamos la legitimidad de los objetivos del EEES como subcriterios para establecer la medida de legitimidad de cada una de las dimensiones pragmática, moral y cognitiva. En este sentido, utilizaríamos treinta subcriterios para medir la legitimidad pragmática, moral y cognitiva, diez por cada dimensión. Para determinar los pesos relativos entre los criterios (dimensión pragmática, moral y cognitiva) y los subcriterios (objetivos del EEES atendiendo a las distintas dinámicas de comportamiento, pragmática, moral y cognitiva) utilizamos el análisis de regresión. El objetivo de este tipo de análisis es encontrar un modelo que explique el comportamiento de una variable dependiente mediante un conjunto de variables explicativas o independientes. En nuestro caso las variables dependientes serían las mismas que se utilizaron en el capítulo anterior. Las variables independientes serían, los objetivos del EEES, contenidas en los bloques 1 a 3 del cuestionario.

Se llevaron a cabo un total de tres regresiones utilizando el método de pasos sucesivos. Las tablas 3.12, 3.13 y 3.14 muestran los resultados del análisis de regresión entre la legitimidad pragmática, moral y cognitiva y sus componentes. Los resultados mostraron que cinco objetivos eran significativos e influían sobre la dimensión pragmática de la legitimidad del EEES, dos para la dimensión moral y tres para la cognitiva. Todos ellos los utilizamos como subcriterios de cada dimensión.

Tabla 3.12: Análisis de la legitimidad pragmática y los objetivos del EEES (modelo 2).

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
0,56319856	0,31719262	0,31256028	0,95035309	1,6283964

Variables predictoras: (Constante), B1P7, B1P9, B1P2, B1P8, B1P3

Variable dependiente: B4P1

	Beta	t	Sig.
(Constante)		6,48384647	0,000
B1P7	0,150	3,07876918	0,002
B1P9	0,201	5,27905825	0,000
B1P2	0,131	3,16905656	0,002
B1P8	0,127	2,76864535	0,006
B1P3	0,098	2,46973841	0,014

Variable dependiente: B4P1

Tabla 3.13: Análisis de la legitimidad moral y los objetivos del EEES (modelo 2).

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
0,20325339	0,04131194	0,03877237	1,16182858	1,6174372

Variables predictoras: (Constante), B2P2, B2P7

Variable dependiente: B4P2

	Beta	t	Sig.
(Constante)		9,15026712	0,000
B2P2	0,129	3,01939696	0,003
B2P7	0,100	2,32969932	0,020

Variable dependiente: B4P2

Tabla 3.14: Análisis de la legitimidad cognitiva y los objetivos del EEES (modelo 2).

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
0,55434438	0,30729769	0,30452688	0,91139997	1,76652092

VARIABLES predictoras: (Constante), B3P8, B3P10, B3P6

VARIABLE dependiente: B4P3

	Beta	t	Sig.
(Constante)		10,3902072	0,000
B3P8	0,251	5,05984898	0,000
B3P10	0,215	4,66534318	0,000
B3P6	0,147	3,14188381	0,002

VARIABLE dependiente: B4P3

-Alternativas

Las alternativas del modelo representan las opciones sobre las que se pretende tomar una decisión. En nuestro caso pretendemos conocer el grado de legitimidad del EEES en las Universidades Públicas de la CAM. Así, las 6 universidades serán nuestras alternativas.

-Preferencia por las alternativas

Determinamos la preferencia por las alternativas utilizando la media de los objetivos del EEES (tabla 3.15).

Tabla 3.15: Media de las evaluaciones de los objetivos del EEES por dimensión (modelo 2).

Universidad	B1P2	B1P3	B1P7	B1P8	B1P9	B2P2	B2P7	B3P6	B3P8	B3P10
ALCALÁ DE HENARES	3,493	2,704	3,408	3,704	3,380	4,352	4,366	1,643	1,718	1,900
AUTÓNOMA	3,390	3,010	3,398	3,433	3,457	4,243	4,038	2,233	2,171	2,346
COMPLUTENSE	3,152	2,715	3,116	3,086	3,573	4,518	4,460	2,091	2,037	2,182
POLITECNICA	3,093	2,387	2,776	2,845	3,031	4,171	4,283	1,775	1,727	2,018
CARLOS III	3,553	3,191	3,383	3,319	3,277	4,085	4,106	2,404	2,298	2,085
REY JUAN CARLOS	2,904	2,503	2,804	2,928	2,807	4,174	4,238	2,030	2,114	2,127
Total	3,169	2,643	3,031	3,099	3,202	4,265	4,275	1,983	1,968	2,113

Tabla 3.16: Ficha técnica AHP del modelo 2.

Modelo 2: Alumnos

Objetivo	Criterios	Pesos Subcriterios		Pesos Alternativas			
Legitimidad EEES	B4P1	Legitimidad Pragmática	0,494	B1P2	FORMACIÓN_CONT	0,150	ALCALÁ DE HENARES
				B1P3	INCORPOR_MCDO	0,201	AUTÓNOMA
				B1P7	ESTRUC_ESTUDIOS	0,131	COMPLUTENSE
		B1P8	RECONOCIMIENTO	0,127	POLITECNICA		
		B1P9	COMUNICACIÓN	0,098	CARLOS III		
	B4P2	Legitimidad Moral	0,191	B2P2	FORMACIÓN_CONT	0,129	URJC
	B4P3	Legitimidad Cognitiva	0,097	B2P7	ESTRUC_ESTUDIOS	0,100	
				B3P6	RECURSOS	0,251	
				B3P8	RECONOCIMIENTO	0,215	
				B3P10	CALIDAD	0,147	

3.4. RESULTADOS

Para obtener los resultados de la investigación se incorporó la información de la ficha AHP de ambos modelos, a la aplicación informática Expert Choice. Ishizaka y Labib (2011) indican que el software Expert Choice es la aplicación líder para los métodos AHP. Esta aplicación estandariza los pesos de cada criterio y subcriterio, ponderando el valor de los pesos para otorgar la importancia relativa de cada criterio y subcriterio.

3.4.1 Resultados modelo 1: profesores

La tabla 3.17 muestra el grado de legitimidad del EEES en cada una de las Universidades Públicas del EEES. Además, recoge la importancia relativa de cada criterio sobre el objetivo del análisis, así como la de cada subcriterio sobre el criterio al que determina. El índice de consistencia para este modelo se encuentra siempre por debajo de 0,10 puntos, garantizando la validez del mismo. Además, la variación del grado de importancia de los criterios y subcriterios sobre la legitimidad no provoca grandes variaciones en los resultados generados por el modelo. Este hecho justifica la robustez de los resultados y del propio modelo (Diez Martín et al, 2010b).

Tabla 3.17: Resultados de la legitimidad del EEES (profesores)

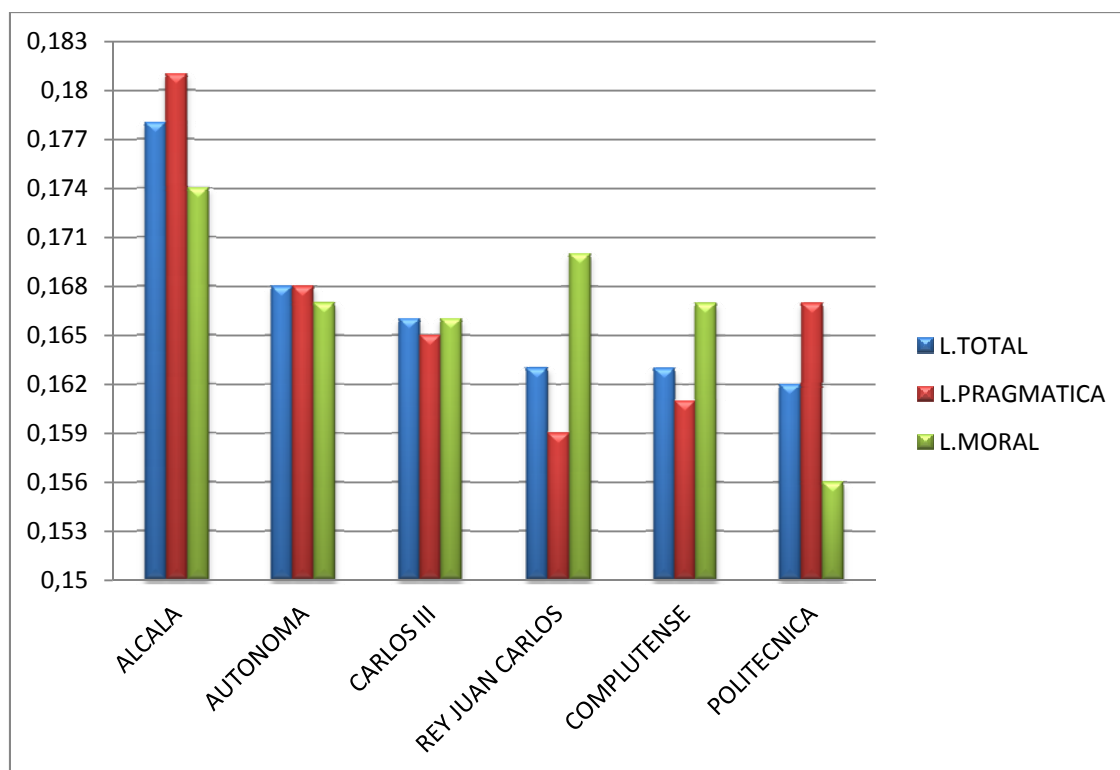
	Ponderación Criterio/ Subcriterio	Prioridad por las alternativas								Consistencia
		ALCALA	AUTONOMA	CARLOS III	COMPLUTENSE	POLITECNICA	REY JUAN CARLOS			
L.TOTAL	1	0,178	0,168	0,166	0,163	0,162	0,163	0,163	0,000	
B4P1 L.PRAGMATICA	0,599	0,181	0,168	0,165	0,161	0,167	0,159	0,159	0,000	
B1P2 FORMACIÓN_CONI	0,111	0,012	0,011	0,011	0,010	0,011	0,011	0,011	0,000	
B1P4 PARTICIPACION	0,196	0,021	0,020	0,019	0,020	0,020	0,019	0,019	0,000	
B1P6 RECURSOS	0,245	0,026	0,024	0,024	0,022	0,023	0,021	0,021	0,000	
B1P7 ESTRUC_ESTUDIOS	0,219	0,023	0,021	0,020	0,021	0,022	0,022	0,022	0,000	
B1P10 CALIDAD	0,229	0,024	0,022	0,024	0,022	0,022	0,021	0,021	0,000	
B4P2 L.MORAL	0,401	0,174	0,167	0,166	0,167	0,156	0,170	0,170	0,000	
B2P10 CALIDAD	1	0,071	0,069	0,068	0,068	0,064	0,070	0,070	0,000	

Las dos primeras columnas de la tabla 3.17 muestran el modelo de indicadores utilizado para medir la legitimidad, junto con el peso relativo de cada indicador sobre la legitimidad. Las siguientes columnas de la tabla cuantifican la prioridad dada por los profesores de cada universidad a los criterios y subcriterios, para obtener el nivel de legitimidad.

Los resultados mostrados en la fila L.TOTAL expresan los niveles de legitimidad que alcanza el EEES en las Universidades de la CAM, según las evaluaciones de los profesores. La Universidad de Alcalá de Henares es donde el EEES adquiere un mayor grado de legitimidad. La fila L.PRAGMÁTICA y L.MORAL, muestran el grado de legitimidad pragmática y moral del EEES. En este caso también es la Universidad de Alcalá de Henares la que obtiene un mayor grado de legitimidad pragmática y moral. Respecto a las demás filas de la tabla 3.17, estas expresan los niveles de legitimidad que alcanzan los objetivos del EEES en cada Universidad, atendiendo a las dimensiones pragmática y moral.

La figura 3.3 compara, mediante un gráfico de columnas, el grado de legitimidad total, pragmática y moral de las universidades de la CAM. En ella podemos apreciar algunas diferencias entre las universidades. Por ejemplo, el EEES obtiene un alto nivel de legitimidad moral en la Universidad Rey Juan Carlos. Sin embargo es en esta Universidad donde el nivel de legitimidad pragmático del EEES es menor. Al contrario, la Universidad Politécnica otorga un alto grado de legitimidad pragmática al EEES. Sin embargo el nivel de legitimidad moral es muy pequeño.

Figura 3.3: Comparativa del grado de legitimidad total, pragmática y moral de las Universidades de la CAM.



Las figuras 3.4 y 3.5 comparan, mediante un gráfico de barras, el grado de legitimidad pragmática y moral, de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.

Figura 3.4: Comparativa del grado de legitimidad pragmática de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.

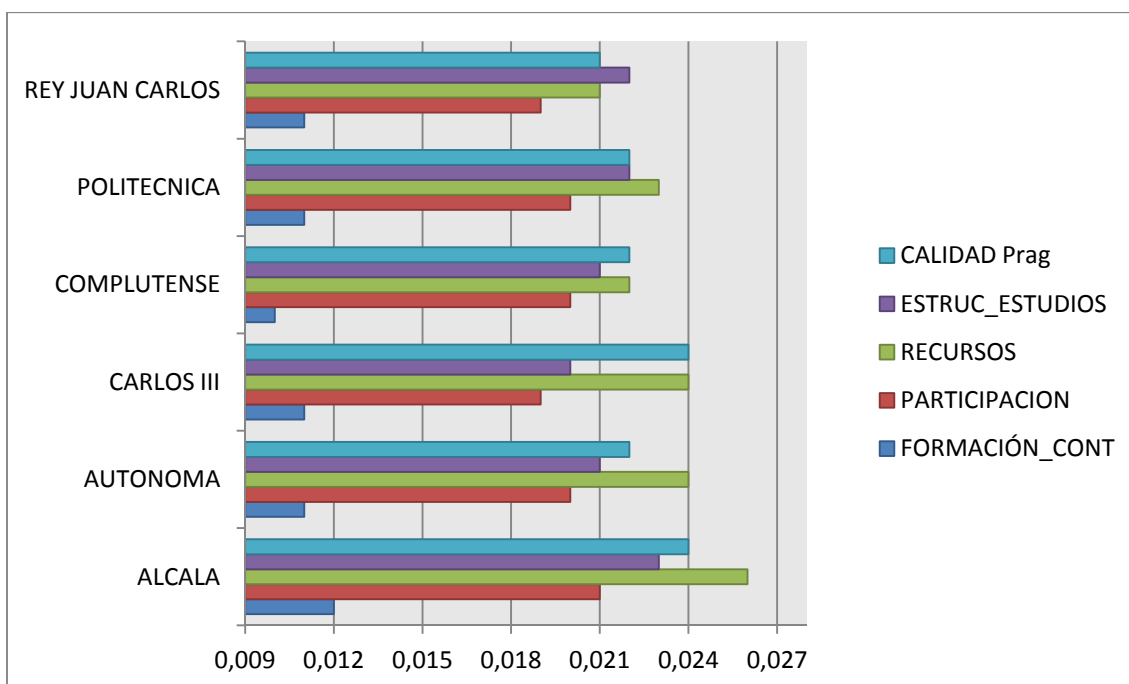
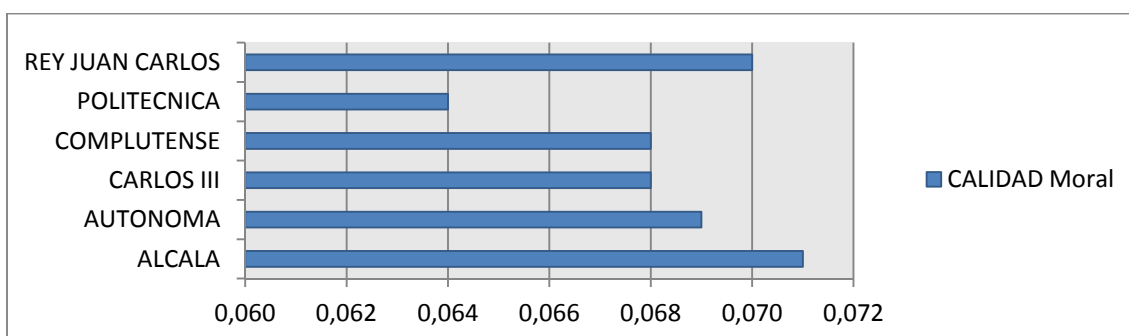


Figura 3.5: Comparativa del grado de legitimidad moral de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.



3.4.2 Resultados modelo 2: alumnos

A continuación se muestran los resultados del modelo 2. La tabla 3.18 muestra el grado de legitimidad del EEES en cada una de las Universidades Públicas del EEES, desde las evaluaciones de los alumnos. Además, recoge la importancia relativa de cada criterio sobre el objetivo del análisis, así como la de cada subcriterio sobre el criterio al que determina. El índice de consistencia para este modelo se encuentra siempre por debajo de 0,10 puntos, garantizando la validez del mismo. Además, la variación del grado de importancia de los criterios y subcriterios sobre la legitimidad no provoca grandes variaciones en los resultados generados por el modelo. Este hecho justifica la robustez de los resultados y del propio modelo (Diez Martín et al, 2010b).

Tabla 3.18: Resultados de la legitimidad del EEES (alumnos)

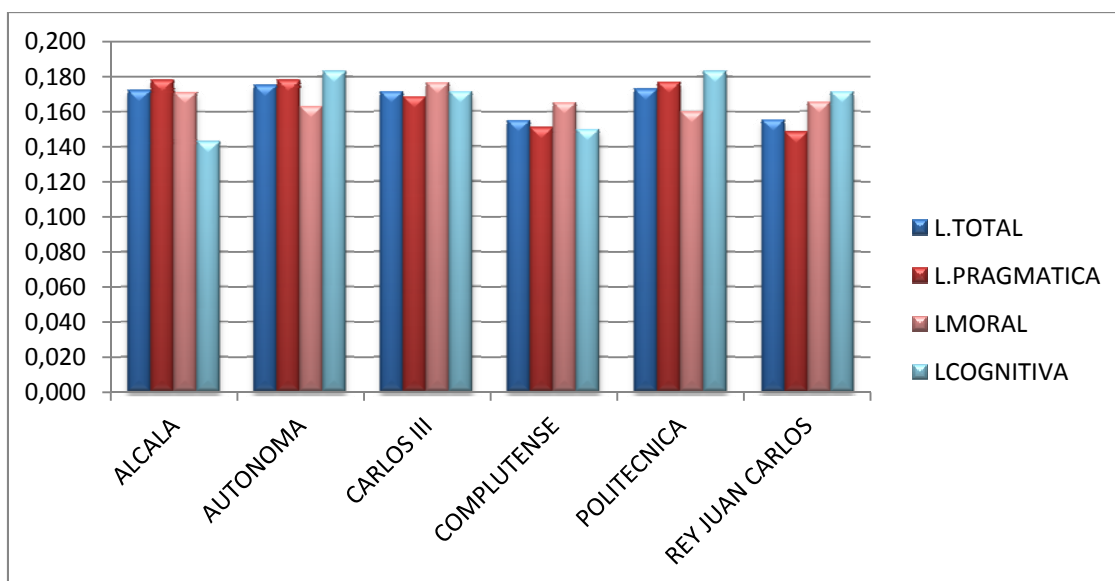
	Prioridad Criterio Subcriterio	Prioridad por las alternativas										Consistencia
		ALCALA	AUTONOMA	CARLOS III	COMPLUTENSE	POLITECNICA	REY JUAN CARLOS					
	1	0,172	0,175	0,171	0,155	0,173	0,155	0,000				
B4P1	L.PRAGMATICA	0,178	0,178	0,168	0,151	0,177	0,148	0,000				
B1P2	FORMACIÓN_CONT	0,021	0,020	0,019	0,019	0,021	0,018	0,000				
B1P3	INCORPOR_MCDO	0,014	0,015	0,014	0,012	0,016	0,013	0,000				
B1P7	ESTRUC_ESTUDIOS	0,025	0,024	0,022	0,020	0,024	0,020	0,000				
B1P8	RECONOCIMIENTO	0,021	0,019	0,017	0,016	0,019	0,016	0,000				
B1P9	COMUNICACIÓN	0,031	0,032	0,033	0,028	0,030	0,026	0,000				
B4P2	LMORAL	0,171	0,163	0,176	0,165	0,160	0,165	0,000				
B2P2	FORMACIÓN_CONT	0,024	0,024	0,025	0,023	0,023	0,023	0,000				
B2P7	ESTRUC_ESTUDIOS	0,019	0,018	0,020	0,019	0,018	0,019	0,000				
B4P3	LCOGNITIVA	0,143	0,183	0,171	0,150	0,183	0,171	0,000				
B3P6	RECURSOS	0,004	0,005	0,005	0,004	0,005	0,005	0,000				
B3P8	RECONOCIMIENTO	0,007	0,009	0,008	0,007	0,009	0,009	0,000				
B3P10	CALIDAD	0,006	0,008	0,007	0,007	0,007	0,007	0,000				

Las dos primeras columnas de la tabla 3.18 muestran el modelo de indicadores utilizado para medir la legitimidad, junto con el peso relativo de cada indicador sobre la legitimidad. Las siguientes columnas de la tabla cuantifican la prioridad dada por los alumnos de cada universidad, a los criterios y subcriterios para obtener el nivel de legitimidad.

Los resultados mostrados en la fila L.TOTAL expresan los niveles de legitimidad que alcanza el EEES en las Universidades de la CAM, según las evaluaciones de los alumnos. La Universidad Autónoma es donde el EEES adquiere un mayor grado de legitimidad. La fila L.PRAGMÁTICA, L.MORAL y L.COGNITIVA, muestran el grado de legitimidad pragmática, moral y cognitiva del EEES. En este caso la Universidad de Alcalá de Henares y la Universidad Autónoma son donde existe un mayor grado de legitimidad pragmática para el EEES. La Universidad Carlos III sería donde se obtendría una mayor legitimidad moral, y la universidad Autónoma, junto con la Universidad Politécnica, donde aparece una mayor legitimidad cognitiva del EEES. Respecto a las demás filas de la tabla 3.18, estas expresan los niveles de legitimidad que alcanzan los objetivos del EEES en cada Universidad, atendiendo a las tres dimensiones.

La figura 3.6 compara, mediante un gráfico de columnas, el grado de legitimidad total, pragmática, moral y cognitiva de las universidades de la CAM. En ella podemos apreciar algunas diferencias entre las universidades. Por ejemplo, en la Universidad Politécnica la legitimidad moral del EEES es la más pequeña, a pesar de que esta Universidad es una de las que posee la legitimidad total más alta. Por otro lado, el EEES obtiene su menor grado de legitimidad cognitiva en la Universidad de Alcalá, pese a que esta es la tercera con mayor legitimidad.

Figura 3.6: Comparativa del grado de legitimidad total, pragmática, moral y cognitiva de las Universidades de la CAM.



Las figuras 3.7, 3.8 y 3.9 comparan, mediante un gráfico de barras, el grado de legitimidad pragmática, moral y cognitiva, respectivamente, de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.

Figura 3.7: Comparativa del grado de legitimidad pragmática de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.

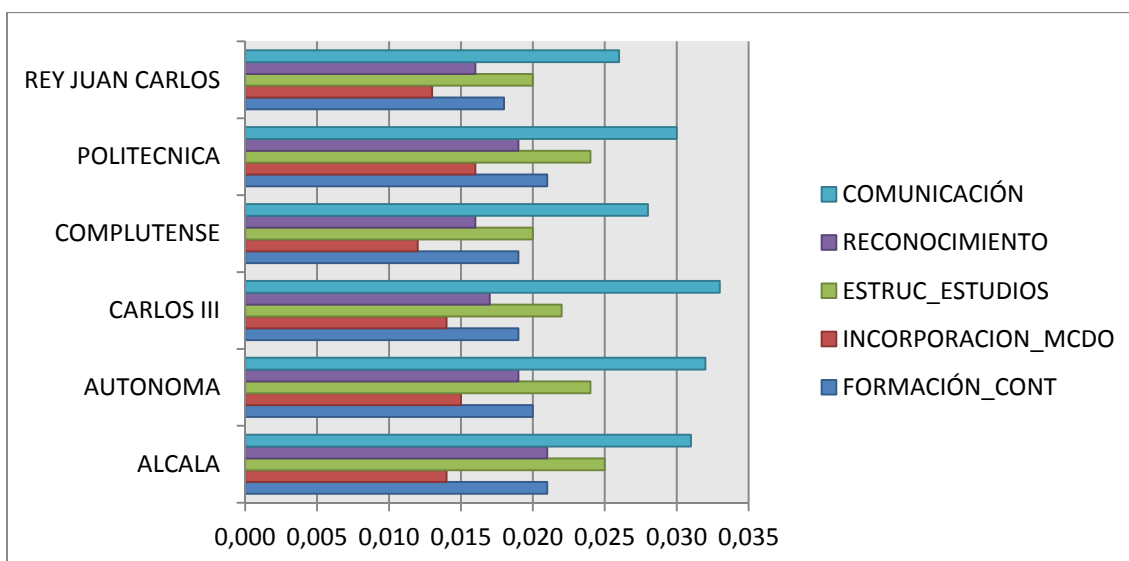


Figura 3.8: Comparativa del grado de legitimidad moral de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.

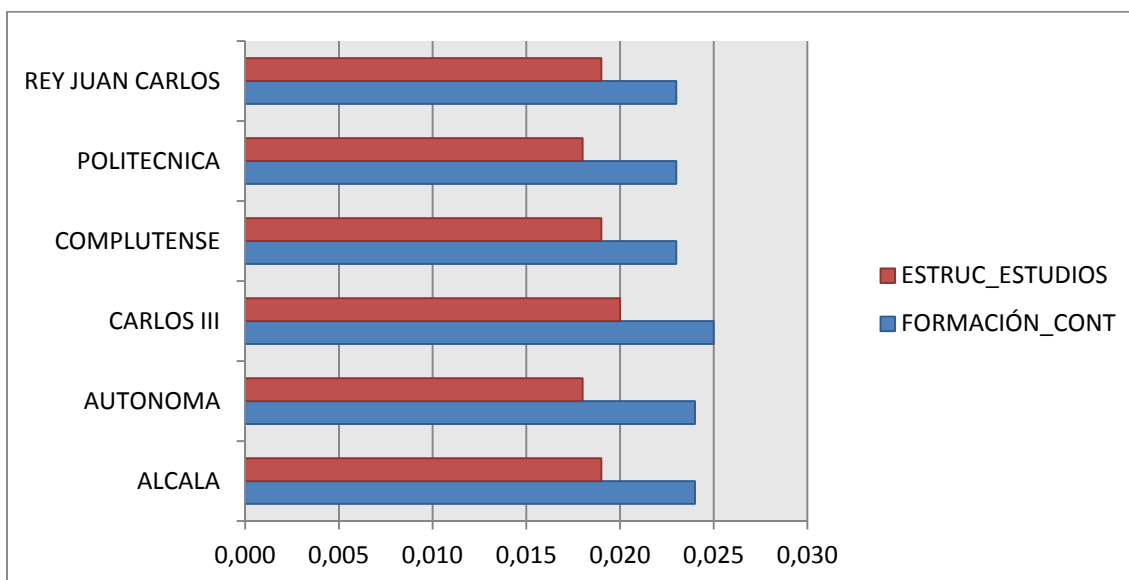
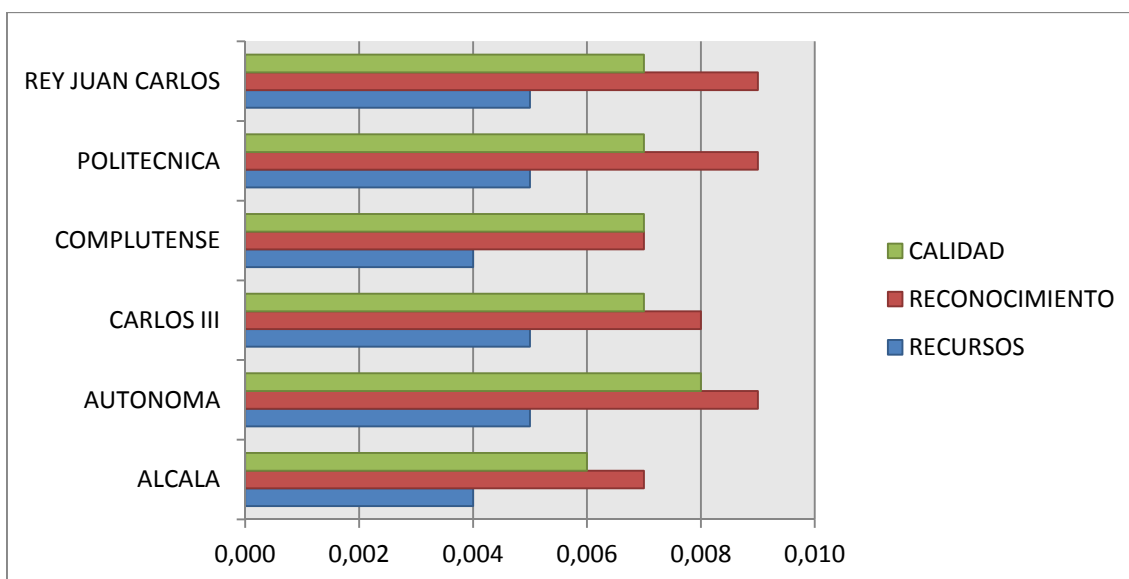


Figura 3.9: Comparativa del grado de legitimidad cognitiva de los objetivos significativos del EEES en las Universidades de la CAM.



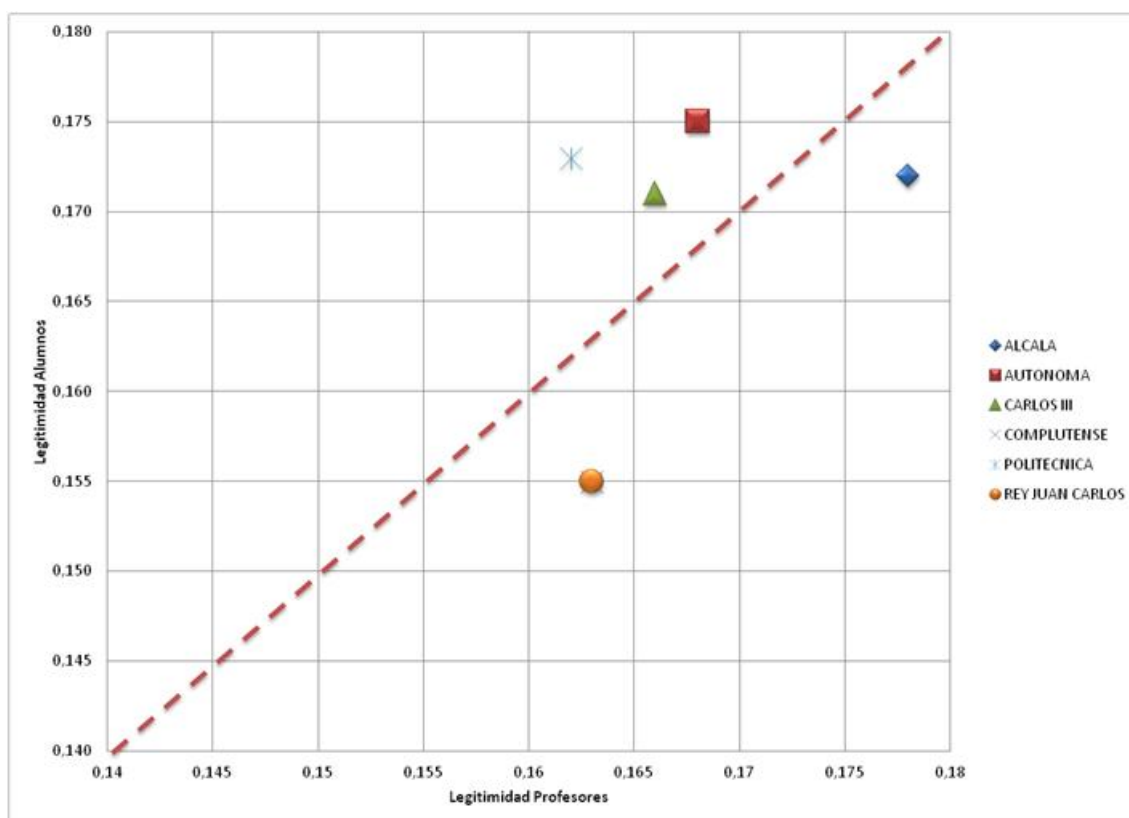
3.4.3 Resultados: comparativa por universidades entre el modelo 1 y 2

El análisis de la varianza, realizado anteriormente, mostró que las opiniones de los alumnos y profesores no eran comparables pues se trata de dos grupos diferentes. Ello no permite agrupar los valores obtenidos en cada uno de los modelos. No es posible sumar la legitimidad otorgada por los profesores y los alumnos para crear un único indicador. Sin embargo, es posible realizar una matriz que muestre la posición relativa de cada organización dentro de un mismo parámetro de análisis. Así, las figuras 3.10, 3.11 y 3.12 muestran la posición de cada organización respecto a la legitimidad total, pragmática, moral y cognitiva, según las evaluaciones de los profesores y los alumnos.

La figura 3.10 muestra la posición de las universidades públicas de la CAM en relación al tipo de legitimidad total obtenida por el EEES. En ella podemos observar el tipo de fuente en que se fundamenta la legitimidad del EEES, en cada Universidad. Por ejemplo, los resultados señalan que en la Universidad

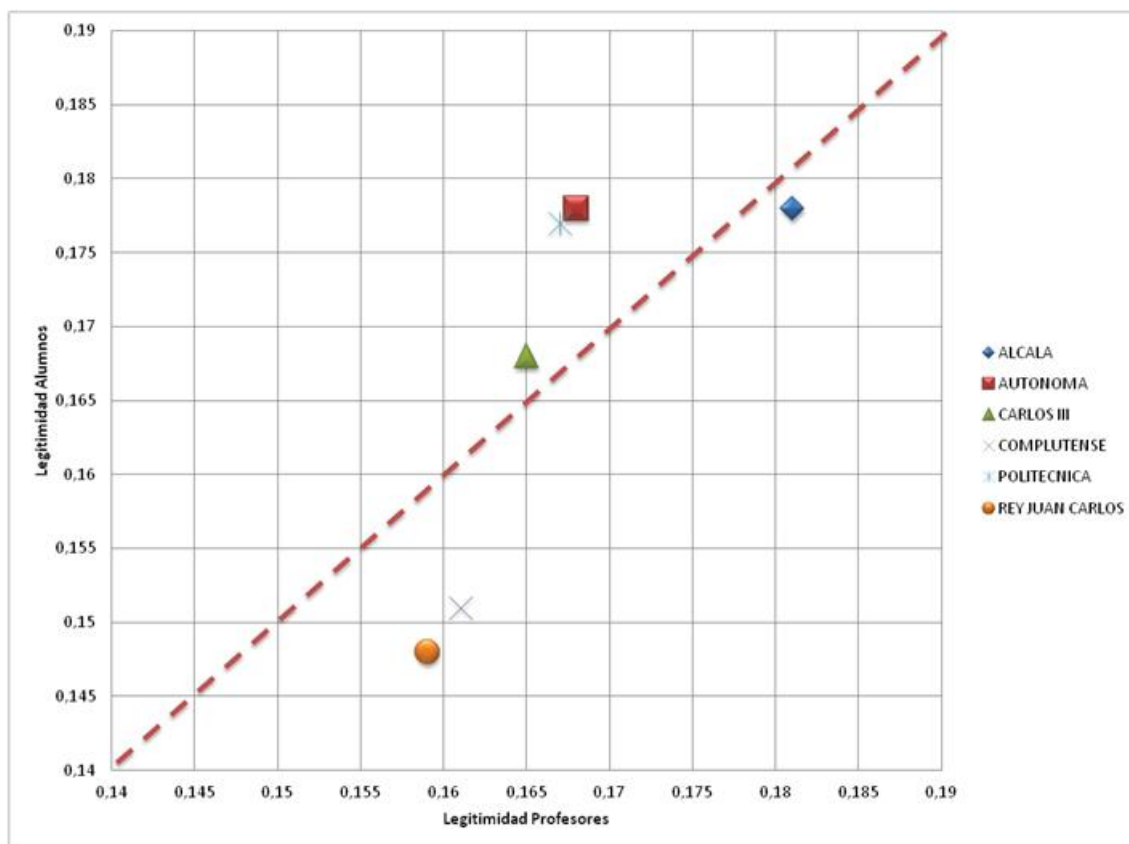
Carlos III, la legitimidad total del EEES se encuentra más apoyada por las evaluaciones de los alumnos que por las evaluaciones de los profesores. Esto mismo ocurre con las Universidades Autónoma y Politécnica. Por el contrario, la legitimidad total del EEES en las Universidades de Alcalá, Complutense y Rey Juan Carlos estaría más fundamentada en las evaluaciones de los profesores.

Figura 3.10: Matriz de legitimidad total del EEES



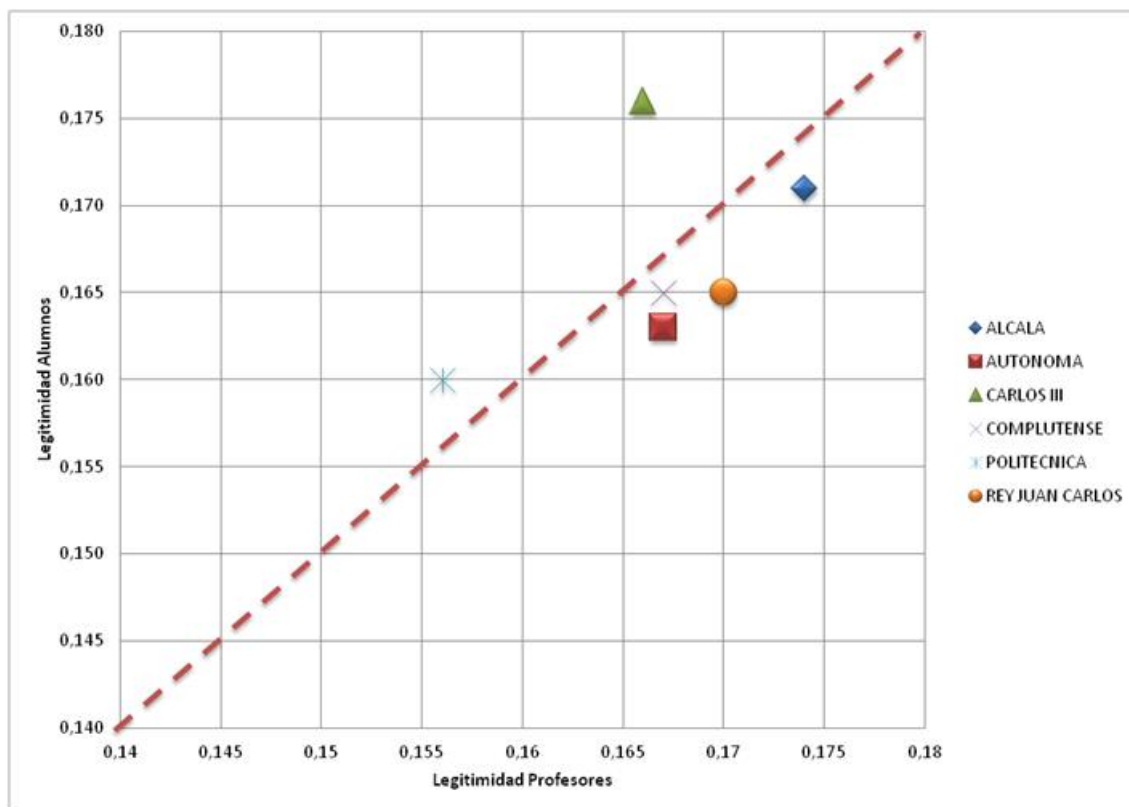
Los datos mostrados en la figura 3.11, indican que la legitimidad pragmática del EEES, en las Universidades Carlos III, Autónoma y Politécnica se encuentra más apoyada por las evaluaciones de los alumnos que por las evaluaciones de los profesores. Por el contrario, la legitimidad pragmática en las Universidades de Alcalá, Complutense y Rey Juan Carlos se encuentran más fundamentados en las evaluaciones de los profesores.

Figura 3.11: Matriz de legitimidad pragmática del EEES



Los datos mostrados en la figura 3.12, indican que la legitimidad moral del EEES, en las Universidades Carlos III y Politécnica se encuentra más apoyada por las evaluaciones de los alumnos que por las evaluaciones de los profesores. Por el contrario, la legitimidad moral en las Universidades de Alcalá, Complutense, Autónoma y Rey Juan Carlos se encuentran más fundamentados en las evaluaciones de los profesores. Es destacable el hecho de que la Universidad Autónoma que presenta una legitimidad total más fundamentada en las evaluaciones de los alumnos, en el caso de la legitimidad moral ocurre lo contrario.

Figura 3.12: Matriz de legitimidad moral del EEES



En último lugar, no pudimos comparar la posición de las universidades públicas de la CAM en relación al tipo de legitimidad cognitiva obtenida por el EEES. El motivo fue que la legitimidad cognitiva no es significativa para los profesores, cuando evalúan la legitimidad del EEES.

3.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

3.5.1 Implicaciones científicas

En esta investigación pretendíamos conocer cuáles son los rasgos peculiares que caracterizan la legitimidad del EEES. Los resultados del trabajo permiten responder a esta pregunta, al menos en el ámbito de las universidades públicas

de la CAM.

En primer lugar, para poder formular un perfil de legitimidad tuvimos que afrontar uno de los continuos problemas del concepto de legitimidad, su medición (Bozeman, 1993; Suchman, 1995; Deephouse, 1996). Si bien distintos autores han elaborado mediciones de la legitimidad, éstos no han llegado a establecer ninguna metodología capaz de medir la legitimidad entre organizaciones pertenecientes a distintos ámbitos. Deephouse (1996) mide la legitimidad en bancos norteamericanos, pero los indicadores que utiliza en su investigación no pueden ser utilizados para medir la legitimidad de organizaciones pertenecientes a otros sectores, por ejemplo del sector cárnico o la metalurgia. Lo mismo ocurre con las mediciones realizadas por otros autores como Ruef y Scott (1998) o Bansal y Clelland (2004), quienes realizan aproximaciones parciales de la legitimidad, estableciendo medidas únicamente para alguna de sus dimensiones (normativa, de gestión, pública, medioambiental). Sin embargo, nuestra investigación, implementando el sistema de indicadores propuesto por Thomas (2005) y utilizado por Díez Martín et al (2010b), ha conseguido evaluar la legitimidad del EEES, mediante una aproximación no paramétrica que permite desarrollar estudios en muestras pequeñas.

A lo largo de la historia se ha observado como organizaciones que han desarrollado actividades apreciadas y deseables por la sociedad, cuando se han encontrado al borde de la quiebra, la sociedad, utilizando sus mecanismos de presión, ha conseguido salvarla. Son numerosos los gobiernos que ante la presión de la sociedad han establecido medidas para evitar la desaparición de organizaciones, incluso poco rentables, pero cuyas actividades son deseadas por la sociedad. Son organizaciones cuyo nivel de legitimidad ha propiciado su institucionalización.

Por otro lado, aunque podemos encontrar en la literatura cuantificaciones de la legitimidad en alguna de sus dimensiones; legitimidad normativa, de la gestión, medioambiental, etc., éstas medidas sólo permiten clasificar las organizaciones

según su legitimidad de forma parcial, pues no tienen en cuenta todas las dimensiones de la legitimidad. Sin embargo, la metodología que hemos utilizado cuantifica la legitimidad desde todas sus dimensiones con lo que podemos obtener una clasificación de las organizaciones según su legitimidad de forma global. En este sentido, nosotros hemos conseguido clasificar las universidades de la CAM en función del grado de legitimidad del EEES en cada una de ellas, considerando todas las dimensiones.

Los resultados de la investigación han confirmado diferencias significativas en los niveles de legitimidad del EEES en las Universidades públicas de la CAM. Estas diferencias aparecen no sólo en el grado de legitimidad total, sino también sobre el grado de legitimidad de las dimensiones pragmática, moral y cognitiva, tanto en las evaluaciones realizadas por los profesores como en las evaluaciones realizadas por los alumnos.

Se ha observado que no existe una percepción generalizada, respecto a las dimensiones pragmática, moral y cognitiva, entre las distintas fuentes de legitimidad. Las evaluaciones entre los miembros de la comunidad universitaria son dispares. Los objetivos del EEES significativos para la obtención de legitimidad varía entre la comunidad universitaria. Si bien ocho de los diez objetivos del EEES son significativos para la obtención de legitimidad, los profesores y alumnos sólo coinciden en cuatro de ellos: Formación Continua, Recursos, Estructura de los Estudios y Calidad. Llama la atención que los objetivos “garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar los estudios”, así como “ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad” universitaria, no son significativos para ningún miembro de la comunidad universitaria a la hora de otorgar legitimidad al EEES. Respecto a la garantía de igualdad, pensamos que la falta de significatividad puede ser debido a que la evaluación se ha realizado sobre universidades públicas, donde la igualdad de acceso está garantizada y así se realiza desde hace muchos años. Por ello, pensamos que la comunidad universitaria de la CAM considera que se trata de un objetivo ya existente desde antes del EEES. En relación a la

movilidad, consideramos que, aunque el número de alumnos, profesores y personal de administración que realizan acciones de movilidad aumenta cada año, muchos miembros de la comunidad aún consideran que la ayuda a la movilidad no es adecuada en relación al esfuerzo que tienen que realizar y la ayuda que recibirán.

En esta investigación también hemos señalado el tipo de fuente de legitimidad sobre la que se apoya la legitimidad del EEES, en cada universidad pública de la CAM. En este sentido, podemos decir que el apoyo proviene de forma paritaria de la comunidad de profesores y de la comunidad de alumnos. En la mitad de universidades la legitimidad del EEES se apoya más en los profesores que en los alumnos y viceversa. Sin embargo, en relación a la legitimidad moral, son cuatro las universidades donde la legitimidad del EEES se encuentra más apoyada por los profesores. Estos resultados pueden explicarse por la existencia de distintos modelos mentales entre los individuos que forman la comunidad universitaria. El nivel de formación, experiencia y cultura de los profesores es diferente que el de los alumnos.

3.5.2 Implicaciones gerenciales

Son varias las implicaciones gerenciales que se desprenden de esta investigación. Los resultados sugieren que para aumentar la legitimidad del EEES en las universidades públicas de la CAM convendría desarrollar estrategias diferenciadas para los distintos miembros de la comunidad universitaria. Los resultados han demostrado que las evaluaciones de profesores y alumnos son diferentes y no comparables. Las acciones destinadas por igual a todos los miembros de la comunidad no serían igualmente efectivas.

Además, habría que realizar mayores esfuerzos en las universidades con menor grado de legitimidad, las cuales podrían fijarse en las actuaciones realizadas por las universidades con mayor legitimidad. Esos esfuerzos deberían ir dirigidos

sobre los objetivos significativos para la obtención de legitimidad, y en este sentido habría que determinar si lo que se persigue es obtener legitimidad a más corto o largo plazo.

Las universidades con peor legitimidad del EEES podrían centrar su estrategia en conseguir legitimidad, mientras que las organizaciones con mayor legitimidad podrían desarrollar estrategias para mantener la legitimidad del EEES en sus universidades.

De este modo, para el primer caso, universidades con menor legitimidad del EEES, podrían aplicarse las propuestas estratégicas de Suchman (1995) para ganar legitimidad. Este autor considera la existencia de tres grandes líneas estrategias para ganar legitimidad: 1) esfuerzos de la organización para adherirse a los dictados del entorno de la organización (conformidad), 2) esfuerzos de la organización para seleccionar un público que apoye las prácticas actuales de la organización, entre múltiples entornos (selección) y 3) esfuerzos de la organización para manipular o modificar la estructura del entorno creando un público y unas creencias nuevas (modificación). Estas líneas se encuentran sobre un continuum que se mueve entre la pasividad de la conformidad hasta la proactividad de la manipulación (Oliver, 1991). Se diferencian en términos de cuántos cambios lleva a cabo la organización en elementos externos. La conformidad conlleva el menor número de cambios externos, mientras que la manipulación conlleva mayores cambios.

Algunas acciones que permiten ganar legitimidad mediante una estrategia de conformidad son, por ejemplo (DiMaggio y Powell, 1983; Suchman, 1995; Zimmerman y Zeitz, 2002): desarrollar actividades de marketing para responder a los gustos de los clientes, invitar a los integrantes del entorno para apoyar la toma de decisiones, disponer de un equipo directivo con buena reputación, cumplir las leyes y normas impuestas por el gobierno, asociarse con organizaciones respetadas en el entorno, imitar la forma de actuar, la estructura y los procedimientos de las organizaciones más destacadas y seguras en el

sector, formalizar y profesionalizar las actividades organizativas, disponer de asesores (profesionales y académicos) de reconocido prestigio.

Aunque muchas organizaciones pueden ganar legitimidad aplicando estrategias de conformidad o selección, para algunas, estas estrategias no son suficientes. En particular, las organizaciones emergentes o más innovadoras deben intervenir en el entorno con el fin de desarrollar una base social que le preste su apoyo y permita cubrir sus necesidades (Tushman y Anderson, 1986; Aldrich y Fiol, 1994). En estos casos, los directivos deben ir más allá de una simple selección del entorno, deben promulgar activamente nuevas explicaciones de la realidad, nuevas formas de hacer las cosas. La estrategia de modificación implica realizar cambios en el entorno para conseguir coherencia entre éste y la organización. Oliver (1991) describe la modificación como un intento determinado y oportunista para captar, influenciar o controlar las presiones institucionales y las evaluaciones de la sociedad.

La estrategia de modificación es menos controlable, menos común y consecuentemente va más allá que la simple comprensión de la conformidad o selección del entorno (Suchman, 1995).

Si bien la estrategia de modificación normalmente toma la forma de publicidad del producto, también es posible el desarrollo de otras acciones como la popularización de nuevas formulas, o mediante la estandarización o el isomorfismo (Aldrich y Fiol, 1994). Respecto a la popularización, Pfeffer (1981) sugiere que los directivos pueden ensalzar la comprensión de una nueva perspectiva articulando continuamente historias que ilustren esa realidad. Por ejemplo mediante el lobbying, la publicidad, el patrocinio de eventos, pleitos e investigaciones científicas (Neilsen y Rao, 1987). Respecto a la estandarización, simplemente el predominio de una forma de actuar tiende a dar legitimidad. Las organizaciones pueden ganar legitimidad haciendo que otras organizaciones intenten parecerse a ellas, ya sea porque sean más exitosas o presenten un modelo de gestión deseable, o a través de la coacción y regulación (DiMaggio y

Powell, 1983; Tolbert y Zucker, 1983).

No obstante, una organización que desarrolle una estrategia de modificación individualmente, sin contar con el apoyo de otras organizaciones, puede encontrar dificultades, generalmente por falta de poder y recursos para modificar significativamente el entorno (Meyer y Rowan, 1977; DiMaggio y Powell, 1983; Brint y Karabel, 1991; Fligstein, 1991; Powell, 1991), aunque conseguiría mayores posibilidades asociándose con otras organizaciones. La presión de varias organizaciones para cambiar el entorno, por ejemplo, cambiar una regulación, tendrá mayor impacto que una única organización intentándolo por separado.

Por otra parte, las universidades donde el EEES ha adquirido un grado de legitimidad más alto, podrían desarrollar estrategias para mantener el grado de legitimidad. Una vez se adquiere un determinado grado de legitimidad, generalmente se piensa que ésta permanecerá inalterable en el largo plazo (Ashforth y Gibbs, 1990). Sin embargo, anomalías, problemas de imitación, innovaciones, etc., pueden amenazar la legitimidad de las organizaciones más seguras, especialmente cuando las adversidades aparecen de forma rápida y continuada, o no se solucionan durante un largo periodo de tiempo (Suchman, 1995). Nosotros consideramos que la tarea de mantener el nivel de legitimidad previamente adquirido debe ser más fácil que ganar o recuperar legitimidad.

En este contexto, Suchman (1995) considera que existen, al menos, tres aspectos de la legitimidad que hacen que su mantenimiento pueda ser un problema: 1) la heterogeneidad del entorno, 2) la rigidez provocada por largos periodos de estabilidad y 3) la propia oposición que genera la institucionalización.

En primer lugar, hay que tener en cuenta que la legitimidad representa una relación con el público, cuya satisfacción o reconocimiento por todas las facciones que lo componen puede ser virtualmente imposible (Ashforth y Gibbs,

1990). Esta circunstancia puede dejar vulnerable a la organización en el largo plazo frente a cambios imprevistos en las demandas de su entorno. En segundo lugar, el isomorfismo que permite la consecución de legitimidad tiene también un efecto perverso pues reduce la sensibilidad organizativa ante condiciones cambiantes. Si una organización muestra un comportamiento homogéneo cuando el entorno social es heterogéneo, pueden aparecer demandas insatisfechas, creándose nichos de mercado sin atender (Powell, 1991). En tercer lugar, cuando una organización desarrolla actividades para ganar legitimidad, mediante publicidad, popularización, etc., también suele atraer cierta hostilidad por parte de los miembros de su entorno menos institucionalizado. A veces se genera un círculo en el que cada éxito también puede generar nuevas oposiciones sobre las actividades de la organización. Por ello, la legitimidad no puede considerarse nunca como una tarea finalizada.

Es posible considerar dos tipos de estrategias para mantener la legitimidad: 1) percepción de los cambios futuros o estrategia de vigilancia y, 2) protección de los logros pasados o estrategia de protección.

El objetivo de la estrategia de vigilancia consiste en que la organización sea capaz de reconocer las reacciones del público y prever los nuevos cambios del entorno. Las organizaciones deben darse cuenta de que su comportamiento, cultura, estructura y forma de actuar, en el largo plazo, posiblemente no será siempre el más adecuada o deseado por la sociedad y, aunque este puede ser el deseado en un momento de tiempo determinado, los deseos, normas y principios del entorno pueden verse alterados, cuestionándose la forma de proceder de la organización. Un buen estado de alerta por parte de la organización puede mantenerla en línea con el sistema social que la rodea.

La estrategia de vigilancia conlleva una situación de alerta constante entre la organización y su sistema social, de manera que permita asimilar los elementos del sistema social en los procesos de decisión de la organización. Para ello la organización puede incluir en los procesos de toma de decisión a parte del

entorno (Pfeffer, 1981) con el objetivo de que los gestores mejoren su conocimiento del sistema social que les rodea. También puede enviar a miembros de la organización a formarse en las creencias morales del entorno para incluirlas en actividades de la organización (DiMaggio y Powell, 1983). Finalmente la organización también podría crear equipos o unidades especiales cuyo objetivo fuese cuestionar todos los conceptos y actuaciones que se dan por sentado en la organización (Ashforth y Gibbs, 1990). Un ejemplo de vigilancia es el desarrollado por el Ministerio de Defensa de los EEUU de América, el cual realiza periódicamente informes y estudios sobre tendencias globales (Annual Global Tender Report).

Además de estar atento a los cambios del sistema social que envuelve a la organización, ésta también puede desarrollar medidas que afirmen los logros conseguidos sobre el grado de legitimidad. El objetivo de la estrategia de protección consiste en no disminuir el grado de legitimidad alcanzado. Una vez que la organización ha alcanzado un cierto nivel de legitimidad, los miembros del entorno tienden a relajar su vigilancia sobre la misma, complaciéndose con evidencias esporádicas de que las actuaciones de la organización siguen garantizando su deseabilidad. Consecuentemente, las organizaciones deben evitar actuaciones inesperadas que puedan despertar el interés por volver a examinarlas (Suchman, 1995). Una organización puede mantener su nivel de legitimidad vigilando que sus actividades mantengan las exigencias del sistema social.

En ocasiones, la vigilancia continua de los valores y actividades de una organización puede generar la aparición de nuevas técnicas o formas de hacer las cosas, a las que los administradores no deben oponerse de forma coercitiva, pues la coerción tiende a recortar la objetividad de las actuaciones organizativas (Zucker, 1988). Por el contrario, podría ser más recomendable utilizar las nuevas formas de proceder como una demostración de autoridad por la consecución de nuevos conocimientos (Scott, 1991), los cuales, pueden utilizarse para modificar el lenguaje social.

Otra forma de proteger los logros conseguidos en materia de legitimidad puede ser mediante la creación de redes sociales con las que se desarrolle una interacción frecuente que pueda resistir y reparar las divergencias en las formas de interpretación (Pfeffer, 1981). Mientras mejores, más cercanas y profundas sean las relaciones con el entorno, existirán mayores probabilidades para que las organizaciones y creencias consigan el equilibrio interno (Scott, 1987).

3.5.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación

Los resultados de la investigación deben interpretarse con cautela y considerarse como aproximaciones hasta que la robustez de este modelo sea confirmada en otros estudios empíricos. A pesar de los resultados alcanzados y la utilidad de sus implicaciones, el estudio presenta varias limitaciones que sugieren áreas para futuras investigaciones.

En primer lugar, aunque hemos señalado un modelo para medir la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones, sin embargo los datos utilizados en el estudio provienen únicamente de las encuestas que han dado una parte de los miembros de las comunidades universitarias. Para realizar un estudio más exhaustivo sobre la legitimidad, futuros estudios podrían disponer de las evaluaciones de toda la comunidad afectada por el EEES. En este caso, al menos habría que conseguir las evaluaciones del personal de administración y servicios y de los alumnos de postgrado.

Otra limitación de la investigación resulta del tamaño de la muestra. La muestra utilizada en el estudio se compone de 6 universidades. Este número no permite la generalización de los resultados a todo el sector nacional o europeo. Para futuras investigaciones sugerimos incrementar la muestra de análisis, ampliando

la investigación con universidades pertenecientes a otras regiones españolas o incluso europeas. Siendo conscientes de que esta ampliación aumentaría la heterogeneidad de los datos, sin embargo permitiría generalizar las conclusiones y comparar resultados.

También debemos mencionar que, aunque condicionados por la población del estudio, se ha utilizado una metodología no paramétrica, sin embargo, para el análisis de poblaciones mayores podrían utilizarse aproximaciones paramétricas que pudieran proporcionar una mayor validez a los resultados alcanzados por esta investigación.

Por último, en futuros trabajos sería interesante relacionar las medidas de legitimidad obtenidas con alguna variable de resultado, planteando hipótesis que pudieran evaluar la relación entre la legitimidad del EEES en las universidades y su éxito. En particular, podría analizarse las medidas de legitimidad alcanzadas por el EEES en estas universidades y algunas medidas de resultados propios de este sector como: el número de alumnos. Este tipo de análisis permitiría no sólo evaluar el impacto de la legitimidad del EEES sobre las universidades, sino también, mejorar el establecimiento de estrategias, según las circunstancias individuales de cada universidad, para ganar legitimidad (Oliver, 1991).

3.6. BIBLIOGRAFÍA

Aldrich, H. y Fiol, C. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 4, pp. 645-670.

Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimization. *Organization Science*, 1, 2, pp. 177-194.

Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal*, 47, 1, pp. 93-103.

Barreto, I. y Baden-Fuller, C. (2006). To conform or to perform? Mimetic

behaviour, legitimacy-based groups and performance consequences. *Journal of Management Studies*, 43, 7, pp. 1559-1581.

Bozeman, B. (1993). Understanding the roots of publicness, en Sutton, B. (Ed), *The legitimate corporation*. Cambridge, MA: Blackwell.

Brint, S. y Karabel, J. (1991). Institutional origins and transformation: The case of American community colleges, en W. W. Powell y P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 337-360. Chicago: University of Chicago Press.

Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*, 39, 4, pp. 1024-1039.

Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42, 2, pp. 329-360.

Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, en Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. y Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.

Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010a). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, 3, pp. 127-143.

Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010b). Medición de la legitimidad organizativa. El caso de las sociedades de garantía recíproca. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 43, 2, pp. 115-143.

DiMaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 2, pp. 147–160.

Dornbush, S.M. y Scott, W.R. (1975). *Evaluation and the Exercise of Authority*. San Francisco: Jossey-Bass.

Dowling, J., y Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18, 1, pp. 122–136.

European Union (2009). *Leuven/Louvain-la-Neuve Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Leuven_Louvain-la-Neuve_Communic

iqu%C3%A9_April_2009.pdf

Fligstein, N. (1991). The structural transformation of American industry: An institutional account of the causes of diversification in the largest firms, en W. W. Powell y P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 311-336. Chicago: University of Chicago Press.

Fombrun, C., y Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 2, pp. 233–258.

Garland, R. (1991). The mid-point on rating scale: is it desirable? *Marketing Bulletin*, 2, 1, pp. 66-77

Hair, J.F.; Black, W.C.; Balbin, B.; Anderson, R.E. y Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis*, Upper Saddle River, NJ; Pearson Prentice Hall.

Harris, S. G. (1994). Organizational culture and individual sensemaking - a schema-based perspective. *Organization Science*, 5, 309-321.

Hegtvedt, D.A. y Johnson, C. (2000). Justice beyond the individual: a future with legitimation, *Social Psychology Quarterly*, 63, 4, pp. 298–311.

Human, S. E. y Provan, K. G. (2000). Legitimacy building in the evolution of small-firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*, 45, 2, pp. 327-365.

Hunt, C. S. y Aldrich, H. E. (1996). Why even Rodney Dangerfield has a home page: Legitimizing the world wide web as a medium for commercial endeavours, *Annual meeting of the Academy of Management*, Cincinnati, Ohio.

Ishizaka, A. y Labib, A. (2011). Review of the main developments in the analytic hierarchy process. *Expert Systems with Applications*, 38, 11, pp. 14336–14345

Johnson, C. (2004). Introduction: Legitimacy processes in organizations, en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 1–24. Amsterdam: Elsevier JAI.

Komorita, S.S. (1963). Attitude content, intensity, and the neutral point on a Likert scale, *The journal of social Psychology*, 61, pp 327-334

Li, J. T., Yang, J. Y. y Yue, D. R. (2007). Identity community, and audience: How wholly owned foreign subsidiaries gain legitimacy in China. *Academy of Management Journal*, 50, 1, pp. 175-190.

Low, B. y Johnston, W. (2008). Securing and managing an organizations network

legitimacy: The case of Motorola China. *Industrial Marketing Management*, 37, 7, pp. 873-879.

Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 2, pp. 340–363.

Ministerio de Educación (2011), *Tablas estadísticas sobre el Personal Universitario*, último acceso 08 de Marzo de 2012 <http://www.educacion.gob.es/educacion/universidades/estadisticas-informes/estadisticas/personal-universitario.html>

Neilsen, E.H. y Rao, M.V. (1987). The strategy legitimacy nexus: A thick description, *Academy of Management Review*, 12, 3, pp. 523-533.

Nunnally, J. y Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill

Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16, 1. pp. 145–179.

Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL.: Free Press.

Pfeffer, J. (1981). Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms, en L. L. Cummings y B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, 13, pp. 1-52. Greenwich, CT: JAI Press.

Powell, W. W. (1991). Expanding the scope of institutional analysis, en W. W. Powell; P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 183-203. Chicago: University of Chicago Press.

Ruef, M. y Scott, R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments, *Administrative Science Quarterly*, 43, 4, pp. 877-904

Rutherford, M. W. y Buller, P. F. (2007). Searching for the legitimacy threshold. *Journal of Management Inquiry*, 16, 1, pp. 78-92.

Saaty, T.L. (1977). A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structures, *Journal of Mathematical Psychology*, 15, 3, 234-281.

Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York: McGraw Hill.

Scott, W. R. (1977). Effectiveness of organizational effectiveness studies, in Goodman, P.S. y Pennings, J. M. (Eds.). *New perspectives on organizational effectiveness*, San Francisco: Jossey-Bass.

Scott, W. R. (1987). *Organizations: Rational, natural and open systems*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Scott, W. R. (1994). Institutions and organizations: Toward a theoretical synthesis, in Scott, W. R., Meyer, J. W (Eds.), *Institutional environments and organizations: Structural complexity and individualism*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*, Thousand Oaks, CA.: Sage

Scott, W. R. y Meyer, J. W. (1991). The organization o societal sectors, en Powell, W. W. y DiMaggio, P. J. (Eds.) *The new institutionalism in organizational analysis*, Chicago: University of Chicago Press.

Suchman M. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20, 3, pp. 571-610.

Thomas, G.M.; Walker, H.A. y Zelditch, M. Jr. (1986). Legitimacy and collective action, *Social Forces*, 65, 2, pp. 378-404.

Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it? A theoretical framework for measuring attitudes toward the legitimacy of environmental sustainability, *Business Strategy and the Environment*. 14, 3, pp. 186-197.

Tolbert, P. S. y Zucker, L. G. (1983). Institutional source of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. 28, 1, pp. 22-39.

Tushman, M.L. y Anderson, P. (1986). Technological discontinuities and organizational environments. *Administrative Science Quarterly*, 31, 3, pp. 439-465.

Walker, H.A. y Zelditch, M. Jr. (1993). Power, legitimacy, and the stability of authority: a theoretical research program, en Berger J. y Zelditch M Jr. (eds), *Theoretical Research Programs*, pp. 364–381, Stanford, CA: Stanford University Press.

Worcester, R.M. y Burns, T.E. (1975). A statistical examination of the relative precision of verbal scales, *Journal of the Market Opinion Research International*,

17, 3, pp.181-197.

Zimmerman, M., Zeitz, G. (2002). Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*. 27, 3, pp. 414-31.

Zucker, L. G. (1988). Where do institutional patterns come from? Organizations as actors in social systems, en L. G. Zucker (Ed.), *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*. Pp. 23-49. Cambridge, MA: Ballinger.

CAPITULO IV

RELACIÓN ENTRE LA LEGITIMIDAD Y EL ÉXITO ORGANIZATIVO

RELACIÓN ENTRE LA LEGITIMIDAD Y EL ÉXITO ORGANIZATIVO

4.1. INTRODUCCIÓN

La legitimidad consiste en un estado que refleja la alineación cultural, el apoyo normativo o la consonancia con las reglas y leyes relevantes (Scott, 1995). Representa un factor clave para comprender la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1987). Su importancia radica en que la aceptación y deseabilidad de las actividades de una organización, por su entorno y grupos sociales, le permitirá acceder a los recursos necesarios para sobrevivir y crecer (Baum y Oliver, 1991): “el estado de legitimidad representa una condición *sine qua non* para mejorar el acceso a los recursos, a mercados con restricciones de acceso y la supervivencia a largo plazo” (Brown, 1998, p. 35).

De acuerdo con la literatura, el proceso de legitimidad puede definirse como el conjunto de acciones cuyo desarrollo permite la obtención y el mantenimiento de legitimidad. Dicho proceso favorecería el acceso a recursos estratégicos, indispensables para las organizaciones, permitiendo su crecimiento y supervivencia (Zimmerman y Zeitz, 2002). Investigaciones recientes han analizado diferentes aspectos del proceso de legitimidad. Algunos estudios han identificado acciones estratégicas que favorecen la legitimidad de las organizaciones (Suchman, 1995; Zimmerman y Zeitz, 2002). Otros han teorizado sobre las distintas dimensiones que conforman la legitimidad (DiMaggio y Powell, 1983; Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995;

Greenwood et al., 2002; Zimmerman y Zeitz, 2002). También se ha analizado la relación entre estrategias de legitimidad y los objetivos organizativos (Bansal y Clelland, 2004; Alcántara et al., 2006; Barreto y Baden-Fuller, 2006; Tornikoski y Newbert 2007; Low y Johnston, 2008), así como la relación entre las dimensiones de legitimidad y los objetivos organizativos (Deepphouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Li et al., 2007).

La mayoría de estos estudios han analizado distintos aspectos que envuelven el concepto de legitimidad. Sin embargo, aún persisten vacíos para algunas cuestiones. Las organizaciones con mayor legitimidad, ¿obtienen mejores resultados?, ¿disponen de un mejor acceso a los recursos necesarios para sobrevivir?, ¿qué dimensiones de legitimidad conducen a la obtención de mejores resultados organizativos? Pretendemos dar una respuesta a las cuestiones planteadas anteriormente.

El propósito central del trabajo consiste en analizar empíricamente la relación entre la legitimidad y el éxito organizativo. Concretamente, analizaremos la relación entre: a) la legitimidad y los resultados organizativos y, b) la legitimidad y el acceso a los recursos estratégicos que permiten el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones. Para ello se han formulado ocho hipótesis. Nosotros consideramos que la legitimidad es crucial para cualquier tipo de organización. De manera que, aquellas organizaciones con mayor nivel de legitimidad se encontrarán en una situación más favorable para obtener mejores resultados. Además, un nivel alto de legitimidad también permitirá que las organizaciones que realizan actividades deseables, conforme a los valores y normas socialmente establecidas, tengan más oportunidades para sobrevivir gracias a disponer de un mejor acceso a los recursos necesarios.

Para alcanzar los objetivos anteriormente propuestos, realizamos nuestro estudio sobre la legitimidad del Espacio Europeo de Educación Superior. Consideramos que el EEES representaba un escenario excelente para estudiar la legitimidad, pues se trata de un proceso institucional que puede ser sujeto de

legitimación. Es la plasmación de la institucionalización de la educación en Europa.

La estructura del capítulo será la siguiente. Comenzamos con una revisión de la literatura donde exponemos el estado de la situación y formulamos las hipótesis del estudio. A continuación describimos la metodología utilizada, donde se detalla la muestra, las variables y métodos utilizados para el análisis de datos. Por último describimos los resultados alcanzados por la investigación y discutimos sus conclusiones, implicaciones, y formulamos las futuras líneas de investigación que se desprenden del estudio.

4.2. DESARROLLO TEÓRICO E HIPÓTESIS

4.2.1 Legitimidad: factor crítico de éxito

Numerosos autores han utilizado el término legitimidad pero pocos lo han definido (Deephouse y Suchman, 2008). Suchman (1995, p. 574) define ampliamente el concepto de legitimidad como “la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones”.

El principio central de la Teoría Institucional ha sido que las organizaciones necesitan ganar y mantener su legitimidad para poder sobrevivir. Algunos autores consideran que las organizaciones cumplen las reglas y los sistemas de creencias de su entorno porque ese isomorfismo les permite ganar y mantener su legitimidad (DiMaggio y Powell, 1983; Suchman, 1995; Deephouse, 1996). Cuando los objetivos que persiguen las organizaciones son congruentes con los valores de la sociedad, decimos que se están legitimando. Según Parsons (1960), el punto central del sistema de valores de una organización “debe ser la legitimidad de estos objetivos”. Las organizaciones

que sobreviven más tiempo son aquellas que mejor se ajustan a las presiones del entorno, actuando conforme a las normas y valores socialmente establecidos. Aquellas organizaciones que no se ajustan al entorno no sobreviven (Zaheer, 1995).

A menudo, cuando una organización queda desprovista de legitimidad o demuestra su insuficiencia, se encuentra en una situación de desahucio social, generalmente sin remedio (Vanhonacker, 2000). Numerosas organizaciones han fracasado no porque sus productos fueran malos o por carecer de recursos, sino por su falta o deterioro de legitimidad (Ahlstrom y Bruton, 2001; Chen et al., 2006). En 2002, la compañía de auditoría Arthur Andersen se vio involucrado en el escándalo financiero Enron. Debido a prácticas irregulares y deshonestas, los poderes gubernamentales privaron a la compañía el ejercicio de sus actividades, de auditoría y asesoría, para las sociedades registradas en la bolsa de valores de los Estados Unidos. En este caso el quebrantamiento de las leyes, así como la presión social ejercida sobre los gobernantes, motivó que estos sancionaran y regularan las actividades de la organización. En el resto de países donde operaba esta compañía, no fue sancionada su actividad. Sin embargo, la falta de credibilidad por parte de los clientes ocasionó la disolución paulatina de la organización.

La importancia del estudio de la legitimidad consiste en que ésta se presenta como un factor clave que puede conducir al éxito o, en su defecto, al fracaso de la organización (Diez-Martin et al., 2010a). Según la Teoría Institucional, la supervivencia y el éxito organizativo están relacionados con la legitimidad (Meyer y Rowan, 1977). La supervivencia organizativa depende del grado de apoyo que una organización recibe por parte de sus grupos de interés, es decir, de su legitimidad, definida como la congruencia entre los resultados organizativos y las normas institucionales (Arnold et al., 1996). Algunas organizaciones deportivas (e.g., clubes de fútbol, baloncesto, etc.) han visto incrementar sus ofertas de contratos publicitarios o subvenciones de la administración pública, por el simple hecho de desarrollar actividades y

actitudes socialmente aceptadas. Han demostrado poseer valores deseados por la sociedad. Por el contrario, la falta de legitimidad o la percepción de que la organización no actúa conforme a las normas y valores sociales, puede ocasionar que ésta fracase (e.g., Bianchi y Ostale, 2006)

Hipótesis 1a: Las organizaciones con mayor legitimidad obtienen mejores resultados.

Además, la legitimidad permite a las organizaciones generar una base para la toma de decisiones diferente a otros medios racionales. Las personas son influenciadas porque creen que las decisiones tomadas por otras personas u organizaciones legitimadas son correctas o apropiadas y deben ser seguidas (Zelditch, 2001). La legitimidad es capaz de crear un sentimiento de obligación en las personas permitiendo que las organizaciones más legitimadas consigan ganarse el consentimiento voluntario de los agentes externos (Tyler, 2006).

El comportamiento y los valores sociales no siguen exactamente un proceso racional siempre dirigido a la maximización del beneficio. En buena parte, debido a la carencia de tiempo, información y capacidad de análisis (March, 1978; Simon, 1978). En este sentido, la Teoría Institucional asume que la racionalidad limitada y la incertidumbre son condiciones crónicas en las sociedades y las organizaciones empresariales (Meyer y Rowan, 1977; DiMaggio y Powell, 1983; McKendrick et al., 2003). La racionalidad está limitada no sólo por errores cognitivos comunes o por la existencia de distintos marcos de referencia (Tversky y Kahneman, 1986; Hoffman et al., 2002), también se encuentra limitada por la adhesión, personal y colectiva, a modelos de interpretación existentes. Estos modelos guían los procesos de interpretación de la información, la evaluación de distintas alternativas, la percepción de los resultados alcanzados y su posterior aprendizaje, influyendo en la búsqueda y utilización de información para la toma de decisiones (Daft y Weick, 1984; Harris, 1994; Sharma, 2000).

Los esquemas mentales evolucionan, en cierta medida, en respuesta a las experiencias y resultados anteriores, a través de un proceso de aprendizaje organizativo (Daft y Weick, 1984). Pero responder a nuevas presiones y oportunidades, a las que ni la organización ni sus gerentes se han enfrentado nunca, requiere tanto la aceptación como la adaptación a esquemas existentes, a menudo, a través de la aplicación de analogías o metáforas, o la adquisición de nuevos elementos esquemáticos. Generalmente las personas no tienen una clara y completa evidencia de que una determinada acción sea la única forma de conseguir un objetivo, o que un objetivo sea mejor que otro. Ante este tipo de incertidumbres, los sistemas sociales aglomeran reglas, normas, valores y modelos que son socialmente reforzados y aceptados por los agentes sociales como legítimos (aceptables, apropiados y deseables). Cuando nos enfrentamos con decisiones inciertas o no programadas, los agentes sociales consultan estas normas, reglas, valores y modelos a fin de proceder. Harris (1994) sugiere que el proceso de adopción de nuevos esquemas mentales implica un dialogo mental artificial entre el punto de vista interior de lo que una persona considera sensato y la percepción de lo que otras personas relevantes opinan. Es decir, la adopción o rechazo de estos esquemas o elementos dependerá en gran medida de si los decisores los consideran legitimados.

La racionalidad limitada es particularmente desafiante y paradójica cuando se aplica a las organizaciones empresariales porque, generalmente, se las considera como organismos que realizan actividades racionales. Zimmerman y Zeitz (2002) sugieren que de acuerdo con el modelo económico, una organización gana acceso a recursos financieros cuando demuestra, con argumentos y pruebas apropiadas, que puede conseguir el retorno de la inversión (ROI). De esta forma, los inversores realizarían aportaciones en las organizaciones basándose en expectativas racionales para el ROI u otros indicadores financieros. Sin embargo, estos juicios están inmersos en la incertidumbre, tan sólo porque se refieren al futuro desconocido. Siguiendo el ejemplo anterior, la legitimidad ayuda a decidir a los inversores. Una organización legitimada les indicaría que la organización se encuentra

comprometida con las reglas, normas, valores y modelos socialmente aceptados, utiliza medios apropiados y persigue objetivos racionales. Todo ello cual indicaría que sería apropiado invertir en la organización, a pesar de la incertidumbre actual sobre el futuro de los resultados financieros.

La legitimidad mejora la estabilidad y comprensibilidad de las actividades organizativas. Muestra el grado de inclusión de la organización dentro de un sistema institucionalizado de creencias y valores. Gracias a la legitimidad, muchas organizaciones pueden influir sobre las personas, no sólo desde una posesión de poder, sino al demostrar la ejemplaridad y deseabilidad de sus acciones. De esta forma, es un factor que sirve para mejorar las oportunidades a la hora de adquirir los recursos necesarios para la supervivencia y el crecimiento, como pueden ser el capital, la tecnología, los equipos de gestión, las personas, los clientes y las redes de trabajo (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1987; Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995).

Aquellas organizaciones que parecen deseables, correctas o apropiadas ante la mirada de los grupos de interés, las organizaciones legitimadas, tendrán más posibilidades de continuar con las actividades que realizan, y por lo tanto, más posibilidades de sobrevivir. Aunque las organizaciones legitimadas pueden intentar acceder a los recursos por medio de acciones ilegales poco éticas o poco convenientes, sin embargo, con el tiempo, esta aproximación podría crear problemas para la organización, limitando su supervivencia y crecimiento, e incluso dificultando futuros intentos por incrementar la legitimidad y alcanzar los objetivos. Esto vendría motivado como consecuencia de que los grupos de interés desean que las organizaciones se ajusten a determinadas normas de comportamiento socialmente aceptadas. De esta forma, la legitimidad llevaría a la continuidad de las actividades organizativas porque los grupos de interés son más propensos a apoyar aquellas organizaciones que les parecen deseables, correctas o apropiadas (Parsons, 1960).

Hipótesis 1b: Las organizaciones con más legitimidad tienen acceso a un mayor número de recursos.

4.2.2 Dimensiones de la legitimidad organizativa

El concepto de dimensión de la legitimidad ha sido ampliamente estudiado durante la década de 1990 (Deephouse y Suchman, 2008). Aldrich y Fiol (1994) distinguen entre legitimidad cognitiva y sociopolítica. Scott (1995), sin embargo, subdivide la dimensión sociopolítica de Aldrich y Fiol y propone tres dimensiones de legitimidad, a las que denomina reguladora, normativa y cognitiva. Otros autores han desarrollado esquemas similares (Greenwood et al., 2002). Nosotros seguimos el propuesto por Suchman (1995). Este autor propuso un marco de referencia que incluye tres dimensiones de legitimidad: pragmática, moral y cognitiva.

Por sí misma, cada dimensión de legitimidad (pragmática, moral y cognitiva) supone una percepción generalizada de que las actividades organizativas son deseables, apropiadas y correctas dentro de un sistema social de normas, valores, creencias y definiciones. Sin embargo, cada una de estas dimensiones reside en distintas dinámicas de comportamiento.

La legitimidad pragmática descansa sobre los intereses del entorno específico de la organización. Las organizaciones mantienen relaciones directas con su entorno directo. Estas relaciones pueden llegar a convertirse en auténticas relaciones de poder, en las que algunos grupos pueden conseguir un gran poder sobre la organización (Suchman, 1995) y sus objetivos. Desde un punto de vista pragmático, los grupos de presión mostrarán su apoyo a la organización no porque ésta alcance grandes metas, como una gran facturación, sino porque observan que la organización está siendo receptiva a los intereses propios de su grupo. En este caso, la organización intentaría que sus políticas y objetivos sean evaluados positivamente por el entorno

específico, especialmente por sus grupos de presión. Generándose una relación materialista de poder y dependencia. Para este tipo de audiencia, la receptividad de la organización a sus intereses es más importante que la obtención de grandes beneficios. Apoyan las acciones de la organización pues la consideran como alguien que demuestra y comparte sus intereses, valores, creencias y que es honesta, deseable, auténtica y fiable. Esta confianza puede venir derivada del cumplimiento de reglas, estándares y expectativas generadas por gobiernos, grupos profesionales, asociaciones o la propia industria. Por ejemplo, una organización cuya actividad es coherente con las normas y regulaciones impuestas por la Securities and Exchange Commission (SEC), puede acceder a nuevas fuentes de capital mediante una oferta pública de valores.

Hipótesis 2a: Las organizaciones con mayor legitimidad pragmática obtienen mejores resultados.

Hipótesis 2b: Las organizaciones con más legitimidad pragmática tienen acceso a un mayor número de recursos.

La legitimidad moral, implica una evaluación normativa positiva de la organización y sus actividades (Parsons, 1960; Aldrich y Fiol, 1994). A diferencia de la pragmática, la moral no descansa en juicios sobre si un determinado tipo de acción beneficia al evaluador, sino más bien, sobre si un determinado tipo de acción *es lo que se debe hacer* desde un punto de vista moral. La legitimidad moral generalmente se analiza evaluando la conveniencia de los outputs, las técnicas, procedimientos y la estructura organizativa utilizados para alcanzar los objetivos (Scott, 1977; Scott y Meyer, 1991). Una organización demuestra que es deseable desde una dimensión moral cuando el trato hacia los empleados o hacia los clientes es el esperado, dentro del sistema social donde opera.

Generalmente las preocupaciones morales son más resistentes a la manipulación externa que las consideraciones meramente pragmáticas. De lo

que se desprende que este tipo de legitimidad sea más difícil de alcanzar, pero, por el contrario, es menos manipulable y más fuerte que la legitimidad pragmática (Suchman, 1995).

Hipótesis 3a: Las organizaciones con mayor legitimidad moral obtienen mejores resultados.

Hipótesis 3b: Las organizaciones con más legitimidad moral tienen acceso a un mayor número de recursos.

Respecto a la legitimidad cognitiva, ésta corresponde con acciones que simplifican o ayudan a dar sentido a la toma de decisiones y, por tanto, ayudan a la solución de los problemas. La legitimidad cognitiva resulta de tomar como propio el sistema de creencias formulado por profesionales y científicos, donde se especifica y codifica el conocimiento. Dando por sentado supuestos que aportan un marco de actuación para las rutinas diarias y también para las más especializadas (Scott, 1994). En un sentido amplio, la legitimidad cognitiva indica cómo ver el mundo y qué acciones son efectivas. A veces resulta complicado distinguir con claridad las diferencias entre la legitimidad cognitiva y moral (Zeitz et al., 1999). Una organización demuestra su deseabilidad y aceptación comprometiéndose y desarrollando métodos, modelos, prácticas, supuestos, conocimiento, ideas, realidades, conceptos, pensamientos y otros, que están ampliamente aceptados y considerados útiles y deseables por el cuerpo de profesionales y expertos científicos donde opera (Aldrich y Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995; Hunt y Aldrich, 1996; Zimmermann y Zeitz, 2002), es decir, desarrolla actividades que ayudan a simplificar los procesos de decisión, consiguiendo que las decisiones sean mejores y más racionales. Se trata de un tipo de legitimidad fundamentada en el conocimiento, más que en el interés o la evaluación (Aldrich y Fiol, 1994). La presencia de un equipo directivo, con formación en las mejores escuelas de negocio, podría indicar que la organización conoce las técnicas de gestión más efectivas.

Hipótesis 4a: Las organizaciones con mayor legitimidad cognitiva obtienen mejores resultados.

Hipótesis 4b: Las organizaciones con más legitimidad cognitiva tienen acceso a un mayor número de recursos.

4.3. METODOLOGÍA

4.3.1 Muestra

Contrastamos las hipótesis utilizando datos de la legitimidad del Espacio Europeo de Educación Superior en las Universidades públicas de la Comunidad de Madrid, a saber: Universidad Complutense, Universidad Autónoma, Universidad de Alcalá, Universidad Politécnica, Universidad Carlos III y Universidad Rey Juan Carlos. Son numerosos los estudios de legitimidad entre sectores empresariales con necesidades de incrementar su reconocimiento social (Li et al., 2007; Rutherford y Buller, 2007; Tornikoski y Newbert, 2007; Ahlstrom et al., 2008; Díez et al, 2010a; Deniz y Garcia, 2011). Por ello consideramos que esta población es adecuada para el propósito de la investigación. El universo poblacional lo componen la comunidad universitaria de las seis universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM).

4.3.2 Variables

-Legitimidad: pragmática, moral y cognitiva

Son varios los autores que coinciden en señalar las dificultades que conlleva cuantificar el concepto de legitimidad (Bozeman, 1993; Suchman, 1995; Low y Johnston, 2008). La legitimidad no puede observarse directamente. Son los gobiernos, medios de comunicación, sociedad e inversores, quienes poseen o

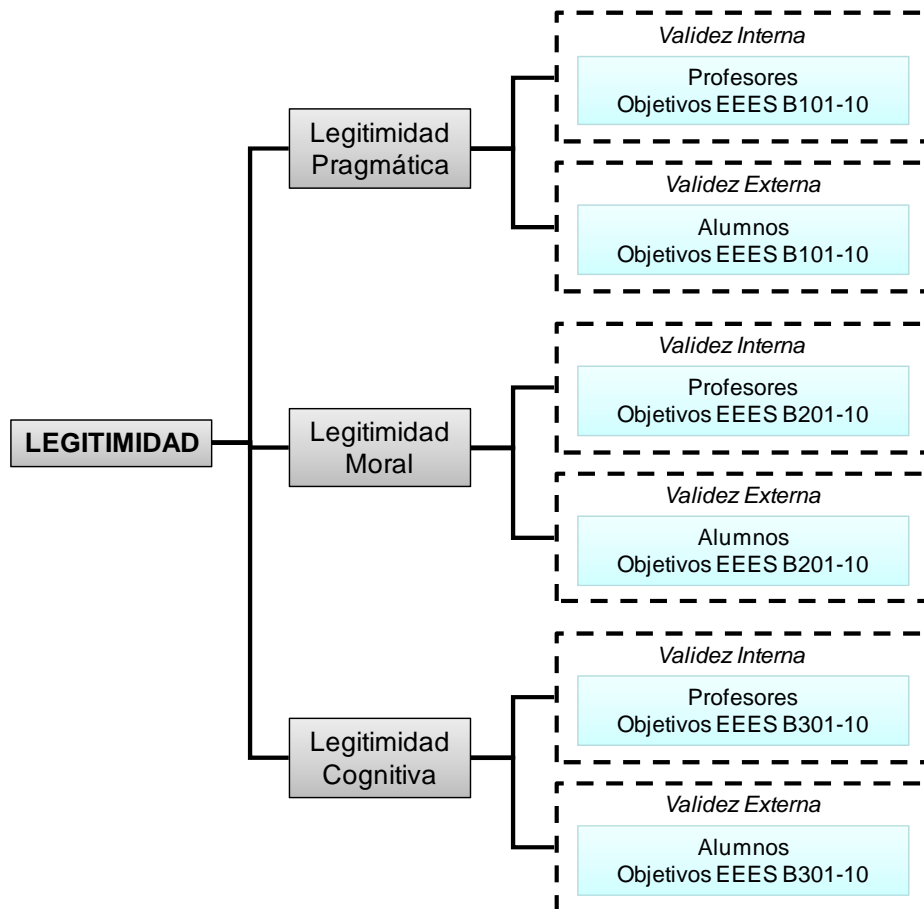
influyen en el flujo de recursos cruciales para el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones. De forma que cuando estos grupos reducen esa transferencia de recursos, provocan un efecto negativo sobre la legitimidad de la organización y viceversa (Hybels, 1995).

En investigaciones anteriores la legitimidad ha sido cuantificada utilizando distintos procedimientos. Tradicionalmente se han utilizado estudios de contenido cuantitativos (Deephouse, 1996; Ruef y Scott, 1998; Bansal y Clelland, 2004; Deephouse y Carter, 2005). Otros estudios, han establecido medidas de la legitimidad mediante otro tipo de herramientas. Human y Provan (2000), Rutherford y Buller (2007) o Low y Johnston (2008) han utilizado el análisis de entrevistas semi-estructuradas a fundadores y/o directivos de organizaciones para medir la legitimidad. Esta forma de conocer la legitimidad es posible, pues la legitimidad la proporciona la forma de operar que tiene una organización en relación a los valores de la sociedad donde actúa. Precisamente, son los gestores y fundadores de una organización quienes mejor conocen su cultura, hábitos, rutinas y formas de proceder. Por todo ello, consideramos que las técnicas de evaluación de la actitud, como las encuestas, entrevistas o simulaciones en laboratorios, pueden utilizarse para determinar las dimensiones de la legitimidad (Thomas, 2005).

La figura 4.1 recoge el modelo utilizado para medir la legitimidad. La legitimidad puede identificarse como un constructo multidimensional (Ruef y Scott, 1998), formado por dos dimensiones: locus referencial y tipos o dimensiones de legitimidad (Thomas, 2005). La primera dimensión se encuentra relacionada con el locus referencial del imperativo de legitimación, ya sea interno o externo a la persona. Esta dimensión se alcanzaría mediante una combinación de *corrección* y *validez* (Dornbush y Scott, 1975). La corrección hace referencia a la percepción o creencia de que una acción es deseable, correcta y apropiada según los criterios de evaluación individuales. A su vez, la validez se refiere a la creencia de obligatoriedad que posee cada individuo por responder, a la presión social, mediante acciones acordes a las políticas y normas establecidas

en la sociedad, incluso en ausencia de una sensación personal de corrección (Thomas, 2005). Así, para evaluar la legitimidad de una organización se debe considerar tanto las actitudes personales respecto a lo apropiado de sus actividades, es decir, su corrección o validez interna, como las percepciones de las actitudes de los pares y figuras de autoridad, es decir, su validez externa. Ruef y Scott (1998) sostienen que Fuentes de legitimidad son el público interno y externo que observan las organizaciones y hacen evaluaciones de su legitimidad. La segunda dimensión la conforman los criterios de evaluación o *dimensiones de legitimidad* (pragmática, moral y cognitiva) que contribuyen, consciente o inconscientemente, a la aparición de distintas percepciones de legitimidad (Suchman, 1995). Nosotros medimos la legitimidad a partir de este constructo formado por dos dimensiones.

Figura 4.1: Modelo de medición de la legitimidad



La recogida de información se realizó mediante cuestionario personal, entre el 01 de Octubre de 2011 al 22 de Diciembre de 2011. La encuesta se realizó tanto a alumnos como a profesores de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid. Se utilizó el mismo cuestionario para toda la comunidad universitaria. En la medición de la legitimidad no participaron alumnos de máster, ni tampoco el personal de administración y servicios. Se utilizaron escalas de intervalo, concretamente la escala de Likert de 5 puntos. Este tipo de escala es recomendable para medir actitudes y percepciones de los individuos. Entre otros motivos porque incluye un punto medio neutro (Komorita, 1963; Garland, 1991). Además permite homogeneizar los conceptos medidos, facilita la respuesta de los encuestados y mejora la fiabilidad de la información (Worcester y Burns, 1975). En el capítulo anterior de este trabajo se especifica con mayor detalle el proceso de recogida de información, así como la validez de las escalas y el modelo utilizado para la medición de la legitimidad y sus dimensiones. Consideramos que la muestra es suficientemente representativa del universo poblacional, posibilitando la realización del estudio y el establecimiento de conclusiones.

-Resultados Organizativos

Los resultados de una organización representan la consecuencia de la aplicación de sus objetivos. La evaluación de los resultados organizativos debe ser coherente con los objetivos establecidos. El objetivo principal del EEES consiste en asegurar y sistema de educación superior en Europa, comparable, compatible y coherente (Declaración de Bolonia, 1999). Las Universidades forman la estructura del sistema de educación superior. Sus objetivos principales son: “1) la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia, de la técnica y de la cultura, 2) la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos y métodos científicos y para la creación artística, 3) la difusión, la valorización y la transferencia del conocimiento al servicio de la cultura, de la calidad de la vida, y del desarrollo económico y 4) la difusión del conocimiento y la cultura a través de la extensión

universitaria y la formación a lo largo de toda la vida” (España, 2001, Ley de Universidades).

La medición de estos objetivos presenta múltiples complicaciones. En primer lugar la mayoría de datos relacionados con estos objetivos no son públicos. En segundo lugar, algunos de los resultados derivados de estos objetivos son utilizados por la Comunidad de Madrid para financiar a las universidades, por lo que muchas universidades no quieren prestar sus datos (Ortega et al, 2008). Además, incluso algunas universidades no contemplan indicadores específicos para medir estos objetivos. Estas dificultades nos llevaron a medir los resultados de las Universidades de la CAM en función de: 1) número de alumnos matriculados en grado, 2) número de alumnos totales matriculados en la universidad, y 3) número de grados obtenidos por la universidad.

Tanto el número de alumnos totales, de grado, así como el número de grados oficiales, se obtuvieron del Estudio del proceso de ingreso y matriculación en las universidades de la Comunidad de Madrid de los años 2008-09, 2009-10 y 2010-11. Hasta la fecha no hemos encontrado datos oficiales posteriores a estas fechas.

-Recursos Organizativos

Los recursos económicos de las Universidades provienen fundamentalmente de dos partidas de ingresos. Los ingresos por cuenta corriente (alrededor del 80%), provenientes de las transferencias de la Comunidad de Madrid y de las tasas públicas abonadas por los alumnos. Los ingresos por cuenta de capital (alrededor del 20%), provienen fundamentalmente de actividades de I+D financiadas de forma competitiva por programas europeos (programa marco de la UE), nacionales (Plan Nacional de I+D), comunitarios (PRICYT) y otros (Ortega et al, 2008).

Medimos los recursos económicos con la partida de ingresos totales del presupuesto, publicado en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (BOCM), entre los años 2008 a 2011, de las seis universidades objeto de estudio. No se tomaron los datos de 2012 porque algunas universidades aún no los habían publicado en el BOCM.

A su vez, el personal de una universidad también forma parte de los recursos necesarios para su desempeño. En este sentido consideramos pertinente tener en cuenta dos indicadores sobre el personal de la universidad. El número de profesores, así como el número de personal de administración y servicios. Estos datos fueron obtenidos de las Tablas estadísticas del Ministerio de Educación sobre Personal Universitario de los años 2008-09, 2009-10. No existen datos posteriores.

4.3.3 Análisis de los datos

Para analizar la relación entre la legitimidad y el éxito organizativo se utilizó el estudio de casos. Esta metodología permite obtener conocimientos sobre los procesos organizativos (Yin, 1994). Además, la población objeto de estudio, seis universidades, no permite la utilización de otro tipo de técnicas paramétricas. Estudios como los de Bianchi y Ostale (2006) o Ahlstrom et al (2008) analizan los problemas de legitimidad en Chile y la construcción de legitimidad en China, utilizando el estudio de casos. Rutherford y Buller (2007) también utilizan el estudio de casos para analizar el umbral de legitimidad de once empresas de nueva creación en EEUU.

4.4. RESULTADOS

4.4.1 Análisis de resultados de las Universidades Públicas de Madrid

-Universidad de Alcalá

La Universidad de Alcalá fue fundada por el Regente de España, el Cardenal Cisneros, en 1499 como proyecto educativo absolutamente novedoso. El Cardenal Cisneros quiso que esta Universidad fuera el crisol donde se educara no sólo el clero regular y secular dispuesto a afrontar la reforma eclesiástica, sino también los nuevos funcionarios competentes que necesitaban los reinos de España. Es trasladada a Madrid a mediados del siglo XIX, como resultado del proceso de desamortización, sin embargo, la aspiración de recuperación de la Universidad de Alcalá se mantuvo viva desde entonces gracias a la Sociedad de Condueños. El aliento de los alcalaínos, el prestigio de su pasado, la recuperación de la memoria histórica y el nuevo impulso que dio a la educación en España la transición democrática, hicieron posible que en 1977 volviera a abrir sus aulas la Universidad de Alcalá.

Actualmente, la Universidad de Alcalá es una institución moderna, de tamaño medio, reconocida en Europa y América como modelo a imitar. A los clásicos estudios humanistas y de ciencias sociales, la Universidad de Alcalá ha incorporado las más novedosas titulaciones en todos los campos científicos como las ciencias de la salud o distintas ingenierías distribuidas en sus diversos campus (dos de ellos en Alcalá de Henares y otro en Guadalajara, así como una sede en Madrid), que constituyen todas ellas, junto con el Parque Científico y Tecnológico, un factor decisivo de proyección internacional y de elemento dinamizador de la actividad en nuestra región (*Historia de la Universidad de Alcalá*, 2012).

Sus 17.119 alumnos, 1726 profesores y 779 trabajadores administrativos y de servicio dan vida a 34 Titulaciones Oficiales, 15 Programas Oficiales de

Postgrado, 43 Doctorados (15 de ellos con Mención de Calidad) y una importante oferta de Másteres y Estudios de Especialización. La reconocida calidad de sus estudios, el desarrollo de importantes líneas de investigación, sus relaciones internacionales, el interés histórico-artístico de sus emblemáticos edificios, sus nuevas y modernas instalaciones y su completa adaptación a las demandas del actual mercado de trabajo la sitúan a la vanguardia de las universidades públicas.

La tabla 4.1 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad de Alcalá. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque si resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.1: Legitimidad del EEES en la Universidad de Alcalá

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,178	0,172
Leg. Pragmática	0,181	0,178
Leg. Moral	0,174	0,171
Leg. Cognitiva	0,000	0,143

Por otro lado, la tabla 4.2, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos

encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.2: Recursos y resultados de la Universidad de Alcalá

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	160.621.570	168.677.000	168.679.834	164.486.989
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		1737	1726	
Pas		786	779	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		16.384	17.140	17.119
Alumnos grado		444	2531	5.840
Grados		4	18	34

-Universidad Autónoma de Madrid

La Universidad Autónoma de Madrid (U.A.M.), es una universidad pública que se fundó en 1968, momento en que sus facultades estaban dispersas por diversos edificios de la capital española. No obstante, la localización actual de esta universidad es el Campus de Cantoblanco, al norte de la ciudad de Madrid. Dicho Campus, con 2.252.000 m² de superficie total, se inauguró el 25 de octubre de 1971. Además del Campus de Medicina y otros centros ubicados dentro del núcleo de Madrid (Wikipedia, *Historia* de la Universidad Autónoma de Madrid, 2012).

Es una de las seis universidades públicas de la Comunidad de Madrid junto a la Universidad Complutense, la Universidad Politécnica, la Universidad de Alcalá, la Universidad Carlos III y la Universidad Rey Juan Carlos.

Cuenta con siete facultades: Ciencias, Derecho, Filosofía y Letras, Psicología, Medicina (situada fuera del Campus de Cantoblanco), Ciencias Económicas y

Empresariales, Formación de Profesorado y Educación y la Escuela Politécnica Superior, además de siete Escuelas Universitarias adscritas (cinco de enfermería, una de fisioterapia y una de magisterio); todo ello estructurado en 59 departamentos. También cuenta con numerosos institutos de investigación propios y centros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) asociados. Es la universidad de España con más investigadores de impacto, según los rankings internacionales.

La tabla 4.3 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad Autónoma de Madrid. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque si resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.3: Legitimidad del EEES en la Universidad Autónoma de Madrid

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,168	0,175
Leg. Pragmática	0,168	0,178
Leg. Moral	0,167	0,163
Leg. Cognitiva	0	0,183

La tabla 4.4, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.4: Recursos y resultados de la Universidad Autónoma de Madrid

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	300.748.964	315.025.892	308.501.212	286.863.883
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		2454	2427	
Pas		993	993	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		26.989	26.935	26.940
Alumnos grado		0	4677	9293
Grados		0	29	42

-Universidad Carlos III

Fundada en 1989, la Universidad Carlos III de Madrid es una de las seis universidades públicas de la Comunidad de Madrid junto a la Complutense, la Politécnica, la de Alcalá, la Autónoma y la Universidad Rey Juan Carlos.

Se trata de una universidad de tamaño medio (18.419 alumnos) que posee tres campus distribuidos por la provincia. Ofrece 30 titulaciones de grado, que se reparten entre las siguientes áreas: jurídica, socioeconómica, técnica y humanística, sin olvidarse de otras subáreas como la Comunicación (Periodismo y Comunicación Audiovisual) o la Biblioteconomía y la Documentación. Sus centros se encuentran ubicados en el Campus de Colmenarejo, Campus de Getafe y Campus de Leganés.

La tabla 4.5 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad Carlos III. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata

de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque si resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.5: Legitimidad del EEES en la Universidad Carlos III

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,166	0,171
Leg. Pragmática	0,165	0,168
Leg. Moral	0,166	0,176
Leg. Cognitiva	0	0,171

La tabla 4.6, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.6: Recursos y resultados de la Universidad Carlos III

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	175.927.410	174.537.020	177.509.690	178.337.750
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		1744	1721	
Pas		797	793	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		18.326	18.982	18.419
Alumnos grado		4471	7483	10191
Grados		20	20	30

-Universidad Complutense

La Universidad Complutense fue fundada en Alcalá de Henares, la antigua Complutum, por el Cardenal Cisneros, mediante Bula Pontificia concedida por el Papa Alejandro VI en 1499. Sin embargo, su verdadero origen se remonta al 20 de mayo de 1293, fecha en que el Rey Sancho IV de Castilla crea el Estudio de Escuelas Generales de Alcalá, que daría lugar dos siglos después a la Universidad Complutense de Cisneros. En sus aulas impartieron magisterio, entre otros, José Ortega y Gasset, Manuel García Morente, Luis Jiménez de Asúa, Santiago Ramón y Cajal y Blas Cabrera (*Historia de la Universidad Complutense*, 2012).

La Universidad Complutense de Madrid es una de las universidades con mayor número de estudiantes presenciales de toda España. Para ese mismo curso contó con el trabajo de más de 6.000 profesores. Para el curso 2011–2012 cuenta con más de 100 titulaciones, entre Grados, Másteres Universitarios y Títulos Propios. Sus centros se encuentran ubicados en el Campus Universitario de Moncloa y el Campus Universitario de Somosaguas. Además, algunos se encuentran localizados en diferentes emplazamientos dentro del núcleo urbano de Madrid.

La tabla 4.7 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad Complutense. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque sí resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.7: Legitimidad del EEES en la Universidad Complutense

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,163	0,155
Leg. Pragmática	0,161	0,151
Leg. Moral	0,167	0,165
Leg. Cognitiva	0	0,15

La tabla 4.8, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.8: Recursos y resultados de la Universidad Complutense

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	607.208.963	607.559.030	595.577.038	595.577.038
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		6448	6301	
Pas		4195	4176	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		67.641	68.165	69.746
Alumnos grado		0	10312	22959
Grados		0	40	61

-Universidad Politécnica de Madrid

La Universidad Politécnica de Madrid cumplió 25 años en 1996 como tal Universidad, si bien la mayoría de sus centros son más que centenarios pues fueron fundados en los siglos XVIII y XIX y cada uno de ellos mantuvo su vida

independiente hasta ser agrupados en la UPM. Pero es en 1970 cuando la Ley General de Educación convirtió el Instituto Politécnico de Madrid, que agrupaba desde 1966 a las diversas Escuelas Técnicas Superiores, en Universidad Politécnica de Madrid (*Historia de la Universidad Politécnica de Madrid*, 2012). Actualmente con sede en la Ciudad Universitaria de Madrid y con instalaciones en varias ubicaciones: Campus Centro (Centros dentro del casco de Madrid), Ciudad Universitaria, Campus de Montegancedo (Boadilla del Monte) y Campus Sur (Complejo Politécnico de Vallecas).

La Universidad Politécnica de Madrid es referente de calidad en la formación de ingenieros y arquitectos cualificados, competitivos a nivel internacional. Ofrece 34 titulaciones de Grado adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior especializadas en las áreas de Arquitectura, Ingenierías y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

La tabla 4.9 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad Politécnica de Madrid. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque si resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.9: Legitimidad del EEES en la Universidad Politécnica de Madrid

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,162	0,173
Leg. Pragmática	0,167	0,177
Leg. Moral	0,156	0,16
Leg. Cognitiva	0	0,183

La tabla 4.10, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.10: Recursos y resultados de la Universidad Politécnica de Madrid

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	425.050.230	422.074.878	412.556.916	400.113.917
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		3359	3349	
Pas		2369	2369	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		35.546	35.981	36.543
Alumnos grado		0	2156	8900
Grados		0	10	34

-Universidad Rey Juan Carlos

La Universidad Rey Juan Carlos (URJC) es una de las seis universidades públicas de la Comunidad de Madrid junto a la Complutense, la Carlos III, la Politécnica, la de Alcalá y la Autónoma. Su nombre es homenaje al Rey Juan Carlos I y fue creada por Ley 7/1996, de 8 de julio de 1996, con el lema latino *Non nova, sed nove* ("No cosas nuevas, sino de una manera nueva"). Su eslogan publicitario es *Pública y preparada para ti*.

La Universidad Rey Juan Carlos dispone actualmente de cuatro campus operativos en Alcorcón, Fuenlabrada, Móstoles y Vicálvaro, y una Fundación cuya sede se encuentra ubicada en la Madrileña Plaza de Manuel Becerra. En

estos campus se pueden estudiar los nuevos grados adaptados el Espacio Europeo de Educación Superior. Según datos de 2009/2010, se ofertan 61 titulaciones de grado, 62 másteres universitarios, 33 títulos propios y de formación continua, así como una amplia oferta de programas de doctorado, todos ellos correspondientes a las áreas de Ciencias de la Salud, Ciencias Experimentales y Tecnología, Ciencias de la Comunicación y Ciencias Jurídicas y Sociales. Según los datos estadísticos oficiales de la Comunidad de Madrid referidos al curso académico 2010-2011, la URJC es la tercera universidad pública de la región en número de alumnos, con 31613 estudiantes.

La tabla 4.11 muestra la legitimidad del EEES en la Universidad Rey Juan Carlos. Los resultados fueron tomados del capítulo 3 de este trabajo. Los datos fueron elaborados teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los grupos internos y externos de la Universidad. Estas diferencias fueron confirmadas mediante el análisis de las varianzas de los resultados entre profesores y alumnos. En el modelo 1 la legitimidad cognitiva es igual a cero porque se trata de una dimensión de legitimidad no significativa para los profesores, aunque si resultó significativa para los alumnos.

Tabla 4.11: Legitimidad del EEES en la Universidad Rey Juan Carlos

Legitimidad	Modelo 1 Profesores	Modelo 2 Alumnos
Legitimidad Total	0,163	0,155
Leg. Pragmática	0,159	0,148
Leg. Moral	0,17	0,165
Leg. Cognitiva	0	0,171

La tabla 4.12, muestra los recursos y resultados alcanzados por esta universidad en los últimos años. El presupuesto de la Universidad sigue el año natural, se aprueban para el periodo comprendido entre Enero y Diciembre. A su vez, los datos relacionados con el número de profesores, personal de administración y servicios, alumnos totales y de grado, así como el número de

grados, se tomaron utilizando el año académico. No hemos encontrado datos oficiales del número de profesores y Pas para el periodo 2010-11.

Tabla 4.12: Recursos y resultados de la Universidad Rey Juan Carlos

<i>Recursos Organizativos</i>				
Año natural	2008	2009	2010	2011
Presupuesto	127.945.663	113.009.391	118.512.059	119.880.546
Año académico	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Profesores		1577	1562	
Pas		535	531	
<i>Resultados Organizativos</i>				
Alumnos totales		25.678	27.960	31.613
Alumnos grado		1661	7597	14099
Grados		4	34	61

4.4.2 Análisis del éxito y la legitimidad de las Universidades Públicas de Madrid

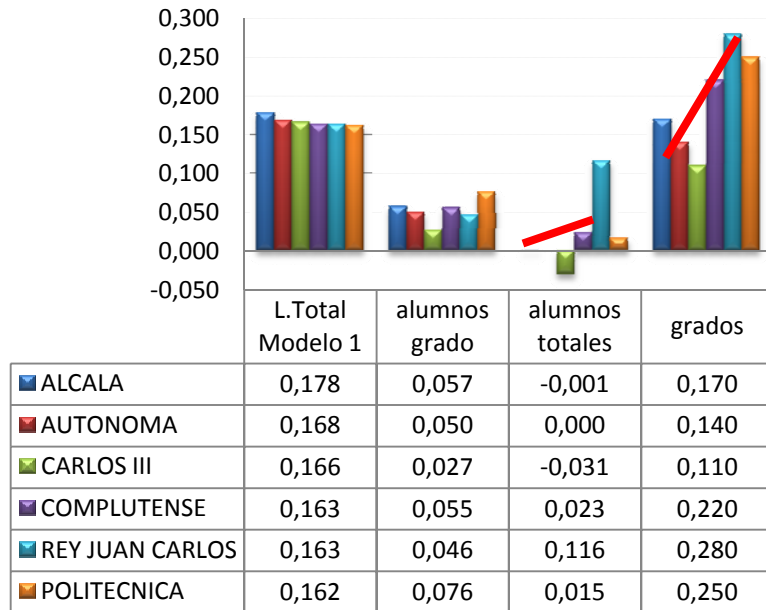
Para analizar las relaciones entre las variables (legitimidad y resultados) y contrastar las hipótesis, hemos utilizado estadística descriptiva. Otra metodología no hubiera reportado mayor fiabilidad al estudio, debido al tamaño poblacional. Estudios como el de Blair y Zinkhan (2006) han demostrado que la riqueza de la muestra es más importante que el propio tamaño. Lo que importa es la calidad, y no tanto la cantidad de los datos. En nuestra investigación se encuentran representadas todas las organizaciones del sector público de educación superior de la Comunidad de Madrid.

4.4.2.1 Contraste de la Hipótesis 1a: Las organizaciones con mayor legitimidad obtienen mejores resultados.

La relación entre la legitimidad total del EEES (Modelo 1: evaluaciones de los profesores) y los resultados organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.2. Las universidades han sido clasificadas atendiendo al grado de legitimidad del EEES. El indicador “alumnos de grado” representa la evolución del número de alumnos totales entre los periodos 2009-10 y 2010-11. Este indicador fue dividido por 10 para estandarizar los resultados con los del resto de indicadores. Los “alumnos totales” también fueron estandarizados, y representan la evolución del número de alumnos matriculados en cada universidad entre los periodos 2009-10 y 2010-11. Por último, el indicador “grados” representa la evolución del número de grados entre los periodos 2009-10 y 2010-11. Al igual que el indicador alumnos de grado, también fue dividido por 100 para estandarizar los resultados con los del resto de indicadores.

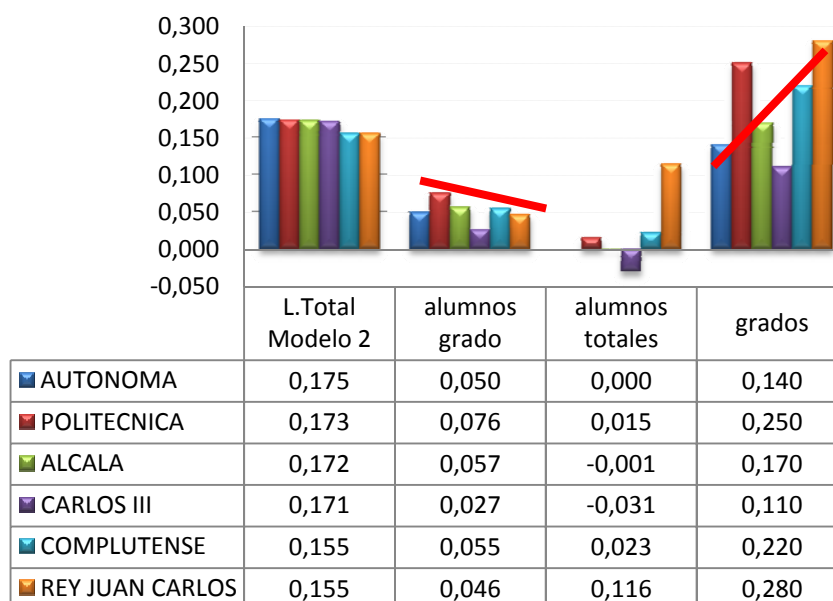
Los resultados señalados en esta figura no apoyan la Hipótesis 1a. No se observa ningún tipo de tendencia en relación a la legitimidad del EEES y la evolución del número de alumnos de grado. Sin embargo, si se aprecia que en las universidades con menor legitimidad del EEES (Complutense, Rey Juan Carlos y Politécnica) la evolución del número de alumnos totales matriculados ha sido mayor. En este caso se apreciaría una tendencia negativa. Por último, también se aprecia que la evolución del número de grados, en las universidades con menor legitimidad del EEES, ha sido mayor que en aquellas en las que existía una mayor legitimidad total.

Figura 4.2: Relación entre la legitimidad del EEES y los resultados organizativos (Profesores)



Los resultados de la figura 4.3 muestran la relación entre la legitimidad del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los alumnos (Modelo 2). Estos datos apoyan de forma leve la Hipótesis 1a. Las universidades Politécnica, Alcalá, Complutense y Rey Juan Carlos siguen una tendencia positiva en la que a mayor legitimidad, mayor incremento del número de alumnos de grado. No se observa ninguna tendencia en relación a la evolución del número de alumnos totales matriculados y la legitimidad. Sin embargo, al igual que para el Modelo 1, sí se detecta una tendencia negativa entre la legitimidad del EEES y la evolución del número de grados, en las universidades de Autónoma, Alcalá, Complutense y Rey Juan Carlos.

Figura 4.3: Relación entre la legitimidad del EEES y los resultados organizativos (Alumnos)

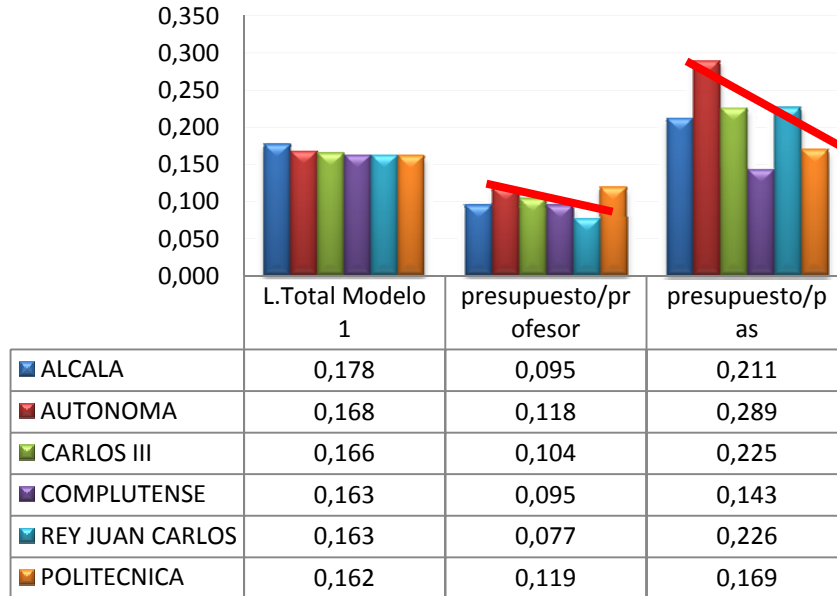


4.4.2.2 Contraste de la Hipótesis 1b: Las organizaciones con más legitimidad tienen acceso a un mayor número de recursos.

La relación entre la legitimidad total del EEES (Modelo 1: evaluaciones de los profesores) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.4. Las universidades han sido clasificadas atendiendo al grado de legitimidad del EEES. Los ratios presupuesto/profesor y presupuesto/pas están en millones de euros. Esta estandarización permitía una mejor comparación entre indicadores. Para el presupuesto se utilizaron los datos de 2011 y para los profesores y pas, los datos de 2009-10.

Los resultados señalados en esta figura apoyan la Hipótesis 1b. En las universidades Autónoma, Carlos III, Complutense y Rey Juan Carlos se observa una tendencia positiva en la que a mayor legitimidad del EEES el ratio presupuesto/profesor es mayor. Esta tendencia también aparece en otras cuatro universidades, en relación al ratio presupuesto/pas.

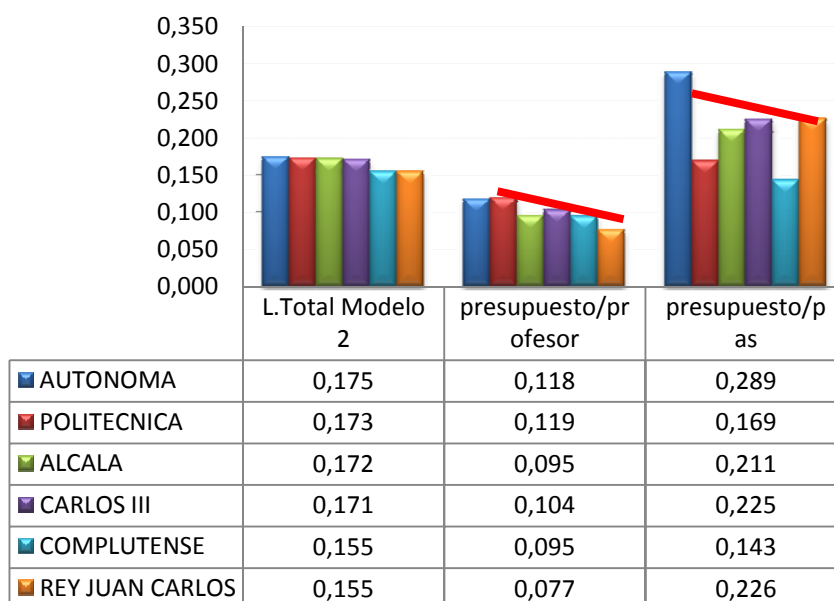
Figura 4.4: Relación entre la legitimidad del EEES y los recursos organizativos (Profesores)



La relación entre la legitimidad total del EEES (Modelo 2: evaluaciones de los alumnos) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.5.

Los resultados mostrados en esta figura apoyan la Hipótesis 1b. En las universidades Politécnica, Carlos III, Complutense y Rey Juan Carlos se observa una tendencia positiva en la que a mayor legitimidad del EEES el ratio presupuesto/profesor es mayor. Esta tendencia también aparece en otras tres universidades, en relación al ratio presupuesto/pas aunque no de forma tan clara.

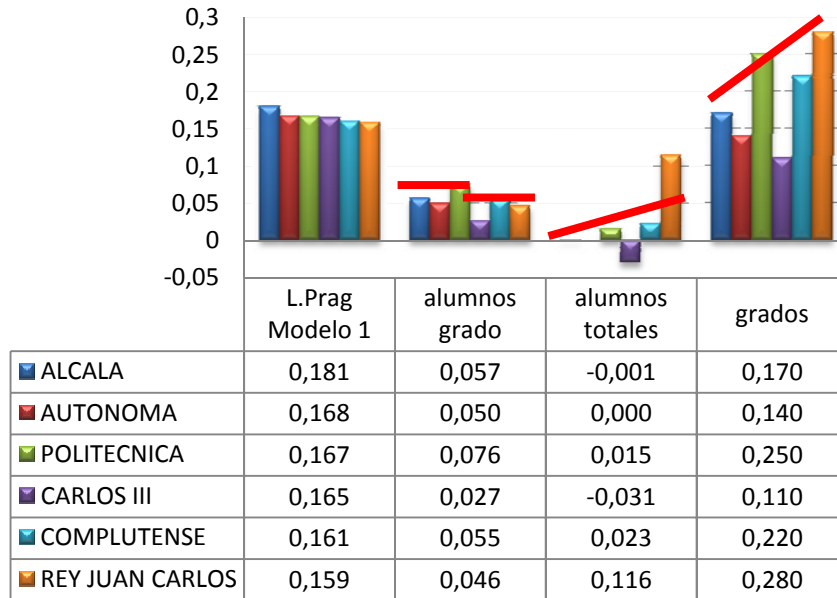
Figura 4.5: Relación entre la legitimidad del EEES y los recursos organizativos (Alumnos)



4.4.2.3 Contraste de la Hipótesis 2a: Las organizaciones con mayor legitimidad pragmática obtienen mejores resultados.

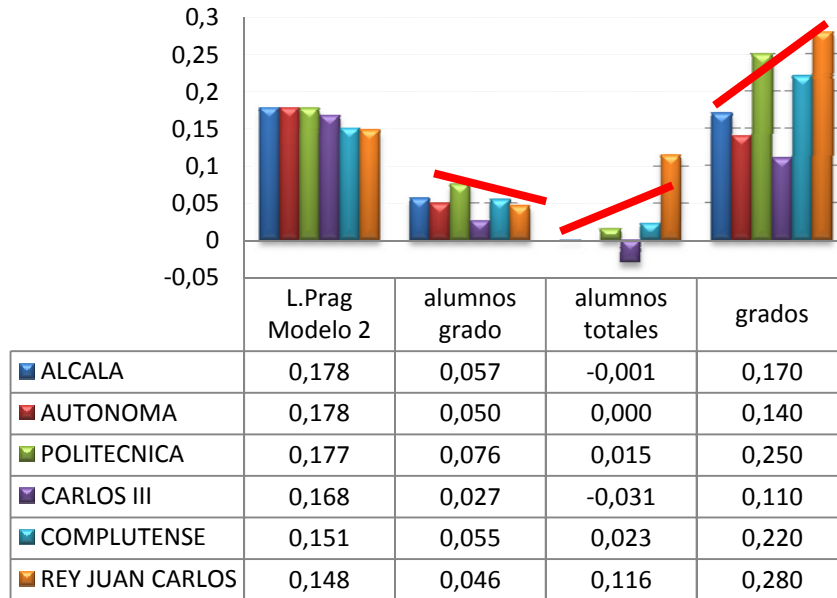
Los resultados de la figura 4.6 muestran la relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los profesores (Modelo 1). Estos datos apoyan de forma muy leve la Hipótesis 2a. Solamente en una de las tres variables analizadas se confirmaría esta hipótesis. En este sentido, la evolución de los alumnos de grado de las universidades donde el EEES tiene más legitimidad pragmática (Alcalá, Autónoma y Politécnica) es mayor que en las universidades con menor legitimidad pragmática (Carlos III, Complutense, Rey Juan Carlos). Respecto a la relación entre la legitimidad pragmática y la evolución de alumnos totales y grados, se aprecia una tendencia negativa donde las universidades con mayor legitimidad pragmática del EEES tendrían incrementos menores del número de alumnos totales.

Figura 4.6: Relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los resultados organizativos (Profesores)



Los resultados de la figura 4.7 muestran la relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los alumnos (Modelo 2). Estos datos apoyan de forma muy leve la Hipótesis 2a. Solamente en una de las tres variables analizadas se confirmaría levemente esta hipótesis. En este sentido, se aprecia una tendencia positiva en las universidades Politécnica, Complutense y Rey Juan Carlos, respecto a la evolución de los alumnos de grado y la legitimidad pragmática. Respecto a la relación entre la legitimidad pragmática y la evolución de alumnos totales y grados, al igual que ocurre en el modelo 1, también se aprecia una tendencia negativa, donde las universidades con mayor legitimidad pragmática del EEES tendrían incrementos menores del número de alumnos totales y grados.

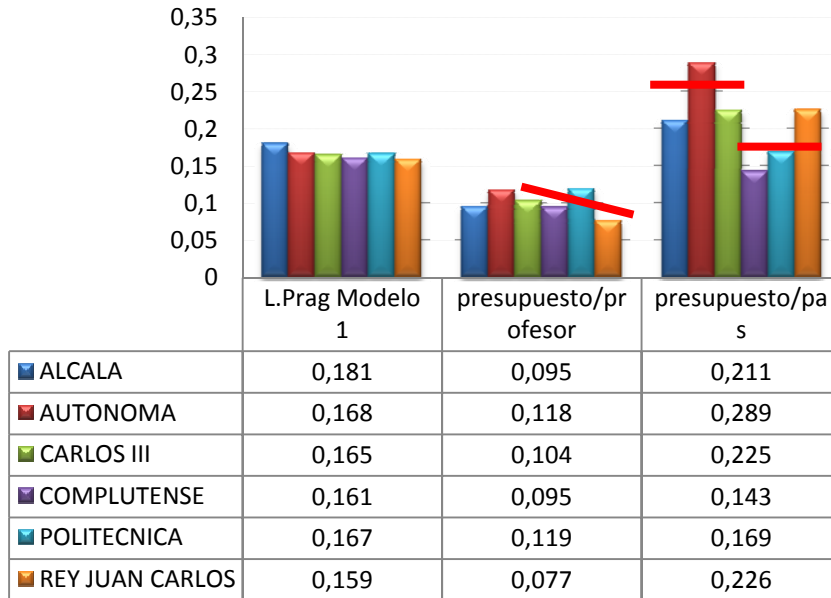
Figura 4.7: Relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los resultados organizativos (Alumnos)



4.4.2.4 Contraste de la Hipótesis 2b: Las organizaciones con más legitimidad pragmática tienen acceso a un mayor número de recursos.

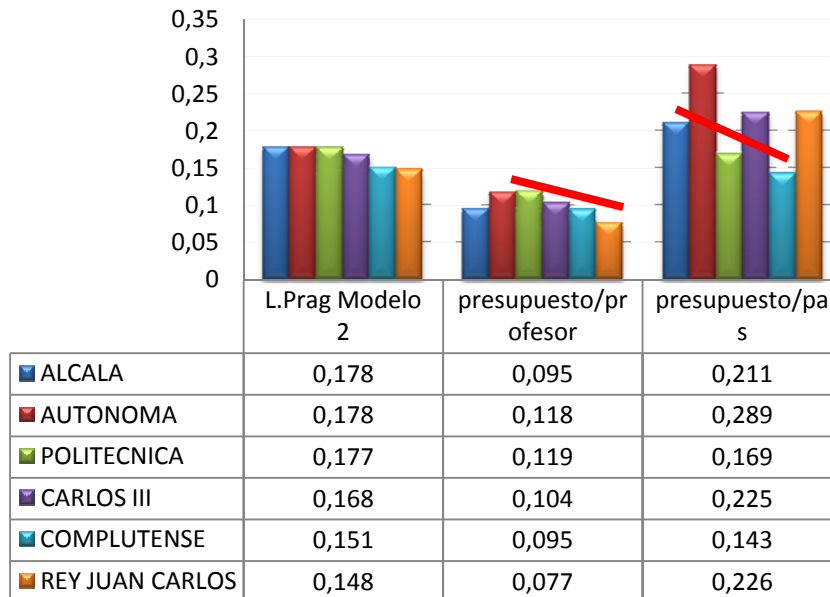
La relación entre la legitimidad pragmática del EEES (Modelo 1: evaluaciones de los profesores) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.8. Los resultados señalados en esta figura apoyan la Hipótesis 2b. En las universidades Autónoma, Carlos III, Complutense y Rey Juan Carlos se observa una tendencia positiva en la que a mayor legitimidad pragmática del EEES, el ratio presupuesto/profesor es mayor. Esta tendencia también se aprecia en relación al ratio presupuesto/pas, donde las tres universidades con mayor legitimidad pragmática Alcalá, Autónoma y Carlos III son las que obtienen un mejor ratio presupuesto/pas.

Figura 4.8: Relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los recursos organizativos (Profesores)



La relación entre la legitimidad pragmática del EEES (Modelo 2: evaluaciones de los alumnos) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.9. Los resultados apoyan la Hipótesis 2b. En las universidades Politécnica, Carlos III, Complutense y Rey Juan Carlos se observa una tendencia positiva en la que a mayor legitimidad del EEES el ratio presupuesto/profesor es mayor. Esta tendencia también aparece, por pares, en otras tres universidades (1: Alcalá, Politécnica y Complutense, 2: Autónoma, Carlos III, Rey Juan Carlos), en relación al ratio presupuesto/pas aunque no de forma tan clara.

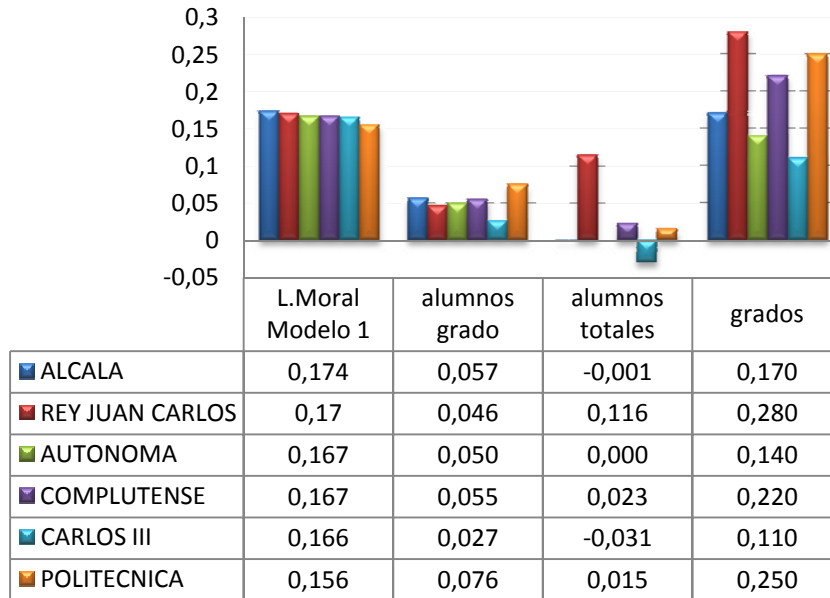
Figura 4.9: Relación entre la legitimidad pragmática del EEES y los recursos organizativos (Alumnos)



4.4.2.5 Contraste de la Hipótesis 3a: Las organizaciones con mayor legitimidad moral obtienen mejores resultados.

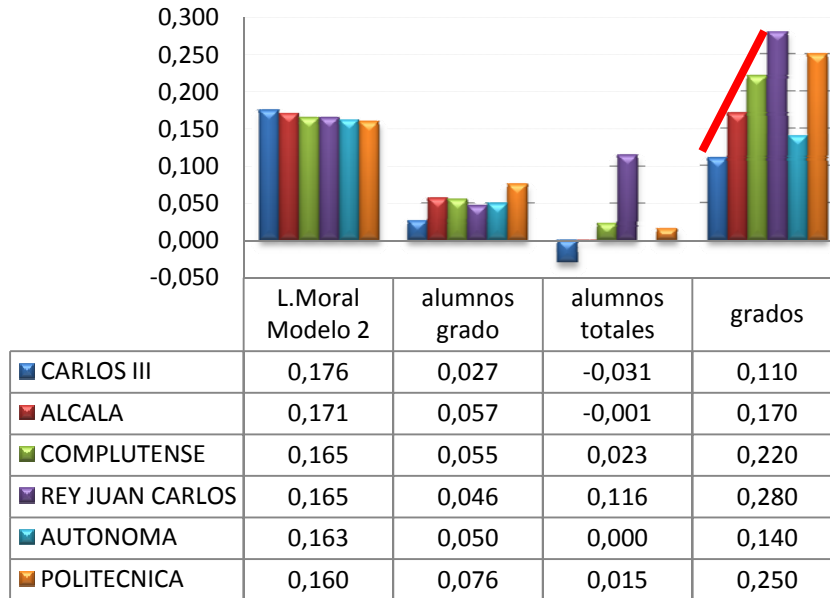
Los resultados de la figura 4.10 muestran la relación entre la legitimidad moral del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los profesores (Modelo 1). Los datos no permiten apreciar ninguna tendencia clara en esta relación, por lo que rechazamos la Hipótesis 3a.

Figura 4.10: Relación entre la legitimidad moral del EEES y los resultados organizativos (Profesores)



Los resultados de la figura 4.11 muestran la relación entre la legitimidad moral del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los alumnos (Modelo 2). Al igual que lo ocurrido para el modelo 1, no se aprecia ninguna tendencia clara respecto a los alumnos de grado y totales. Sí llegamos a preciar una tendencia de carácter negativo con la evolución del número de grados. Las evaluaciones de los alumnos no apoyan la Hipótesis 3a.

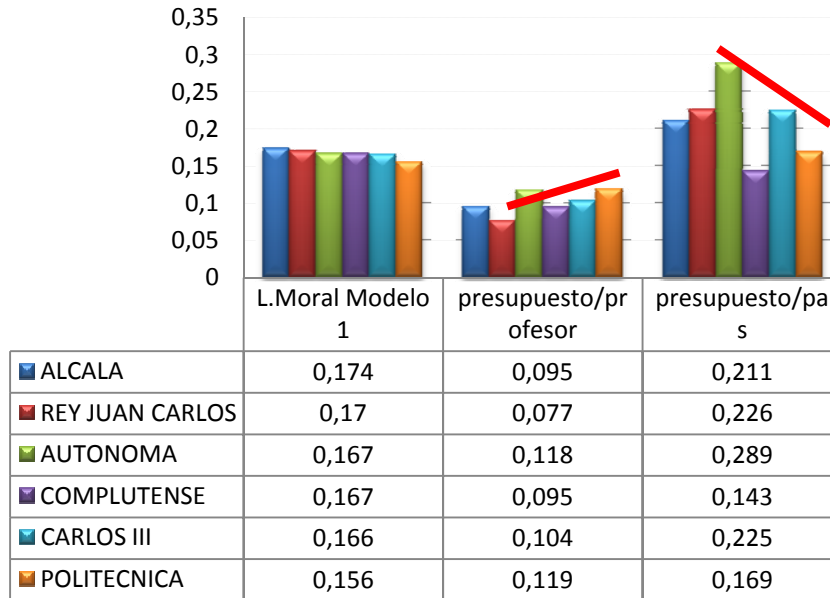
Figura 4.11: Relación entre la legitimidad moral del EEES y los resultados organizativos (Alumnos)



4.4.2.6 Contraste de la Hipótesis 3b: Las organizaciones con más legitimidad moral tienen acceso a un mayor número de recursos.

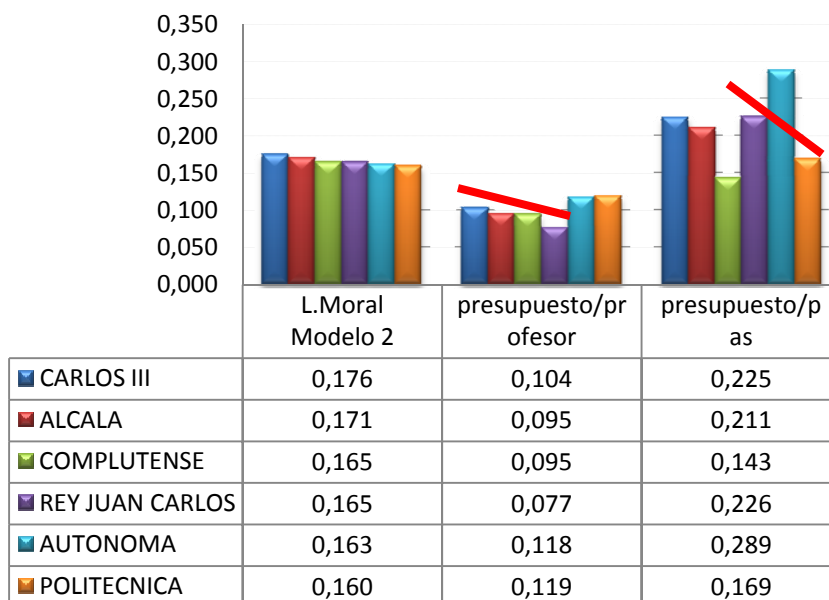
La relación entre la legitimidad moral del EEES (Modelo 1: evaluaciones de los profesores) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.12. Los resultados señalados en esta figura apoyan de forma moderada la Hipótesis 3b. Las universidades con mayor legitimidad moral del EEES obtendrían menos recursos respecto al ratio presupuesto/profesor que las que tienen menos legitimidad moral. Sin embargo, podemos apreciar una tendencia positiva en las universidades Autónoma, Carlos III y Complutense respecto al ratio presupuesto/pas, donde a mayor legitimidad moral mejor ratio presupuesto/pas.

Figura 4.12: Relación entre la legitimidad moral del EEES y los recursos organizativos (Profesores)



La relación entre la legitimidad moral del EEES (Modelo 2: evaluaciones de los alumnos) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.13. Los resultados no apoyan la Hipótesis 3b. En las universidades Carlos III, Alcalá, Complutense y Rey Juan Carlos se observa una tendencia negativa en la que a mayor legitimidad moral del EEES, menor ratio presupuesto/profesor. Esta tendencia también aparece en las universidades Carlos III, Alcalá y Complutense en relación al ratio presupuesto/pas.

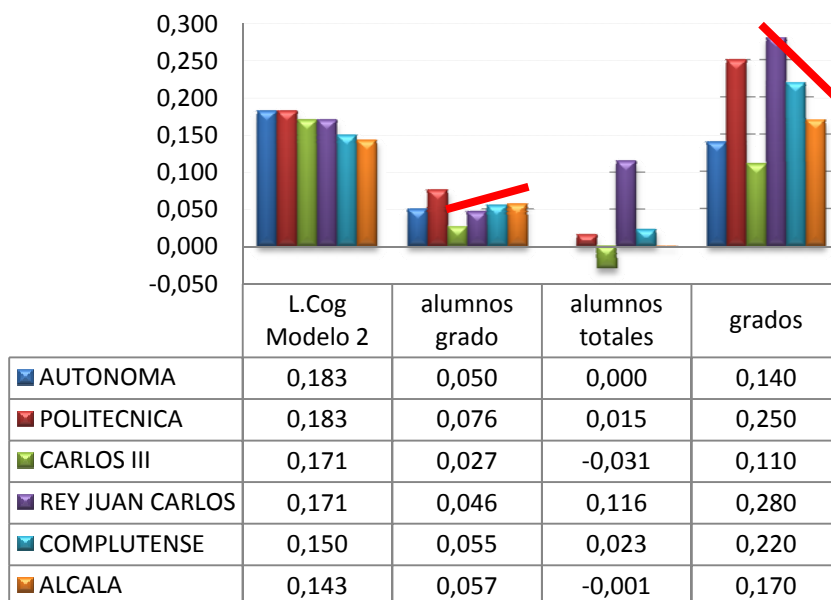
Figura 4.13: Relación entre la legitimidad moral del EEES y los recursos organizativos (Alumnos)



4.4.2.7 Contraste de la Hipótesis 4a: Las organizaciones con mayor legitimidad cognitiva obtienen mejores resultados.

Los resultados de la figura 4.14 muestran la relación entre la legitimidad cognitiva del EEES y los resultados de las Universidades de la CAM, teniendo en cuenta las evaluaciones de los alumnos (Modelo 2). Este análisis no se hizo para las evaluaciones de los profesores (Modelo 1) porque la legitimidad cognitiva del EEES evaluada por este grupo no es significativa para la legitimidad del EEES. Se aprecia una tendencia negativa en las universidades Carlos III, Rey Juan Carlos, Complutense y Alcalá para la relación con los alumnos de grado. Respecto a la relación entre la legitimidad cognitiva y los alumnos totales no apreciamos ningún tipo de relación. Sin embargo, para las universidades Rey Juan Carlos, Complutense y Alcalá, mientras mayor es la legitimidad cognitiva del EEES, la evolución del número de grados también es mayor. Por lo que se acepta la Hipótesis 4a de forma leve.

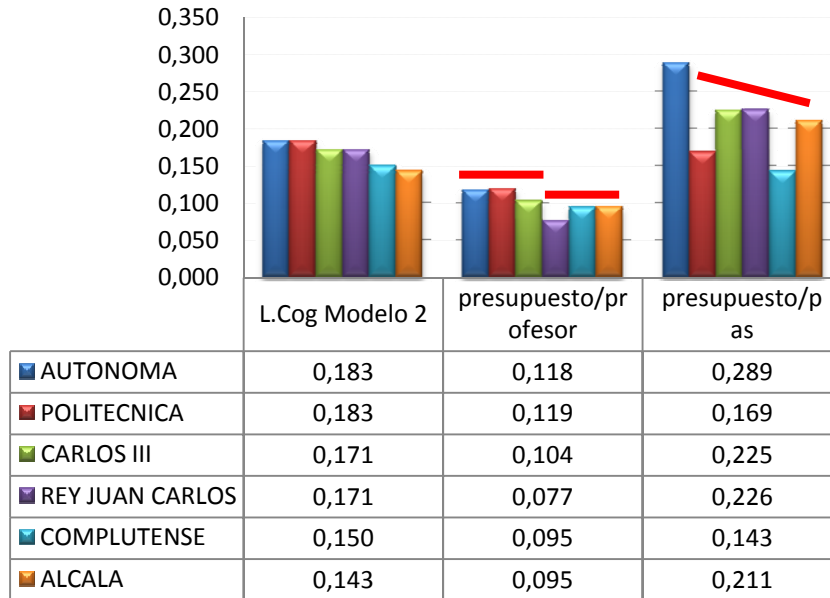
Figura 4.14: Relación entre la legitimidad cognitiva del EEES y los resultados organizativos (Alumnos)



4.4.2.8 Contraste de la Hipótesis 4b: Las organizaciones con más legitimidad cognitiva tienen acceso a un mayor número de recursos.

La relación entre la legitimidad cognitiva del EEES (Modelo 2: evaluaciones de los alumnos) y los recursos organizativos de las Universidades de la CAM se muestran en la figura 4.15. Este análisis no se hizo para las evaluaciones de los profesores (Modelo 1) porque la legitimidad cognitiva del EEES evaluada por este grupo no es significativa para la legitimidad del EEES. Los resultados apoyan la Hipótesis 4b. Las universidades con mayor legitimidad cognitiva del EEES tienen una mejor ratio presupuesto/profesor. Además, existe una tendencia positiva en las universidades Autónoma, Carlos III, Rey Juan Carlos y Alcalá, respecto a la relación legitimidad cognitiva y ratio presupuesto/pas.

Figura 4.15: Relación entre la legitimidad cognitiva del EEES y los recursos organizativos (Alumnos)



4.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

4.5.1 Resumen y Contribuciones

Esta investigación se ha llevado a cabo con el propósito de analizar la relación, planteada en el campo de la Teoría Institucional, entre la legitimidad y el éxito organizativo (Meyer y Rowan, 1977). Son escasas las investigaciones empíricas en este campo. Este hecho se encuentra posiblemente motivado por uno de los continuos problemas de la legitimidad, su medición (Bozeman, 1993; Suchman, 1995). Nosotros hemos medido la legitimidad organizativa del EEES en las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid con una metodología similar a la utilizada, anteriormente por Diez-Martin et al. (2010b).

La tabla 4.13 resume las hipótesis confirmadas y rechazadas de esta investigación. Dentro del sector del EEES en las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid, los resultados de la investigación no apoyan de forma

general la existencia de relación entre la legitimidad y los resultados organizativos (Hipótesis 1a). Sólo desde las evaluaciones de los alumnos encontramos un leve apoyo a esta relación. Estos resultados son opuestos a los obtenidos por Deephouse (1996), donde se señalaba la existencia de relación entre la legitimidad otorgada por los agentes gubernamentales y los resultados obtenidos por la banca de Minneapolis. Esto puede deberse a que el sector de legitimidad es diferente al de la banca, así como a que en esta investigación, el análisis de la legitimidad no sólo ha tenido en cuenta la legitimidad otorgada por los agentes externos, en forma de validez, sino también la legitimidad proveniente de los agentes internos, en forma de corrección.

No parece que la legitimidad del EEES en la Universidad influya sobre las nuevas matriculaciones de alumnos, consideramos que esto puede ser debido a la falta de comunicación y publicidad del EEES por parte de las universidades. Los nuevos alumnos realmente no conocen en qué consiste el EEES hasta que no lo experimentan en sus primeros años de Universidad. Parece que son otros aspectos lo que condiciona la elección de Universidad para los alumnos. Por otro lado, tampoco hemos detectado que la legitimidad del EEES influya sobre la obtención de nuevos grados.

Bansal y Clelland (2004) demuestran que las organizaciones con mayor legitimidad experimentan un menor riesgo específico. Consecuentemente el entorno que les rodea prefiere invertir en ellas, deseando que sean estas las beneficiarias de sus recursos. Estas organizaciones disfrutarán de mejores oportunidades de negocio y acceso a recursos. Nuestros resultados apoyan esta relación (Hipótesis 1b). Las entidades que muestran niveles de legitimidad más altos disponen de mejor acceso a los recursos.

Investigaciones anteriores sugieren que es posible alcanzar altos niveles de legitimidad sin tener en cuenta la tipología de la misma (Suchman, 1995; Diez-Martin et al., 2010b). Es decir, dos organizaciones pueden tener un mismo nivel

de legitimidad, donde una de ellas posea únicamente legitimidad pragmática y, la otra, legitimidad moral. Los resultados de nuestra investigación apoyan esta línea de pensamiento. Además, siguiendo el marco de referencia propuesto por Suchman (1995), quien considera tres dimensiones de legitimidad (pragmática, moral y cognitiva), hemos podido analizar la relación entre los distintos tipos de legitimidad y el éxito organizativo.

Nuestro estudio ha analizado, mediante las hipótesis 2a y 2b, la relación entre la legitimidad pragmática y el éxito organizativo. Se confirma la Hipótesis 2b y de forma leve la Hipótesis 2a. Las universidades donde el EEES obtiene mayores niveles de legitimidad pragmática, consiguen acceso a un mayor número de recursos y un mayor incremento del número de alumnos de grado. Al contrario de lo que ocurre con las organizaciones con menores niveles de este tipo de legitimidad. Estas hipótesis demuestra que la legitimidad no consiste únicamente en un asunto de imagen, sino también en identificarse y ser receptivo a los intereses de los grupos de interés. Cuando se cumplen los objetivos del EEES, legitimados por más de 40 países, los alumnos lo perciben y sobre todo los entes gubernamentales que conceden los recursos para las universidades.

Los resultados de la investigación no apoyan la hipótesis 3a. No hemos podido confirmar la existencia de relación entre la legitimidad moral del EEES en las universidades y los resultados organizativos. Estos resultados podrían asemejarse a los obtenidos por otros análisis que muestran la inexistencia de relación entre organizaciones socialmente responsables y los resultados que obtienen (Aupperle et al., 1985; Balabanis et al., 1998). Las organizaciones socialmente responsables gozarían de legitimidad moral en cuanto desarrollan actividades socialmente aceptadas y deseables. Sin embargo este tipo de actividades no tiene por qué guardar relación con los resultados organizativos. En cierta manera, estos resultados tienen sentido en cuanto la legitimidad moral considera que las organizaciones obtienen este tipo de legitimidad

cuando realizan actividades que deben llevarse a cabo, incluso cuando éstas no generan beneficios económicos para la organización.

Sin embargo, la hipótesis 3b sí estaría apoyada por los resultados de la investigación, aunque de forma moderada. Esta hipótesis considera que las universidades donde el EEES tiene mayor legitimidad moral, conseguirán acceso a un mayor número de recursos. En este sentido, esta tipología de legitimidad persigue la obtención de resultados más allá de aquellos con carácter financiero. El éxito consistiría en desarrollar actividades incluidas dentro de los parámetros morales de la sociedad. Cuando esto ocurre el acceso a los recursos es un hecho. Por ejemplo, algunos índices, como el FTSE4Good Index Series, favorecen que empresas socialmente responsables consigan acceso a un mayor número de inversores. Existen fondos de inversión éticos que no son especialmente más rentables que otros fondos (Kreander, 2001), no obstante los gestores de fondos de inversión éticos siguen invirtiendo en negocios que les proporcionan otro tipo de objetivos, no siempre económicos.

Por último, parece lógico que las organizaciones que hacen mejor las cosas, es decir, utilizan mejores procesos de trabajo o métodos de gestión más adecuados, deberían ser más exitosas. Este hecho ha podido ser demostrado en cierta medida por nuestra investigación. Nuestros resultados han soportado la hipótesis 4a de forma leve, y también la hipótesis 4b. Existe una de relación positiva entre la legitimidad cognitiva del EEES y la evolución del número de alumnos de grado, así como con los recursos organizativos. A los alumnos les interesa la forma en la que se consiguen los resultados, es decir, les importan los procesos y métodos de trabajo utilizados. A su vez, también parece que la forma de hacer las cosas es importante para acceder a los recursos.

Tabla 4.13: Resumen de las hipótesis confirmadas y rechazadas

		Hipótesis							
		Tipo de Confirmación			Tipo de Confirmación				
		1a	2a	3a	4a	1b	2b	3b	4b
Profesores	General	NO	SI, muy leve	NO		General	SI	SI, moderada	
	alumnos grado	NO, sin tendencia apreciable	SI, 3 y 3	NO, sin tendencia apreciable		presupuesto/profesor	SI, 4/6	SI, 4/6	
	alumnos totales	NO, tendencia negativa	NO, tendencia negativa	NO, sin tendencia apreciable		presupuesto/pas	SI, 4/6	SI, 3 y 3	NO, tendencia negativa
	grados	NO, tendencia negativa	NO, tendencia negativa	NO, sin tendencia apreciable					
Alumnos	General	SI, muy leve	SI, muy leve	NO	SI, muy leve	General	SI	NO	SI
	alumnos grado	SI, 4/6	SI, 3/6 por grupos 3 y 3	NO, sin tendencia apreciable	SI, 4/6	presupuesto/profesor	SI, 4/6	SI, 4/6	NO, tendencia negativa
	alumnos totales	NO, sin tendencia apreciable	NO, tendencia negativa	NO, sin tendencia apreciable	NO, sin tendencia apreciable	presupuesto/pas	SI, 3/6	SI, 3/6	NO, tendencia negativa
	grados	NO, tendencia negativa	NO, tendencia negativa	NO, tendencia negativa	NO, tendencia negativa				

4.5.2 Implicaciones gerenciales

Son varias las implicaciones gerenciales que se desprenden de esta investigación. En primer lugar, teniendo en cuenta que las universidades donde el EEES tiene mayor legitimidad consiguen un mayor acceso a los recursos, sería recomendable que los gerentes tomaran la legitimidad como un objetivo necesario para la organización a la hora de desarrollar su planificación. Esta tesis ha sido ampliamente apoyada por la teoría institucional. Son varios los autores que consideran la legitimidad como un factor crítico de éxito a tener en cuenta por todas las organizaciones (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1987; Suchman, 1995; Hunt y Aldrich, 1996; Zimmerman y Zeitz, 2002; Brown, 1998).

Como Suchman (1995) y Oliver (1991) han propuesto, y Elsbach y Sutton (1992), Alcantara et al. (2006) y Tornikoski y Newbert (2007) han demostrado, las organizaciones no son simplemente elementos pasivos en el proceso de legitimación, sino que pueden trabajar activamente para influenciar y manipular las percepciones de su entorno. En este sentido, la gerencia de la empresa podría desarrollar estrategias específicas dirigidas a conseguir este objetivo. Las propuestas de Suchman (1995), podrían servir para planificar una estrategia de estas características. Este autor propone tres tipologías de estrategias organizativas, en la misma línea que Ashforth y Gibbs (1990), dirigidas tanto para ganar legitimidad, como para mantenerla e incluso recuperarla. Los beneficios de desarrollar acciones estrategias para ganar legitimidad han sido demostrados por Tornikoski y Newbert (2007), quienes observan una relación positiva con los resultados organizativos en las organizaciones de nueva creación.

En segundo lugar, esta investigación sugiere que no todas las dimensiones de legitimidad conducen a la obtención de mejores resultados organizativos o permiten un mejor acceso a los recursos necesarios. De esta manera consideramos que, los gerentes deberían realizar un análisis de legitimidad de

su sector de actividad para detectar aquellas dimensiones de legitimidad más útiles para la organización.

En el caso específico de las universidades públicas de la CAM, por una parte, las acciones estratégicas más beneficiosas para conseguir mejores resultados organizativos serían aquellas dirigidas a obtener legitimidad pragmática y cognitiva. Acciones más receptivas a los intereses de los grupos de interés (legitimidad pragmática) y a la forma en que se hacen las cosas (legitimidad cognitiva). Sin importar tanto la moralidad de esas acciones (legitimidad moral).

Por otra parte, si el objetivo de las universidades consiste en obtener un mayor acceso a los recursos, los gerentes deberían desarrollar acciones estratégicas dirigidas a conseguir legitimidad, fundamentalmente legitimidad pragmática y cognitiva. En este sentido, Suchman (1995) considera que las acciones que sirven para obtener legitimidad pragmática pueden necesitar un menor esfuerzo y, por lo tanto, serían más fáciles de ejecutar. Sin embargo, también establece que las acciones que sirven para la adquisición de legitimidad cognitiva serían menos manipulables y más duraderas en el tiempo, aunque requerirían un mayor esfuerzo para su ejecución. De este modo, si lo importante para la organización consiste en obtener un mayor acceso a los recursos, de forma rápida, lo más recomendable sería desarrollar acciones para conseguir legitimidad pragmática. Sin embargo, si el objetivo consiste en la obtención de un mayor acceso a los recursos, de forma sostenida en el tiempo, sería más recomendable emplear los esfuerzos de la organización en desarrollar acciones para ganar legitimidad cognitiva.

4.5.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación

Este estudio pretende analizar la relación entre la legitimidad del EEES y el acceso a los recursos estratégicos que permiten el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones. Sin embargo, los resultados deben

interpretarse con cautela y considerarse como aproximaciones, hasta que puedan ser confirmados con nuevos estudios empíricos. A pesar de los resultados alcanzados y la utilidad de sus implicaciones, el estudio presenta varias limitaciones que sugieren áreas para futuras investigaciones.

En primer lugar, nuestro estudio ha analizado el caso de un tipo de organización, de un mismo sector de actividad, que presenta unas particularidades especiales. Nuestros resultados deberían aplicarse únicamente sobre este tipo de organizaciones, especialmente sobre aquellas con actividad en España. En el futuro, nuevas investigaciones podrían comparar las hipótesis aquí formuladas en otro tipo de organizaciones, pertenecientes a distintos sectores de actividad. De este modo podrían analizarse las divergencias que puedan existir entre distintos entornos a la hora de considerar la deseabilidad de las actividades organizativas y su relación con el éxito organizativo. Lo que permitiría establecer mejores estrategias organizativas.

En cuanto a la metodología utilizada para la medición de la legitimidad, condicionados por la población del estudio, se ha utilizado una metodología no paramétrica (AHP). Sin embargo, para el análisis de poblaciones mayores podrían utilizarse otras técnicas estadísticas. Consideramos conveniente la utilización tanto de modelos paramétricos como no paramétricos para medir la legitimidad, lo que permitiría observar posibles divergencias y generar nuevos avances teóricos.

A su vez, los datos utilizados para analizar la legitimidad del EEES en las universidades públicas de la CAM provienen de las respuestas que han dado parte de la comunidad universitaria. El Pas no participó en el estudio y tampoco los alumnos de máster. En este sentido sería conveniente tomar datos de esta parte de la comunidad. Futuros estudios deberían analizar la legitimidad del EEES en las universidades utilizando datos provenientes de toda la comunidad universitaria.

4.6. BIBLIOGRAFÍA

Ahlstrom, D. y Bruton, G. D. (2001). Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy. *Academy of Management Executive*, 15, 72-83.

Ahlstrom, D., Bruton, G. D. y Yeh, K. S. (2008). Private firms in China: Building legitimacy in an emerging economy. *Journal of World Business*, 43, 385-399.

Alcantara, L., Mitsuhashi, H. y Hoshino, Y. (2006): Legitimacy in international joint ventures: It is still needed, *Journal of International Management*, 12, 389-407.

Aldrich, H. E. y Fiol, C. M. (1994). Fools rush in - the institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 645-670.

Arnold, S. J., Handelman, J. y Tigert, D. J. (1996). Organizational legitimacy and retail store patronage. *Journal of Business Research*, 35, 229-239.

Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organization Science*, 1, 177-194.

Aupperle, K. E., Carroll, A. B. y Hatfield, J. D. (1985). An empirical-examination of the relationship between corporate social-responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28, 446-463.

Balabanis, G., Phillips, H. C. y Lyall, J (1998). Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?, *European Business Review*, 98, .25 – 44.

Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal*, 47, 93-103.

Barreto, I. y Baden-Fuller, C. (2006). To conform or to perform? Mimetic behaviour, legitimacy-based groups and performance consequences. *Journal of Management Studies*, 43, 1559-1581.

Baum, J. A. C. y Oliver, C. (1991). Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 36, 187-218.

Bianchi y Ostale, (2006) Lessons learned from unsuccessful internationalization attempts: Examples of multinational retailers in Chile. *Journal of Business Research* 59 (2006) 140– 147

Blair, E. y Zinkhan, G. M. (2006). Nonresponse and generalizability in academic research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 4-7.

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2007) Presupuesto 2008 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 310, sábado, 29/12/2007

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2007) Presupuesto 2008 Universidad Carlos III. Núm 310, sábado, 29/12/2007

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad de Alcalá. Núm 74,viernes, 28/03/2008.

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2009 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 307, sábado, 26/12/2008

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Complutense. Núm 73, jueves, 27/03/2008

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Politécnica de Madrid. Núm 142, lunes, 16/06/2008

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Rey Juan Carlos. Núm 74, viernes, 28/03/2008

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009 Universidad de Alcalá. Núm 204, viernes, 09/10/2009

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009 Universidad Carlos III. Núm 7, viernes, 09/01/2009

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009 Universidad Complutense. Núm 152, lunes, 29/06/2009

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009 Universidad Politécnica de Madrid. Núm 54, jueves, 05/03/2009

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009 Universidad Rey Juan Carlos. Núm 82, martes, 07/04/2009

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad de Alcalá. Núm 77, viernes, 31/03/2010

- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 10, sábado, 13/01/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad Carlos III. Núm 18, viernes, 22/01/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad Complutense. Núm 70, martes, 23/03/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad Politécnica de Madrid. Núm 83, jueves, 08/04/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010 Universidad Rey Juan Carlos. Núm 89, jueves, 15/04/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011 Universidad de Alcalá. Núm 54, viernes, 10/03/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 9, sábado, 12/01/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011 Universidad Carlos III. Núm 309, martes, 28/12/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011 Universidad Complutense. Núm 282, lunes, 28/11/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011 Universidad Rey Juan Carlos. Núm 58, jueves, 10/03/2011
- Bozeman, B. (1993). Understanding the roots of publicness, in Sutton, B. (Ed), *The legitimate corporation*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35, 35-58.
- Chen, H. Y., Griffith, D. A. y Hu, M. Y. (2006). The influence of liability of foreignness on market entry strategies. *International Marketing Review*, 23, 636-649.
- Daft, R. L. y Weick, K. E. (1984). Toward a model of organizations as interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9, 284-295.
- Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, in Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. , Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.

- Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate?. *Academy of Management Journal*, 39, 1024-1039.
- Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42, 329-360.
- Déniz Déniz, M. y García Cabrera, A. (2011). El isomorfismo mimético y las ventajas de localización como determinantes de la elección del modo de entrada. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20, 105-122
- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A. y Prado-Roman, C. (2010a). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 127-143.
- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A. y Prado-Roman, C. (2010b). Measuring organizational legitimacy: the case of Mutual Guarantee Societies. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 115-143.
- Dimaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited - institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160.
- Dornbush, S.M. y Scott, W.R. (1975). *Evaluation and the Exercise of Authority*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Elsbach, K. D. y Sutton, R. I. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions - a marriage of institutional and impression management theories. *Academy of Management Journal*, 35, 699-738.
- España, Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
- European Union. (1999) *Declaración de Bolonia*
- Garland, R. (1991) The mid-point on rating scale: is it desirable?, *Marketing Bulletin*, vol.2, pp. 66-77
- Greene, W. H. (1993). *Econometric Analysis*, New York: Macmillan
- Greenwood, R., Suddaby, R. y Hinings, C. R. (2002). Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45, 58-80.
- Hair, J.F.; Black, W.C.; Balbin, B.; Anderson, R.E. y Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis*, Upper Saddle River, NJ; Pearson Prentice Hall.

- Harris, S. G. (1994). Organizational culture and individual sensemaking - a schema-based perspective. *Organization Science*, 5, 309-321.
- Hoffman, A. J., Riley, H. C., Troast, J. G. y Bazerman, M. H. (2002). Cognitive and institutional barriers to new forms of cooperation on environmental protection - Insights from Project XL and Habitat Conservation Plans. *American Behavioral Scientist*, 45, 820-845.
- Human, S. E. y Provan, K. G. (2000). Legitimacy building in the evolution of small-firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*, 45, 327-365.
- Hunt, C. S. y Aldrich, H. E. (1996). *Why even Rodney Dangerfield has a home page: Legitimizing the world wide web as a medium for commercial endeavours*, Annual meeting of the Academy of Management, Cincinnati, Ohio.
- Hybels, R., Ryan, A. y Barley, S. (1994). *Alliances, legitimation, and founding rates in the US biotechnology field, 1971-1989*, Annual meeting of the Academy of Management, Dallas.
- Komorita, S.S. (1963) Attitude content, intensity, and the neutral point on a Likert scale, *The journal of social Psychology*, vol.61, pp 327-334
- Kreander, N. (2001): *An analysis of european ethical funds*. London: The association of chartered certified accountants.
- Li, J. T., Yang, J. Y. y Yue, D. R. (2007). Identity community, and audience: How wholly owned foreign subsidiaries gain legitimacy in China. *Academy of Management Journal*, 50, 175-190.
- Low, B. y Johnston, W. (2008). Securing and managing an organizations network legitimacy: The case of Motorola China. *Industrial Marketing Management*, 37, 873-879.
- March, J.G. (1978). Bounded rationality and the engineering of choice. *Bell Journal of Economics*, 9, 587-608.
- Mckendrick, D. G., Jaffee, J., Carroll, G. R. y Khessina, O. M. (2003). In the bud? Disk array producers as a (possibly) emergent organizational form. *Administrative Science Quarterly*, 48, 60-93.
- Meyer, J. W. y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations - formal-structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 340-363.

Ministerio de Educación (2011), Tablas estadísticas sobre el Personal Universitario, último acceso 08 de Marzo de 2012

<http://www.educacion.gob.es/educacion/universidades/estadisticas-informes/estadisticas/personal-universitario.html>

Nunnally, J. y Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.

Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16, 145-179.

Ortega Castro, V., Pérez Esparrells, C. y Morales Sequera, S. (2008) *La financiación de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid y su aplicación a la Universidad Politécnica de Madrid*. Consejo Social, Universidad Politécnica de Madrid

Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL.: Free Press.

Ruef, M. y Scott, W. R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments. *Administrative Science Quarterly*, 43, 877-904.

Rutherford, M. W. y Buller, P. F. (2007). Searching for the legitimacy threshold. *Journal of Management Inquiry*, 16, 78-92.

Saaty, T.L. (1977). A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structures, *Journal of Mathematical Psychology*, 15, 234-281.

Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York: McGraw Hill.

Scott, W. R. (1977). Effectiveness of organizational effectiveness studies, in Goodman, P.S. y Pennings, J. M. (Eds.). *New perspectives on organizational effectiveness*, San Francisco: Jossey-Bass.

Scott, W. R. (1994). Institutions and organizations: Toward a theoretical synthesis, in Scott, W. R., Meyer, J. W (Eds.), *Institutional environments and organizations: Structural complexity and individualism*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*, Thousand Oaks, CA.: Sage

- Scott, W. R. y Meyer, J. W. (1991). The organization o societal sectors, en Powell, W. W. y DiMaggio, P. J. (Eds.) *The new institutionalism in organizational analysis*, Chicago: University of Chicago Press.
- Sharma, S. (2000). Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Academy of Management Journal*, 43, 681-697.
- Simon, H.A. (1978). Rationality as process and as product of thought, *American Economic Review: Papers and Proceedings*, 68, 1-16.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20, 571-610.
- Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it? A theoretical framework for measuring attitudes toward the legitimacy of environmental sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 14,186-197.
- Tornikoski, E. T. y Newbert, S. L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective. *Journal of Business Venturing*, 22, 311-335.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1986). Rational choice and the framing of decisions, *Journal of Business*, 59, 251-278.
- Tyler, T. R. (2006). Psychological perspectives on legitimacy and legitimation. *Annual Review of Psychology*.
- Universidad Complutense. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde <http://www.ucm.es/?d=0000624>
- Universidad de Alcalá. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde http://www.uah.es/universidad/presentacion/historia_universidad.shtm
- Universidad Politécnica de Madrid, *Presupuesto 2011*, último acceso 18 de Marzo de 2012, desde <http://www.upm.es/sfs/Rectorado/Vicerrectorado%20de%20Asuntos%20Economicos/Area%20de%20Gestion%20Economica%20y%20Financiera/Presupuestos/Presupuesto%202011.pdf>
- Universidad Politécnica de Madrid. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde <http://www.upm.es/institucional/UPM/CanalUPM/LineaTiempo>
- Vanhonacker, W. R. 2000. A better way to crack China. *Harvard Business*

Review, 78, 20.

Wikipedia. *Historia de la Universidad Autónoma de Madrid*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde

http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Aut%C3%B3noma_de_Madrid

Worcester, R.M. y Burns, T.E. (1975). A statistical examination of the relative precision of verbal scales, *Journal of the Market Opinion Research international*, vol. 17, nº3, pp.181-197

Yin RK. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Yin, R. K. (2003), *Case Study Research: Design and Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage

Zaheer, S. (1995). Overcoming the liability of foreignness. *Academy of Management Journal*, 38, 341-363.

Zeitz, G., Mittal, V. y Mcaulay, B. (1999). Distinguishing adoption and entrenchment of management practices: A framework for analysis. *Organization Studies*, 20, 741-776.

Zelditch, M. (2001). Processes of legitimation: Recent developments and new directions. *Social Psychology Quarterly*, 64, 4-17.

Zimmerman, M. A. y Zeitz, G. J. (2002). Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy. *Academy of Management Review*, 27, 414-431.

Zucker, L. G. (1987). Institutional theories of organization. *Annual Review of Sociology*, 13, 443-464.

CAPITULO V

RECAPITULACIÓN Y CONSIDERACIONES FINALES

RECAPITULACIÓN Y CONSIDERACIONES FINALES

5.1 INTRODUCCIÓN

Los objetivos que se han planteado en esta investigación surgen de la revisión de la literatura sobre la legitimidad organizativa. Esta se remonta a los estudios de Weber (1946), considerado como la persona que introdujo la legitimidad en la sociología y, por tanto, en el estudio de la organización (Ruef y Scott, 1998; Suchman, 1995). Deephouse y Suchman (2008), en su artículo “legitimacy in organizational institutionalism”, realizan un análisis en profundidad sobre este concepto. Así, en los capítulos 2, 3 y 4 se han planteado un conjunto de objetivos con preguntas e hipótesis que hemos tratado de responder de forma empírica.

Durante el desarrollo de este capítulo haremos una recapitulación de las preguntas e hipótesis planteadas en la investigación, así como las respuestas que han surgido del análisis de los resultados. Esta recapitulación la hemos desarrollado en el apartado resumen de las implicaciones científicas. Seguidamente, en el siguiente apartado, mostraremos las principales implicaciones gerenciales que se desprende de la investigación. Por último, señalaremos las limitaciones que han surgido en el desarrollo de la investigación, así como las futuras líneas de trabajo.

5.2 RESUMEN DE LAS IMPLICACIONES CIENTÍFICAS

En el capítulo 2, siguiendo las propuestas de Suchman (1995) y Díez Martín et al. (2010b), nos preguntábamos, en primer lugar, sobre los conflictos o sinergias que se producen entre las dimensiones de la legitimidad y la legitimidad organizativa. Este primer objetivo trataba de responder a ¿qué dimensión de legitimidad ejerce una fuerza mayor sobre la legitimidad organizativa?

Los resultados han confirmado que la legitimidad del EEES depende significativa y positivamente de las dimensiones: pragmática, moral y cognitiva. Sin embargo el grado de influencia de cada dimensión sobre la legitimidad del EEES es diferente. En este sentido, la dimensión pragmática ejerce una mayor influencia sobre la legitimidad del EEES que la legitimidad moral o cognitiva. Para los grupos de interés que evalúan este Proceso, la ejecución de los objetivos del EEES es más influyente sobre la legitimidad total que la moralidad de los propios objetivos o incluso a la forma en que éstos se aplican. Las evaluaciones morales influyen la mitad que las evaluaciones pragmáticas, y las evaluaciones cognitivas influyen aproximadamente el 25 por ciento que las pragmáticas. Esta última dimensión no es significativa para la obtención de la legitimidad del EEES cuando las evaluaciones proceden del grupo de profesores.

En resumen, la legitimidad del EEES dependería fundamentalmente de la aceptabilidad de sus objetivos, es decir, su grado de implantación y desarrollo. En menor grado, dependería de la deseabilidad de los objetivos por parte de la comunidad universitaria y, en una proporción muy pequeña, de la manera de ejecutar los propios objetivos.

En segundo lugar, analizamos las relaciones entre las fuentes de legitimidad y su efecto sobre la legitimidad organizativa. Este análisis busca atender las llamadas a la investigación por parte de Suchman (1995) y Zimmerman y Zeitz

(2002), sobre ¿qué fuente de legitimidad ejerce un peso mayor sobre la legitimidad de una organización?, y si ¿las fuentes de legitimidad internas ejercen un peso mayor sobre la legitimidad organizativa que las fuentes externas?

Por una parte los resultados reflejaron que las evaluaciones de la comunidad universitaria son dispares entre sí y no pueden agregarse. Esta circunstancia ha sido observada teóricamente en la literatura (ver Deephouse y Suchman, 2008). Por lo tanto, no hemos sido capaces de responder a las preguntas formuladas en la investigación. Sin embargo, si hemos probado empíricamente que para este sector, es necesario medir la legitimidad del EEES por separado, analizando los resultados de forma desagregada, por cada fuente de legitimidad. Estos resultados eran esperados teniendo en cuenta la disparidad existente entre los grupos de la comunidad universitaria, por ejemplo respecto a la formación, cultura, diferencia de edad, etc. No sabemos que hubiese ocurrido si se hubiesen incluido, en el análisis, las evaluaciones del personal de administración y servicios o incluso la de los alumnos de postgrado.

No obstante, sí hemos observado que dentro de cada fuente de legitimidad, profesores y alumnos, el peso de sus evaluaciones sobre los distintos tipos de legitimidad es diferente. Así, para los profesores el efecto de la legitimidad pragmática sobre la legitimidad del EEES es inferior que la de los alumnos. Respecto a la legitimidad moral, los resultados son opuestos, la influencia de la legitimidad moral sobre la legitimidad del EEES es mayor en el grupo de profesores que en el de los alumnos. Pensamos que a la hora de emitir sus evaluaciones los alumnos tienen una visión temporal de la educación superior menor plazo que la que pueden tener los profesores. Esto puede llevar a no pensar tanto en el futuro de la educación superior a largo plazo, pues sus intereses se centran más en el corto plazo. Por ello, parece que el esquema mental del grupo de alumnos es más pragmático y el del grupo de profesores tienen cabida otros aspectos, como la deseabilidad de los objetivos. No pudimos comparar el efecto de la legitimidad cognitiva porque no es

significativa para el grupo de profesores.

En el capítulo 3, pretendíamos conocer los rasgos peculiares que caracterizan la legitimidad del EEES, concretamente en el caso de las universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Madrid. El objetivo de la investigación consistía en establecer un perfil de legitimidad del Proceso de Bolonia en esta Región. Para ello nos fijamos en la investigación “Medición de la legitimidad organizativa. El caso de las sociedades de garantía recíproca” de Díez Martín et al. (2010b). En este trabajo, los autores plantean, como uno de sus objetivos, la elaboración de un perfil de legitimidad del sector de las sociedades de garantía recíproca.

La elaboración del perfil de legitimidad significó establecer un modelo de medición para la legitimidad del EEES en las Universidades. Este modelo lo desarrollamos siguiendo los modelos de Thomas (2005) y Díez Martín et al. (2010b). Utilizamos un modelo fundamentado en la metodología AHP (Analytic Hierarchy Process). La mayor dificultad que encontramos, al establecer este modelo, fue obtener los criterios de evaluación. En este sentido consideramos que los criterios de evaluación deberían ser las tres dimensiones de legitimidad (pragmática, moral y cognitiva) y los subcriterios, las evaluaciones de la comunidad universitaria sobre el comportamiento de los objetivos del EEES. Puesto que las evaluaciones de las fuentes de legitimidad había que tratarlas de forma desagregada, desarrollamos dos modelos. Uno con las evaluaciones de los profesores y otro con la de los alumnos.

Este modelo nos permitió establecer una clasificación de las Universidades, en función del grado de legitimidad del EEES otorgado por sus grupos de interés.

Las peculiaridades más significativas de este sector consisten en que tan sólo ocho de los diez objetivos del EEES son significativos para la obtención de legitimidad. Llama la atención que los objetivos “garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar los estudios”, así como “ayudar a la

movilidad de los miembros de la comunidad” universitaria, no son significativos para ningún miembro de la comunidad universitaria a la hora de otorgar legitimidad al EEES. Además, en las evaluaciones de profesores y alumnos, sólo cuatro objetivos coinciden, en ambos grupos, para otorgar legitimidad al EEES: Formación Continua, Recursos, Estructura de los Estudios y Calidad.

El análisis del perfil de legitimidad del EEES nos condujo a otro resultado de interés. Pudimos conocer el tipo de fuente de legitimidad sobre la que se apoya la legitimidad del EEES, en cada universidad pública de la CAM. Esta se apoya de forma similar tanto en la comunidad de profesores como en la comunidad de alumnos. En la mitad de universidades, la legitimidad del EEES se apoya más en los profesores que en los alumnos. Sin embargo, en relación a la legitimidad moral, son cuatro las universidades donde la legitimidad del EEES se encuentra más apoyada por los profesores.

La legitimidad organizativa es considerada como un factor clave de éxito para las organizaciones (Meyer y Rowan, 1977; Zimmerman y Zeitz, 2002; Díez Martín, et al., 2010a). Brown (1998) considera que “el estado de legitimidad representa una condición *sine qua non* para mejorar el acceso a los recursos, a mercados con restricciones de acceso y la supervivencia a largo plazo” (p. 35). Sin embargo, no existen muchos estudios que hayan contrastado empíricamente estas afirmaciones (Deephouse y Suchman, 2008). En el capítulo 4, formulamos un conjunto de ocho hipótesis con objeto de analizar empíricamente la relación entre la legitimidad y el éxito organizativo. Para ello tuvimos en cuenta factores relacionados con el éxito organizativo y con el acceso a recursos estratégicos. El resumen del contraste de hipótesis se muestra en la tabla 5.1.

Tabla 5.1: Resumen del contraste de hipótesis entre la legitimidad y el éxito organizativo.

Hipótesis	1a	2a	3a	4a	1b	2b	3b	4b
Profesores	NO	SI, leve	NO		SI	SI	SI, moderada	
Alumnos	SI, leve	SI, leve	NO	SI, leve	SI	SI	NO	SI

El contraste de las evaluaciones generadas por la comunidad de profesores y los resultados organizativos confirmó una de las tres hipótesis planteadas. Únicamente las universidades con mayor legitimidad pragmática del EEES conseguían mejores resultados organizativos. No obtuvimos ningún tipo de relación para el resto de hipótesis. Estos resultados pueden explicarse porque el número de alumnos en las aulas de estas universidades es mayor al número recomendado para la ejecución del EEES (30 alumnos). Los profesores siempre tienen las clases de grado a plena capacidad. Sin embargo, respecto a la relación entre la legitimidad y el acceso a los recursos, las tres hipótesis planteadas fueron apoyadas por los resultados de la investigación. Es decir, la legitimidad del EEES y sus distintas tipologías mejora la obtención de recursos organizativos.

Respecto a las evaluaciones de la comunidad de alumnos y los resultados organizativos, los resultados apoyaron tres de de las cuatro hipótesis formuladas, aunque de forma leve. Las universidades que tienen mayor legitimidad total, pragmática y cognitiva del EEES consiguen mejores resultados organizativos. Estos resultados son diferentes a los obtenidos respecto a la comunidad de profesores. Podrían explicarse porque uno de los criterios de los alumnos para decidir en qué universidad matricularse estaría relacionado con la aceptabilidad y la forma de hacer las cosas de la universidad candidata. Respecto a la relación entre la legitimidad y el acceso a los recursos, desde el punto de vista de los alumnos, tres de las cuatro hipótesis planteadas fueron apoyadas por los resultados de la investigación. Es decir, la legitimidad del EEES y sus distintas tipologías mejora la obtención de recursos organizativos.

5.3 RESUMEN DE LAS IMPLICACIONES GERENCIALES

Los resultados de la investigación sugieren varias implicaciones para los gerentes de las organizaciones. Concretamente para los dirigentes del Proceso Bolonia.

Hemos demostrado que las universidades donde el EEES tiene mayor legitimidad consiguen un mayor acceso a los recursos. Este resultado nos lleva a proponer a los gerentes que desarrollen el objetivo de legitimidad dentro de la planificación de sus organizaciones.

Esta investigación sugiere que no todas las dimensiones de legitimidad conducen a la obtención de mejores resultados organizativos o permiten un mejor acceso a los recursos necesarios. De esta manera consideramos que, los gerentes deberían realizar un análisis de legitimidad de su sector de actividad para detectar aquellas dimensiones de legitimidad más útiles para la organización.

Las implicaciones gerenciales sugieren que si lo importante para el EEES consiste en obtener un mayor grado de legitimidad, de forma rápida, lo más recomendable sería desarrollar acciones para conseguir legitimidad pragmática. Sin embargo, si el objetivo consiste en la obtención de legitimidad, de forma sostenida en el tiempo, sería más recomendable emplear los esfuerzos de la organización en desarrollar acciones para ganar legitimidad moral.

También se señala que la formulación de acciones estratégicas para obtener legitimidad debe tener en cuenta el público al que van dirigidas. Los resultados sugieren que para aumentar la legitimidad del EEES en las universidades públicas de la CAM convendría desarrollar estrategias diferenciadas para los distintos miembros de la comunidad universitaria.

Los resultados han demostrado que las evaluaciones de profesores y alumnos son diferentes y no comparables. Por ello, las acciones estratégicas serían más efectivas segmentadas por miembros de la comunidad universitaria. De este modo, observamos que los resultados que se obtienen de las acciones dirigidas hacia la comunidad de profesores serán diferentes que los dirigidos a la comunidad de alumnos. Las acciones estratégicas para obtener legitimidad pragmática serían más eficaces cuando se dirijan hacia los alumnos. Mientras que las acciones estratégicas para obtener legitimidad moral serían más eficaces cuando se dirijan hacia los. Por último, las acciones estratégicas para conseguir legitimidad cognitiva no serían demasiado recomendables en este sector, debido a su escasa influencia sobre la legitimidad del EEES.

Así, proponemos que las universidades con menor legitimidad del EEES, desarrollen estrategias para ganar legitimidad. Para ello pueden seguir las propuestas estratégicas de Suchman (1995). Algunas acciones que permiten ganar legitimidad son: actividades de marketing, disponer de un equipo directivo con buena reputación, cumplir las leyes y normas impuestas por el gobierno, asociarse con organizaciones respetadas en el entorno, imitar la forma de actuar, la estructura y los procedimientos de las organizaciones más destacadas y seguras en el sector, la estandarización o el isomorfismo (Aldrich y Fiol, 1994), el lobbying, utilizando un modelo de gestión deseable, utilizando la coacción y regulación (DiMaggio y Powell, 1983; Tolbert y Zucker, 1983), o también asociándose con otras universidades para cambiar el entorno o una regulación.

Por otra parte, también sugerimos que las universidades donde el EEES ha adquirido un mayor grado de legitimidad, podrían desarrollar estrategias para mantenerla. Las universidades que se encuentren en esta situación podrían desarrollar las siguientes acciones estratégicas para mantener la legitimidad del EEES: mantenerse alerta incluyendo en los procesos de toma de decisión a miembros del entorno (Pfeffer, 1981), crear equipos cuyo objetivo fuese cuestionar todos los conceptos y actuaciones que se dan por sentado en la

organización (Ashforth y Gibbs, 1990), proteger los logros alcanzados mediante la creación de redes sociales con las que se desarrolle una interacción frecuente que pueda resistir y reparar las divergencias en las formas de interpretación (Pfeffer, 1981).

Respecto a la consecución de los resultados organizativos, las acciones estratégicas más receptivas a los intereses de los grupos de interés (legitimidad pragmática) y a la forma en que se hacen las cosas (legitimidad cognitiva) se encuentran asociadas a mejores resultados organizativos.

A su vez, respecto al acceso a los recursos, las acciones estratégicas dirigidas a conseguir legitimidad, fundamentalmente legitimidad pragmática y cognitiva, se encuentran asociadas a la obtención de más recursos. De este modo, si lo importante para la organización consiste en obtener un mayor acceso a los recursos, de forma rápida, lo más recomendable sería desarrollar acciones para conseguir legitimidad pragmática. Sin embargo, si el objetivo consiste en la obtención de un mayor acceso a los recursos, de forma sostenida en el tiempo, sería más recomendable emplear los esfuerzos de la organización en desarrollar acciones para ganar legitimidad cognitiva.

Como conclusión final de carácter gerencial, queremos destacar que en esta investigación se ha demostrado que las universidades, al igual que el resto de organizaciones, no son simplemente elementos pasivos en el proceso de legitimación, sino que pueden trabajar activamente para influenciar y manipular las percepciones de su entorno. Estos resultados siguen la misma línea de pensamiento propuesta por Suchman (1995) y Oliver (1991) y demostrada por Elsbach y Sutton (1992), Alcantara et al. (2006) y Tornikoski y Newbert (2007) en distintos entornos sectoriales.

5.4 RESUMEN DE LAS LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Los resultados de este estudio deben interpretarse con cautela y considerarse como aproximaciones hasta que puedan ser confirmados con nuevos estudios empíricos.

En primer lugar, destacamos que nuestro estudio se ha centrado sobre un proceso institucional muy específico que presenta unas particularidades especiales. Por ello, los resultados podrían aplicarse únicamente para esta tipología de proceso institucional, especialmente en aquellos pertenecientes a ámbitos públicos y académicos. Futuras investigaciones podrían comparar los resultados aquí obtenidos con los de universidades de otros países, o incluso con las universidades privadas de la CAM

En segundo lugar, los datos analizados no contemplan las evaluaciones de todas las fuentes de legitimidad. Estos provienen únicamente de dos grupos de la comunidad universitaria. No fue posible obtener las evaluaciones del personal de administración y servicios, así como de los alumnos de postgrado. Futuros estudios podrían contrastar las afirmaciones que aquí se han contemplado, utilizando las evaluaciones de todas las fuentes de legitimidad.

En tercer lugar, la muestra utilizada en el estudio se compone de 6 universidades. Este número no permite la generalización de los resultados a todo el sector nacional o europeo. Futuras investigaciones podrían aumentar la muestra con universidades pertenecientes a otras regiones españolas o incluso europeas. Esta ampliación de la muestra aumentaría la heterogeneidad de los datos, sin embargo permitiría generalizar las conclusiones y comparar resultados. En este sentido, para el análisis de muestras de mayor tamaño podrían utilizarse aproximaciones paramétricas que pudieran proporcionar una mayor validez a los resultados alcanzados por esta investigación.

Además de las líneas de investigación que se desprenden de las propias limitaciones del trabajo, también hemos considerado algunas propuestas de interés. De este modo, pensamos que en futuros trabajos sería interesante comprobar si las fuentes de legitimidad de otros sectores de legitimidad también muestran evaluaciones dispares. También, al igual que Suchman (1995), consideramos que deberían realizarse perfiles de legitimidad de cada sector, para poder compararlos entre sí. A su vez, estos perfiles podrían realizarse periódicamente y así poder realizar estudios longitudinales del sector. Por último, habría que investigar el efecto de las estrategias para ganar y mantener legitimidad sobre la legitimidad organizativa.

5.5 BIBLIOGRAFÍA

- Alcantara, L; Mitsuhashi, H. y Hoshino, Y. (2006). Legitimacy in international joint ventures: It is still needed. *Journal of International Management*, 12, 4, pp. 389-407.
- Aldrich, H. y Fiol, C. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 4, pp. 645-670.
- Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimization. *Organization Science*, . 1, 2, pp. 177-194.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35, 1, pp. 35-58.
- Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, en Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. y Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010a). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, 3, pp. 127-143.
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010b). Medición de la legitimidad organizativa. El caso de las sociedades de garantía recíproca. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas* 43, pp. 115-143.

- DiMaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 2, pp. 147–160.
- Elsbach, K. y Sutton, R. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of management Journal*, 35, 4, pp. 699-738.
- Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, pp. 340–363.
- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16, 1. pp. 145–179.
- Pfeffer, J. (1981). Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms. En L. L. Cummings y B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, 13, pp. 1-52. Greenwich, CT: JAI Press.
- Ruef, M. y Scott, R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments, *Administrative Science Quarterly*, 43, 4, pp. 877-904
- Suchman M. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*,. 20, 3, pp. 571-610.
- Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it? A theoretical framework for measuring attitudes toward the legitimacy of environmental sustainability, *Business Strategy and the Environment*. 14, 3, pp. 186-197.
- Tolbert, P. S. y Zucker, L. G. (1983). Institutional source of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. 28, 1, pp. 22-39.
- Tornikoski, E.T. y Newbert, S.L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective. *Journal of Business Venturing*. 22, 2, pp. 311-335
- Weber, M. (1946 [1922]). Class, status, party, pp. 180–95 en *From Max Weber Essays in Sociology*, ed. H. H. Gerth y C. Wright Mills. New York: Oxford University Press.

Zimmerman, M., Zeitz, G. (2002). Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*. 27, 3, pp. 414-31.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Abrahamson, E., y Fairchild, G. (1999). Management fashion: Lifecycles, triggers, and collective learning processes. *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 708–740.
- Adler, E. y Haas, P. M. (1992). Epistemic communities, world-order, and the creation of a reflective research-program -Conclusion. *International Organization*, 46, pp.367–390.
- Ahlstrom, D. y Bruton, G. D. (2001). Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy. *Academy of Management Executive*, 15, 72-83.
- Ahlstrom, D., Bruton, G. D. y Yeh, K. S. (2008). Private firms in China: Building legitimacy in an emerging economy. *Journal of World Business*, 43, 385-399.
- Alcantara, L., Mitsuhashi, H. y Hoshino, Y. (2006): Legitimacy in international joint ventures: It is still needed, *Journal of International Management*, 12, 389-407.
- Aldrich, H. E. (1995). Entrepreneurial strategies in new organizational populations, en I. Bull, H. Thomas y G. Willard (Eds.) *Entrepreneurship: Perspectives on theory building*: pp. 91-108. New York: Elsevier.
- Aldrich, H. y Fiol, C. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19, 4, pp. 645-670.
- Archibald, M. E. (2004). Between isomorphism and market partitioning: How organizational competencies and resources foster cultural and sociopolitical legitimacy, and promote organizational survival en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 171–211. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Arnold, S. J., Handelman, J. y Tigert, D. J. (1996). Organizational legitimacy and retail store patronage. *Journal of Business Research*, 35, 229-239.

- Arthur, M. M. (2003). Share price reactions to work-family initiatives: An institutional perspective. *Academy of Management Journal*, 46, pp. 497–505.
- Ashforth, B. E. y Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimization. *Organization Science*, 1, 2, pp. 177-194.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B. y Hatfield, J. D. (1985). An empirical-examination of the relationship between corporate social-responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28, 446-463.
- Balabanis, G., Phillips, H. C. y Lyall, J (1998). Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?, *European Business Review*, 98, .25 – 44.
- Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal*, 47, 1, pp. 93-103.
- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, pp. 99–120.
- Barreto, I. y Baden-Fuller, C. (2006). To conform or to perform? Mimetic behaviour, legitimacy-based groups and performance consequences. *Journal of Management Studies*, 43, 7, pp. 1559-1581.
- Baum, J. A. C. y Oliver, C. (1991). Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 36, pp. 187-218.
- Baum, J. A. C., y Powell, W. W. (1995). Cultivating an institutional ecology of organizations: Comment on Hannan, Carroll, Dundon, and Torres. *American Sociological Review*, 60, pp. 529–538.
- Beck, E. M., Horan, P. M., y Tolbert II, C. M. (1978). Stratification in a dual economy: A sectoral model of earnings determination. *American Sociological Review*, 43, 5, pp. 704–720.
- Beck, N., y Walgenbach, P. (2005). Technical efficiency or adaptation to institutionalized expectations? The adoption of ISO 9000 standards in the German mechanical engineering industry. *Organization Studies*, 26, pp. 841–866.

- Benelux Bologna Secretariat. (2010). *Bologna beyond 2010 – Report on the development of the European Higher Education Area*, Background Paper for the Bologna Follow-up Group prepared by the Benelux Bologna Secretariat, Leuven/Louvain-la-Neuve Ministerial Conference, 28-29 April 2009.
- Benjamin, B. A., y Podolny, J. M. (1999). Status, quality, and social order in the California wine industry. *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 563–589.
- Berger, J., Cohen, B., y Zelditch, M., Jr. (1972). Status characteristics and social interaction. *American Sociological Review*, 37, pp. 241–255.
- Bianchi y Ostale, (2006) Lessons learned from unsuccessful internationalization attempts: Examples of multinational retailers in Chile. *Journal of Business Research* 59 (2006) 140– 147
- Bitekhtine, A. B. (2006). Building a Nomological Net Around the Organizational Legitimacy. Paper presented at the *Administrative Sciences Association of Canada*, Banff, AB.
- Blair, E. y Zinkhan, G. M. (2006). Nonresponse and generalizability in academic research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 4-7.
- Boiral, O. (2003). ISO 9000: Outside the iron cage. *Organization Science*, 14, pp. 720–737.
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2007) Presupuesto 2008 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 310, sábado, 29/12/2007
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2007) Presupuesto 2008 Universidad Carlos III. Núm 310, sábado, 29/12/2007
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad de Alcalá. Núm 74,viernes, 28/03/2008.
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2009 Universidad Autónoma de Madrid. Núm 307, sábado, 26/12/2008
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Complutense. Núm 73, jueves, 27/03/2008
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Politécnica de Madrid. Núm 142, lunes, 16/06/2008
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2008) Presupuesto 2008 Universidad Rey Juan Carlos. Núm 74, viernes, 28/03/2008

- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009
Universidad de Alcalá. Núm 204, viernes, 09/10/2009
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009
Universidad Carlos III. Núm 7, viernes, 09/01/2009
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009
Universidad Complutense. Núm 152, lunes, 29/06/2009
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009
Universidad Politécnica de Madrid. Núm 54, jueves, 05/03/2009
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2009) Presupuesto 2009
Universidad Rey Juan Carlos. Núm 82, martes, 07/04/2009
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad de Alcalá. Núm 77, viernes, 31/03/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad Autónoma de Madrid. Núm 10, sábado, 13/01/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad Carlos III. Núm 18, viernes, 22/01/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad Complutense. Núm 70, martes, 23/03/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad Politécnica de Madrid. Núm 83, jueves, 08/04/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2010) Presupuesto 2010
Universidad Rey Juan Carlos. Núm 89, jueves, 15/04/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011
Universidad de Alcalá. Núm 54, viernes, 10/03/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011
Universidad Autónoma de Madrid. Núm 9, sábado, 12/01/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011
Universidad Carlos III. Núm 309, martes, 28/12/2010
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011
Universidad Complutense. Núm 282, lunes, 28/11/2011
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, (2011) Presupuesto 2011
Universidad Rey Juan Carlos. Núm 58, jueves, 10/03/2011

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital en J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241–258. New York: Greenwood.
- Bowen, S. A. (2004). Organizational factors encouraging ethical decision making: An exploration into the case of an exemplar. *Journal of Business Ethics*, 52, pp. 311–324.
- Boyle, T. P. (2001). Intermedia agenda setting in the 1996 presidential election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78, pp. 26–44.
- Bozeman, B. (1993). Understanding the roots of publicness, en Sutton, B. (Ed), *The legitimate corporation*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Brint, S. y Karabel, J. (1991). Institutional origins and transformation: The case of American community colleges, en W. W. Powell y P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 337-360. Chicago: University of Chicago Press.
- Brown, A. D. (1994). Politics, symbolic action and myth making in pursuit of legitimacy. *Organization Studies*, 15, pp. 861–878.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35, 1, pp. 35-58.
- Carroll, C. E. (2004). *How the Mass Media Influence Perceptions of Corporate Reputation: Exploring Agenda-Setting Effects within Business News Coverage*. Unpublished doctoral dissertation, The University of Texas at Austin, Austin, TX.
- Carroll, G. R., y Hannan, M. T. (1989a). Density dependence in the evolution of populations of newspaper organizations. *American Sociological Review*, 54, pp. 524–541.
- Carroll, G. R., y Hannan, M. T. (1989b). On using institutional theory in studying organizational populations. *American Sociological Review*, 54, pp. 545–548.
- Carter, S. M., y Deephouse, D. L. (1999). ‘Tough talk’ or ‘soothing speech’: Managing reputations for being tough and for being good. *Corporate Reputation Review*, 2, pp. 308–332.
- Certo, S. T. (2003). Influencing initial public offering investors with prestige: Signaling with board structures. *Academy of Management Review*, 28, pp. 432–446.

- Chen, H. Y., Griffith, D. A. y Hu, M. Y. (2006). The influence of liability of foreignness on market entry strategies. *International Marketing Review*, 23, 636-649.
- Child, J. 1972. Organizational structure, environment and performance: The role of strategic choice. *Sociology*, 6: 2–21.
- Choi, Y. R., y Shepherd, D. A. 2005. Stakeholder perceptions of age and other dimensions of newness. *Journal of Management*, 31: 573–596.
- Clarkson, M. B. E. 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20: 92–117.
- Cohen, B. D., y Dean, T. J. (2005). Information asymmetry and investor valuation of IPOs: Top management team legitimacy as a capital market signal. *Strategic Management Journal*, 26, pp. 683–690.
- Comunidad de Madrid (2010) Estudio del proceso de ingreso y matriculación en las universidades de la Comunidad de Madrid 2009 -2010. Informe del Área de Documentación, Programación y Estadística.
- Conway, M. (2006). The subjective precision of computers: A methodological comparison with human coding in content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83, pp. 186–200.
- Corley, K., y Gioia, D. (2000). The rankings game: Managing business school reputation. *Corporate Reputation Review*, 3, pp. 319–333.
- Cronbach, L. J., y Meehl, P. E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological Bulletin*, 52, pp. 281–302.
- Crumley, E., Lounsbury, M., y Greenwood, R. (2006). Managing Knowledge Boundaries: Incorporating Acupuncture into Biomedicine. *Paper presented at the Beyond Knowledge Management: Advancing the Organizational Knowledge Research Agenda*, Durham, UK.
- Czarniawska-Joerges, B. (1989). The wonderland of public administration reforms. *Organization Studies*, 10, pp. 531–548.
- D'Aunno, T., Sutton, R. I., y Price, R. H. (1991). Isomorphism and external support in conflicting institutional environments: A study of drug abuse treatment units. *Academy of Management Journal*, 34, pp. 636–661.
- Daft, R. L. y Weick, K. E. (1984). Toward a model of organizations as

- interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9, 284-295.
- Davis, G. F., y Greve, H. R. (1997). Corporate elite networks and governance changes in the 1980s. *American Journal of Sociology*, 103, pp. 1–37.
- Deeds, D. L., Mang, P. Y., y Frandsen, M. L. (2004). The influence of firms' and industries' legitimacy on the flow of capital into hightechnology ventures. *Strategic Organization*, 2, 1, pp. 9–34.
- Deeds, D. L.; Mang, P. y Frandsen, M. (1997). The quest for legitimacy: A study of biotechnology IPO's. *Congreso Anual de la Academy of Management*, Boston.
- Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*, 39, 4, pp. 1024-1039.
- Deephouse, D. L. (1999). To be different, or to be the same? It's a question (and theory) of strategic balance. *Strategic Management Journal*, 20, pp. 147–166.
- Deephouse, D. L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26, pp. 1091–1112.
- Deephouse, D. L. y Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42, 2, pp. 329-360.
- Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism, en Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R. y Sahlin-Andersson, K. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.
- Déniz Déniz, M. y García Cabrera, A. (2011). El isomorfismo mimético y las ventajas de localización como determinantes de la elección del modo de entrada. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20, 105-122
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010a). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, 3, pp. 127-143.
- Díez Martín, F., Blanco-González, A. y Prado-Román, C. (2010b). Medición de la legitimidad organizativa. El caso de las sociedades de garantía recíproca. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 43, 2, pp. 115-143.
- DiMaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American*

- Sociological Review*, 48, 2, pp. 147–160.
- DiMaggio, P. J., y Powell, W. W. (1991). Introduction, en W. W. Powell, y P. J. DiMaggio (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*., pp. 1–38. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Dornbush, S.M. y Scott, W.R. (1975). *Evaluation and the Exercise of Authority*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Dowling, J., y Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18, 1, pp. 122–136.
- Durand, R., y McGuire, J. (2005). Legitimizing agencies in the face of selection: The case of AACSB. *Organization Studies*, 26, pp. 165–196.
- Edelman, L. B. (1992). Legal ambiguity and symbolic structures: Organizational mediation of civil rights law. *American Journal of Sociology*, 97, pp. 1531–1576.
- Edelman, L. B., Fuller, S. R., y MaraDrita, I. (2001). Diversity rhetoric and the managerialization of law. *American Journal of Sociology*, 106, pp. 1589–1641.
- Edelman, L. B., y Suchman, M. C. (1997). The legal environments of organizations. *Annual Review of Sociology*, 23, pp. 479–515.
- EEES (2012a). *Dimensión Social*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=12>
- EEES (2012b), *Formación Continua*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=14>
- EEES (2012c), *Empleabilidad*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=16>
- EEES (2012d). *Aprendizaje centrado en el estudiante*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=147>
- EEES (2012e). *Movilidad*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=13>
- EEES. (2012f). *Transparencia en la información*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=145>
- EEES. (2012g). *Financiación*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=23>
- EEES. (2012h). *Estructura de los estudios*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=17>

- EEES. (2012i). *Reconocimiento*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=64>
- EEES. (2012j). *Garantía de Calidad*, último acceso 16 de marzo de 2012, <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=24>
- Elsbach, K. D. (1994). Managing organizational legitimacy in the California cattle industry: The construction and effectiveness of verbal accounts. *Administrative Science Quarterly*, 39, pp. 57–88.
- Elsbach, K. D., y Kramer, R. M. (1996). Members' responses to organizational identity threats: Encountering and countering the Business Week rankings. *Administrative Science Quarterly*, 41, pp. 442–476.
- Elsbach, K. y Sutton, R. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of management Journal*, 35, 4, pp. 699-738.
- España, Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
- European Union (1999). *Bologna Declaration*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/BOLOGNA_DECLARATION1.pdf
- European Union (2001). *Prague Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/PRAGUE_COMMUNIQUE.pdf
- European Union (2003). *Berlin Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Berlin_Communique1.pdf
- European Union (2005). *Bergen Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Bergen_Communique1.pdf
- European Union (2007). *London Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/London_Communique18May2007.pdf
- European Union (2009). *Leuven/Louvain-la-Neuve Communiqué*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

[http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Leuven Louvain-la-Neuve Communiqu%C3%A9_April_2009.pdf](http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Leuven_Louvain-la-Neuve_Communicu%C3%A9_April_2009.pdf)

European Union (2010). *Budapest-Vienna Declaration*. Último acceso 7 de septiembre de 2011, desde

http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Budapest-Vienna_Declaration.pdf

European Union (2012), *Historia del Espacio Europeo de Educación Superior*, último acceso 16 de marzo de 2012, desde

<http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=3>

Ferguson, T. D., Deephouse, D. L., y Ferguson, W. L. (2000). Do strategic groups differ in reputation? *Strategic Management Journal*, 21, pp. 1195–1214.

Fligstein, N. (1991). The structural transformation of American industry: An institutional account of the causes of diversification in the largest firms, en W. W. Powell y P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 311-336. Chicago: University of Chicago Press.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Fombrun, C., y Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 2, pp. 233–258.

Galaskiewicz, J. 1985. Interorganizational relations. *Annual Review of Sociology*, 11, pp. 281–304.

Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News*. New York: Pantheon Books.

Garland, R. (1991). The mid-point on rating scale: is it desirable? *Marketing Bulletin*, 2, 1, pp. 66-77

Gioia, D. A., y Thomas, J. B. (1996). Institutional identity, image and issue interpretation: Sensemaking during strategic change in academia. *Administrative Science Quarterly*, 41, pp. 370–403.

Glynn, M. A., y Abzug, R. (2002). Institutionalizing identity: Symbolic isomorphism and organizational names. *Academy of Management Journal*, 45, pp. 267–280.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, pp. 481–510.

Greene, W. H. (1993). *Econometric Analysis*, New York: Macmillan

- Greenwood, R., Suddaby, R. y Hinings, C. R. (2002). Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45, 58-80.
- Greenwood, R., y Empson, L. (2003). The professional partnership: Relic or exemplary form of governance? *Organization Studies*, 24, pp. 909–933.
- Guler, I., Guillen, M. F., y MacPherson, J. M. (2002). Global competition, institutions, and the diffusion of organizational practices: The international spread of ISO 9000 quality certificates. *Administrative Science Quarterly*, 47, pp. 207–232.
- Hair, J.F.; Black, W.C.; Balbin, B.; Anderson, R.E. y Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis*, Upper Saddle River, NJ; Pearson Prentice Hall.
- Hannan, M. T., Dundon, E. A., Carroll, G. R., y Torres, J. C. (1995). Organizational evolution in a multinational context: Entries of automobile manufacturers in Belgium, Britain, France, Germany, and Italy. *American Sociological Review*, 60, pp. 509–528.
- Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1992). *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.
- Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1992). *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.
- Hannan, M. T., y Carroll, G. R. (1995). Theory building and cheap talk about legitimation. *American Sociological Review*, 60, pp. 539–544.
- Harris, S. G. (1994). Organizational culture and individual sensemaking - a schema-based perspective. *Organization Science*, 5, 309-321.
- Hayward, M. L. A., Rindova, V. P., y Pollock, T. G. (2004). Believing one's own press: The causes and consequences of CEO celebrity. *Strategic Management Journal*, 25, pp. 637–653.
- Hegtvedt, D.A. y Johnson, C. (2000). Justice beyond the individual: a future with legitimation, *Social Psychology Quarterly*, 63, 4, pp. 298–311.
- Hensmans, M. (2003). Social movement organizations: A metaphor for strategic actors in institutional fields. *Organization Studies*, 24, pp. 355–381.
- Higgins, M. C., y Gulati, R. (2006). Stacking the deck: The effects of top management backgrounds on investor decisions. *Strategic Management*

Journal, 27, 1, pp. 1–25.

Hinings, C. R. (2006). Keynote address – Reaching new heights. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 23, pp. 175–182.

Hinings, C. R., Brown, J. L., y Greenwood, R. (1991). Change in an autonomous professional organization. *Journal of Management Studies*, 28, pp. 375–393.

Hirsch, P. M. (1977). Occupational, organizational, and institutional models in mass media research: Towards an integrated framework en P. M. Hirsch, P. V. Miller, y F. G. Kline (Eds.), *Strategies For Communication Research*, pp. 13-40. Beverly Hills, CA: Sage.

Hirsch, P. M., y Andrews, J. A. Y. (1984). Administrators' response to performance and value challenges: Stance, symbols, and behavior en T. J. Sergiovanni, y J. E. Corbally (Eds.), *Leadership and Organizational Culture*, pp. 170–185. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Hoffman, A. J., Riley, H. C., Troast, J. G. y Bazerman, M. H. (2002). Cognitive and institutional barriers to new forms of cooperation on environmental protection - Insights from Project XL and Habitat Conservation Plans. *American Behavioral Scientist*, 45, 820-845.

Holm, P. (1995). The dynamics of institutionalization: Transformation processes in Norwegian fisheries. *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 398–422.

Human, S. E. y Provan, K. G. (2000). Legitimacy building in the evolution of small-firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*, 45, 2, pp. 327-365.

Hunt, C. S. y Aldrich, H. E. (1996). *Why even Rodney Dangerfield has a home page: Legitimizing the world wide web as a medium for commercial endeavours*, Annual meeting of the Academy of Management, Cincinnati, Ohio.

Hybels, R. (1995). On legitimacy, legitimation, and organizations: A critical review and integrative theoretical model, *Academy of Management Journal*, Special Issue: Best Papers Proceedings, pp. 241 - 245.

Hybels, R., Ryan, A. y Barley, S. (1994). *Alliances, legitimation, and founding rates in the US biotechnology field, 1971-1989*, Annual meeting of the Academy of Management, Dallas.

Ishizaka, A. y Labib, A. (2011). Review of the main developments in the analytic

- hierarchy process. *Expert Systems with Applications*, 38, 11, pp. 14336–14345
- Itule, B. D., y Anderson, D. A. (1994). *News Writing and Reporting For Today's Media* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Jennings, P. D., Schulz, M., Patient, D., Gravel, C., y Yuan, K. (2005). Weber and legal rule evolution: The closing of the iron cage? *Organization Studies*, 26, pp. 621–653.
- Jepperson, R. L. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism, en W. W. Powell, y P. J. DiMaggio (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, pp. 143–163. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Johnson, C. (2004). Introduction: Legitimacy processes in organizations, en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 1–24. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Johnson, C., Dowd, T. J., y Ridgeway, C. L. (2006). Legitimacy as a social process. *Annual Review of Sociology*, 32, pp. 53–78.
- Jones, C., y Manev, I. M. (2002). The Social Construction of Expertise: Status and Legitimacy as the Cornerstones of Professional Service Firms' reputation. *Paper presented at the Academy of Management, Denver.*
- Kennedy, M. T. (2005). Behind the one-way mirror: Refraction in the construction of product market categories. *Poetics*, 33, pp. 201–226.
- Kennedy, P. (2006). *Forestry union denounces safety initiatives*, The Globe and Mail: S.3. Toronto.
- Knoke, D. (1985). The political economies of associations en R. G. Braungart, y M. M. Braungart (Eds.), *Research in Political Sociology*, Vol. 1, pp. 211–242. Greenwich, CT: JAI Press.
- Komorita, S.S. (1963). Attitude content, intensity, and the neutral point on a Likert scale, *The journal of social Psychology*, 61, pp 327-334
- Kostova, T., y Zaheer, S. (1999). Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise. *Academy of Management Review*, 24, 1, pp. 64–81.
- Kreander, N. (2001): *An analysis of european ethical funds*. London: The association of chartered certified accountants.
- Lamertz, K., y Baum, J. A. C. (1998). The legitimacy of organizational downsizing

- in Canada: An analysis of explanatory media accounts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 15, pp. 93–107.
- Lawrence, T. B., Winn, M. I., y Jennings, P. D. (2001). The temporal dynamics of institutionalization. *Academy of Management Review*, 26, pp. 624–644.
- Li, J. T., Yang, J. Y. y Yue, D. R. (2007). Identity community, and audience: How wholly owned foreign subsidiaries gain legitimacy in China. *Academy of Management Journal*, 50, 1, pp. 175-190.
- Lounsbury, M. (2007). A tale of two cities: Competing logics and practice variation in the professionalizing of mutual funds. *Academy of Management Journal*, 50, pp. 289–330.
- Low, B. y Johnston, W. (2008). Securing and managing an organizations network legitimacy: The case of Motorola China. *Industrial Marketing Management*, 37, 7, pp. 873-879.
- March, J., y Simon, H. (1958). *Organizations*. New York: John Wiley and Sons.
- March, J.G. (1978). Bounded rationality and the engineering of choice. *Bell Journal of Economics*, 9, 587-608.
- Maurer, J. G. (1971). *Readings in Organization Theory: Open-System Approaches*. New York: Random House.
- McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972). *The agenda setting function of the mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36: 176–187.
- McKee, M. C., Mills, A. J., y Weatherbee, T. (2005). Institutional field of dreams: Exploring the AACSB and the new legitimacy of Canadian business schools. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22, pp. 288–301.
- Mckendrick, D. G., Jaffee, J., Carroll, G. R. y Khessina, O. M. (2003). In the bud? Disk array producers as a (possibly) emergent organizational form. *Administrative Science Quarterly*, 48, 60-93.
- Merry, S. E. (1988). Legal pluralism. *Law & Society Review*, 22, pp. 869–896.
- Merton, Robert K. (1968), 'The Matthew Effect in science: The reward and communcation systems of science considered,' *Science*, 159 (3810), pp. 56–63.
- Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 2, pp. 340–363.

- Meyer, J. W., y Scott, W. R. (1983). Centralization and the legitimacy problems of local government, en J. W. Meyer, y W. R. Scott (Eds.), *Organizational Environments: Ritual and Rationality*, pp. 199–215. Beverly Hills, CA: Sage.
- Mezias, S. J., y Boyle, E. (2005). Blind trust: Market control, legal environments and the dynamics of competitive intensity in the early American film industry 1893–1920. *Administrative Science Quarterly*, 50, pp. 1–34.
- Miles, R. H. (1982). *Coffin Nails and Corporate Strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Ministerio de Educación (2011), *Tablas estadísticas sobre el Personal Universitario*, último acceso 08 de Marzo de 2012 <http://www.educacion.gob.es/educacion/universidades/estadisticas-informes/estadisticas/personal-universitario.html>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., y Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22, pp. 853–886.
- Neilsen, E.H. y Rao, M.V. (1987). The strategy legitimacy nexus: A thick description, *Academy of Management Review*, 12, 3, pp. 523-533.
- Nunnally, J. y Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill
- Oliver, A. L. (2001). Strategic alliances and the learning life-cycle of biotechnology firms. *Organization Studies*, 22, pp. 467–489.
- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16, 1. pp. 145–179.
- Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource based views. *Strategic Management Journal*, 18, pp. 697–713.
- Ortega Castro, V., Pérez Esparrells, C. y Morales Sequera, S. (2008) *La financiación de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid y su aplicación a la Universidad Politécnica de Madrid*. Consejo Social, Universidad Politécnica de Madrid
- Osigweh, C. A. B., YG. (1989). Concept fallibility in organizational science. *Academy of Management Review*, 14, pp. 579–594.

- Parsons, T. (1956). Suggestions for a sociological approach to the theory of organizations. *Administrative Science Quarterly*, 1, pp. 63–85.
- Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe, IL.: Free Press.
- Pfeffer, J. (1981). Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms. En L. L. Cummings y B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, 13, pp. 1-52. Greenwich, CT: JAI Press.
- Pfeffer, J., y Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
- Phillips, D. J., y Zuckerman, E. W. (2001). Middle-status conformity: Theoretical restatement and empirical demonstration in two markets. *American Journal of Sociology*, 107, pp. 379–429.
- Phillips, D. J., y Zuckerman, E. W. (2007). High-status deviance or conformity? Silicon Valley law firms' engagement in family and personal injury law. Paper presented at the *annual meeting of the American Sociological Association*, in New York City, NY.
- Phillips, N., Lawrence, T. B., y Hardy, C. (2004). Discourse and institutions. *Academy of Management Review*, 29, pp. 635–652.
- Podolny, J. (1993). A status-based model of market competition. *American Journal of Sociology*, 98, pp. 829–872.
- Pollock, T. G., y Rindova, V. P. (2003). Media legitimation effects in the market for initial public offerings. *Academy of Management Journal*, 46, pp. 631–642.
- Powell, W. W. (1991). Expanding the scope of institutional analysis, en W. W. Powell; P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, pp. 183-203. Chicago: University of Chicago Press.
- Rao, H. (1994). The social construction of reputation: Certification contests, legitimation, and the survival of organizations in the American automobile industry: 1895–1912. *Strategic Management Journal*, 15, 1, pp. 29–44.
- Rao, H., Morrill, C., y Zald, M. (2000). Power plays: How social movements and collective action create new organizational forms, *Research in Organizational Behavior*, 22, pp. 237–281.

- Rauhvargers, A.; Deane, C. y Pauwels, W. (2009). *Bologna Process Stocktaking Report*, Report from working groups appointed by the Bologna Follow-up Group to the Ministerial Conference in Leuven/Louvain-la-Neuve. Bologna Process.
- Rindova, V. P., Pollock, T. G., y Hayward, M. L. A. (2006). Celebrity firms: The social construction of market popularity. *Academy of Management Review*, 31, 1, pp. 1–22.
- Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., y Sever, J. M. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48, pp. 1033–1050.
- Rindova, V., Petkova, A. P., y Kotha, S. (2007). Standing out: how new firms in emerging markets build reputation. *Strategic Organization*, 5, pp. 31–70.
- Roberts, P. W., y Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23, pp. 1077–1093.
- Rosen, S. (1981). The economics of superstars. *American Economic Review*, 71, pp. 845–858.
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22, pp. 887–910.
- Rowley, T., y Berman, S. (2000). A brand new brand of corporate social performance. *Business & Society*, 39, pp. 397.
- Rubtsova, A., y Dowd, T. J. (2004). Cultural capital as a multi-level concept: The case of an advertising agency en C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, 22, pp. 117–146. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Ruef, M. y Scott, R. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments, *Administrative Science Quarterly*, 43, 4, pp. 877-904
- Rutherford, M. W. y Buller, P. F. (2007). Searching for the legitimacy threshold. *Journal of Management Inquiry*, 16, 1, pp. 78-92.
- Saaty, T.L. (1977). A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structures, *Journal of Mathematical Psychology*, 15, 3, 234-281.
- Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York: McGraw Hill.

- Sauder, M., and Lancaster, R. (2006). Do rankings matter? The effects of U.S. news and world report rankings on the admissions process of law schools. *Law y Society Review*, 40, 1, pp. 105–134.
- Schnatterly, K., Ward, A., y Lee, P. M. (2006). Certification, Reputation and Legitimacy: Concentric Concepts. *Paper presented at the Academy of Management*, Atlanta, GA.
- Schramm, W. (1949). *The nature of news en W. Schramm* (Ed.), Mass Communications: 288–303. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Scott, M. B., y Lyman, S. M. (1968). Accounts. *American Sociological Review*, 33, pp. 46–62
- Scott, W. R. (1977). Effectiveness of organizational effectiveness studies, in Goodman, P.S. y Pennings, J. M. (Eds.). *New perspectives on organizational effectiveness*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Scott, W. R. (1987). *Organizations: Rational, natural and open systems*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Scott, W. R. (1994). Institutions and organizations: Toward a theoretical synthesis, in Scott, W. R., Meyer, J. W (Eds.), *Institutional environments and organizations: Structural complexity and individualism*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*, Thousand Oaks, CA.: Sage
- Scott, W. R. y Meyer, J. W. (1991). The organization o societal sectors, en Powell, W. W. y DiMaggio, P. J. (Eds.) *The new institutionalism in organizational analysis*, Chicago: University of Chicago Press.
- Scott, W. R., Ruef, M., Mendel, P.J., y Caronna, C. (2000). *Institutional Change and Healthcare Organizations: From Professional Dominance to Managed Care*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Shapiro, C. (1983). Premiums for high quality products as returns to reputations. *Quarterly Journal of Economics*, 98, pp. 659–679.
- Sharma, S. (2000). Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Academy of Management Journal*, 43, 681-697.

- Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*, 46, pp. 32–47.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative Behavior* (3rd edn). New York: Free Press.
- Simon, H.A. (1978). Rationality as process and as product of thought, *American Economic Review: Papers and Proceedings*, 68, 1-16.
- Sine, W. D., David, R. J., y Mitsuhashi, H. (2007). From plan to plant: Effects of certification on operational start-up in the emergent independent power sector. *Organization Science*, 18, pp. 578–594.
- Singh, J. V., Tucker, D. J., y House, R. J. (1986). Organizational legitimacy and the liability of newness. *Administrative Science Quarterly*, 31, pp. 171–193.
- Strang, D., y Soule, S. A. (1998). Diffusion in organizations and social movements: From hybrid corn to poison pills. *Annual Review of Sociology*, 24, pp. 265–290.
- Stryker, R. (1994). Rules, resources, and legitimacy processes: Some implications for social conflict, order and change. *American Journal of Sociology*, 99, pp. 847–910.
- Stryker, R. (2000). Legitimacy processes as institutional politics: Implications for theory and research in the sociology of organizations, *Research in the Sociology of Organizations*, 17, pp. 179–223. Greenwich, CT: JAI.
- Suchman M. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20, 3, pp. 571-610.
- Suddaby, R., y Greenwood, R. (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50, pp. 35–67.
- Sursock, A. y Smidt, H. (2010). *A decade of change in European Higher Education*, EUA Publications.
- Thomas, G.M.; Walker, H.A. y Zelditch, M. Jr. (1986). Legitimacy and collective action, *Social Forces*, 65, 2, pp. 378-404.
- Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it? A theoretical framework for measuring attitudes toward the legitimacy of environmental sustainability, *Business Strategy and the Environment*. 14, 3, pp. 186-197.
- Tolbert, P. S. y Zucker, L. G. (1983). Institutional source of change in the formal

- structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. 28, 1, pp. 22-39.
- Tornikoski, E.T. y Newbert, S.L. (2007). Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective. *Journal of Business Venturing*, 22, 2, pp. 311-335
- Tushman, M.L. y Anderson, P. (1986). Technological discontinuities and organizational environments. *Administrative Science Quarterly*, 31, 3, pp. 439-465.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1986). Rational choice and the framing of decisions, *Journal of Business*, 59, 251-278.
- Tyler, T. R. (2006). Psychological perspectives on legitimacy and legitimation. *Annual Review of Psychology*.
- Universidad Complutense. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde <http://www.ucm.es/?d=0000624>
- Universidad de Alcalá. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde http://www.uah.es/universidad/presentacion/historia_universidad.shtm
- Universidad Politécnica de Madrid, *Presupuesto 2011*, último acceso 18 de Marzo de 2012, desde <http://www.upm.es/sfs/Rectorado/Vicerrectorado%20de%20Asuntos%20Economicos/Area%20de%20Gestion%20Economica%20y%20Financiera/Presupuestos/Presupuesto%202011.pdf>
- Universidad Politécnica de Madrid. *Historia*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde <http://www.upm.es/institucional/UPM/CanalUPM/LineaTiempo>
- Vaara, E., Tienari, J., y Laurila, J. (2006). Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies*, 27, pp. 789–810.
- Van de Ven, A. H. (1992). Suggestions for studying strategy process: A research note. *Strategic Management Journal*, 13, pp. 169–188.
- Vanhonacker, W. R. 2000. A better way to crack China. *Harvard Business Review*, 78, 20.

- Vidaver-Cohen, D. (2006). Institutional Change, Legitimacy, and Reputation: A Model of Reciprocal Processes. Paper presented at the *Florida International University Faculty Research Symposium*, Miami.
- Wade, J. B., Porac, J. F., Pollock, T. G., y Graffin, S. D. (2006). The burden of celebrity: The impact of CEO certification contests on CEO pay and performance. *Academy of Management Journal*, 49, pp. 643–660.
- Walker, H.A. y Zelditch, M. Jr. (1993). Power, legitimacy, and the stability of authority: a theoretical research program, en Berger J. y Zelditch M Jr. (eds), *Theoretical Research Programs*, pp. 364–381, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Wartick, S. L. (2002). Measuring corporate reputation: Definition and data. *Business y Society*, 41, pp. 371–392.
- Washington, M., y Zajac, E. J. (2005). Status evolution and competition: Theory and evidence. *Academy of Management Journal*, 48, pp. 282–296.
- Weber, M. (1946 [1922]). Class, status, party, pp. 180–95 en *From Max Weber Essays en Sociology*, ed. H. H. Gerth y C. Wright Mills. New York: Oxford University Press.
- Wedlin, L. (2006). *Ranking Business Schools: Forming Fields, Identities and Boundaries in International Management Education*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Weigelt, K., y Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. *Strategic Management Journal*, 9, pp. 443–454.
- Westphal, J. D., Gulati, R., y Shortell, S. M. (1997). Customization or conformity? An institutional and network perspective on the content and consequences of TQM adoption. *Administrative Science Quarterly*, 42, pp. 366–394.
- Wezel, F. C. (2005). Location dependence and industry evolution: Founding rates in the United Kingdom motorcycle industry, 1895–1993. *Organization Studies*, 26, pp. 729–754.
- Wikipedia. *Historia de la Universidad Autónoma de Madrid*, último acceso 16 de Marzo de 2012, desde http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Aut%C3%B3noma_de_Madrid
- Worcester, R.M. y Burns, T.E. (1975). A statistical examination of the relative

precision of verbal scales, *Journal of the Market Opinion Research International*, 17, 3, pp.181-197.

Wright, E. O. (1985). Practical strategies for transforming concepts en E. O. Wright (Ed.), *Classes*, pp. 292–302. London, UK: Verso.

Wry, T. E., Deephouse, D. L., y McNamara, G. (2007). Substantive and evaluative media reputations across and within cognitive strategic groups. *Corporate Reputation Review*, 9, pp. 225–242.

Yin RK. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Yin, R. K. (2003), *Case Study Research: Design and Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage

Zaheer, S. (1995). Overcoming the liability of foreignness. *Academy of Management Journal*, 38, 341-363.

Zeitz, G., Mittal, V. y Mcaulay, B. (1999). Distinguishing adoption and entrenchment of management practices: A framework for analysis. *Organization Studies*, 20, 741-776.

Zelditch, M. (2001). Processes of legitimation: Recent developments and new directions. *Social Psychology Quarterly*, 64, 4-17.

Zimmerman, M., Zeitz, G. (2002). Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*. 27, 3, pp. 414-31.

Zucker, L. G. (1977). The role of institutionaliza-tion in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42, pp. 726–743.

Zucker, L. G. (1987). Institutional theories of organization, *Annual review of Sociology*, 13, pp. 443-464. Chicago: University of Chicago Press.

Zucker, L. G. (1988). Where do institutional patterns come from? Organizations as actors in social systems, en L. G. Zucker (Ed.), *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*. Pp. 23-49. Cambridge, MA: Ballinger.

Zucker, L. G. (1989). Combining institutional theory and population ecology: No legitimacy, no history. *American Sociological Review*, 54, pp. 542–545.

Zuckerman, E. W. (2000). Focusing the corporate product: Securities analysts and de-diversification. *Administrative Science Quarterly*, 45, pp. 591–619.

ANEXO

ANEXO

CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

La Legitimad del Espacio Europeo de Educación Superior

BLOQUE 1

¿Cuál es el grado de **DESARROLLO** de los siguientes objetivos, en tu Universidad?

B1P1	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	1	2	3	4	5
B1P2	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	1	2	3	4	5
B1P3	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	1	2	3	4	5
B1P4	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	1	2	3	4	5
B1P5	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	1	2	3	4	5
B1P6	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	1	2	3	4	5
B1P7	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con los demás países europeo	1	2	3	4	5
B1P8	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	1	2	3	4	5
B1P9	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	1	2	3	4	5
B1P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	1	2	3	4	5

BLOQUE 2

¿Considera que tu Universidad debe perseguir los siguientes objetivos independientemente de su utilidad para la implantación del Plan Bolonia?

B2P1	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	1	2	3	4	5
B2P2	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	1	2	3	4	5
B2P3	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	1	2	3	4	5
B2P4	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	1	2	3	4	5
B2P5	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	1	2	3	4	5
B2P6	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	1	2	3	4	5
B2P7	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con los demás países europeo	1	2	3	4	5
B2P8	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	1	2	3	4	5
B2P9	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	1	2	3	4	5
B2P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	1	2	3	4	5

BLOQUE 3

¿Consideras que las acciones emprendidas por tu Universidad para conseguir los siguientes objetivos, se puede hacer mejor?

B3P1	Garantizar la igualdad entre los alumnos a la hora de acceder y afrontar sus estudios	1	2	3	4	5
B3P2	Garantizar la formación continua de los graduados y los profesionales en activo	1	2	3	4	5
B3P3	Ayudar a los alumnos a incorporarse al mercado laboral	1	2	3	4	5
B3P4	Conseguir que los alumnos participen en el proceso de aprendizaje	1	2	3	4	5
B3P5	Ayudar a la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria, entre universidades (alumnos, profesorado y personal de administración)	1	2	3	4	5
B3P6	Utilizar de forma responsable los recursos económicos disponibles	1	2	3	4	5
B3P7	Conseguir que la estructura de los estudios sea comparable con los demás países europeos	1	2	3	4	5
B3P8	Garantizar el reconocimiento de las cualificaciones de los alumnos entre las universidades europeas	1	2	3	4	5
B3P9	Generar y comunicar una información detallada sobre los servicios y actividades de la universidad	1	2	3	4	5
B3P10	Establecer mecanismos de control de la calidad de la enseñanza	1	2	3	4	5

BLOQUE 4

B4P1	¿Consideras que las actividades desarrolladas por tu Universidad son útiles para implantar el Plan Bolonia (EEES)?	1	2	3	4	5
B4P2	¿Consideras que las actividades desarrolladas por tu Universidad deben seguir desarrollándose con independencia de que sirvan para implantar el Plan Bolonia (EEES)?	1	2	3	4	5
B4P3	¿Consideras que las actividades desarrolladas por tu Universidad para implantar el Plan Bolonia (EEES) se pueden hacer mejor?	1	2	3	4	5
B4P4	Consideras que las actividades desarrolladas por tu Universidad para implantar el Plan Bolonia (EEES) son deseables, correctas y apropiadas	1	2	3	4	5