

01-06-2009 **Ranking**

Apostando por la calidad

Incluso en medio de la crisis, las escuelas de MBA en su conjunto muestran amplias mejoras frente a sus indicadores de años anteriores. Y es que en medio de la incertidumbre global, los que saben de negocios siguen apostando a mejorar.

por Daniela
 González



Conozca la nueva edición del Ranking MBA 2009, elaborado por AméricaEconomía Intelligence.

Una de las pocas oportunidades donde se puede encontrar juntos al vicepresidente de Banco Itaú, al director del Grupo Votorantim o al director ejecutivo del Banco BBVA es en algunos de los eventos organizados por Comunidade EX GV, la asociación de ex alumnos de la escuela Getúlio Vargas de São Paulo. Muchos de los más altos ejecutivos de las grandes corporaciones brasileñas pasaron por sus aulas, un poder de redes que tanto la misma escuela como los egresados de ella buscan aprovechar al máximo. No es un secreto. Una de las principales motivaciones por las que alumnos se deciden a hacer un MBA, es el poder de la red que la escuela ofrece a sus alumnos. El famoso networking.

Por ello, para elaborar esta nueva edición del Ranking MBA - Las mejores escuelas de negocios de América Latina, **AméricaEconomía Intelligence** perfeccionó la manera en que se mide el poder de red de las escuelas, incluyendo un nuevo indicador que analiza con detalle las empresas y los cargos que son alcanzados por una muestra seleccionada de egresados de cada una de ellas. Este nuevo indicador es una primera aproximación a la calidad de egresados que generan las escuelas. Su inclusión en la metodología de esta investigación nace de las sugerencias de las propias escuelas, como de las opiniones de nuestra comunidad de lectores, que en el tramo de edad de 36 a 45 años, manifiesta que uno de los mayores beneficios de haber cursado un MBA es haber ampliado su red de contactos.

El más alto Índice de éxito de egresados es justamente el de la Getúlio Vargas de São Paulo, escuela que pasó de la novena a la tercera posición del ranking general. La escuela paulistana no

sólo tiene un gran nivel de egresados. También es la que tiene la mejor conexión internacional gracias a una enorme cantidad de convenios con universidades del mundo. “FGV es la escuela de negocios de América Latina con mayor reconocimiento dentro del mercado norteamericano”, dice James McFarland, antiguo decano de Tulane.

No obstante, el primer lugar es recuperado por INCAE, la escuela centroamericana fundada con el apoyo de Harvard y que es la que logra el mejor equilibrio entre fortaleza académica, producción y difusión del conocimiento, internacionalización y poder de red, las cuatro grandes dimensiones que introdujimos en nuestra juguera metodológica. Le sigue la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC-Chile), una de las universidades con el claustro académico más potente de América Latina y que logra un desafío complejo: equilibrar un grupo de profesores con excelente registro académico con profesionales que vienen del mundo empresarial. Otra que tiene buenas noticias es Uniandes, la escuela colombiana que se encarama en el cuarto lugar al mantener la tendencia positiva de los últimos años

Fortaleza académica. Las escuelas mencionadas se beneficiaron de la caída de otras dos: la primera de ellas es el ITAM, la escuela mexicana que había liderado por los últimos dos años este ranking. Este vez no pudo mantener ese lugar (bajó al quinto) por el descenso mostrado en su capacidad de investigación, que le llevaba a liderar la producción y difusión de conocimiento. Y es que gran parte de los papers académicos que la escuela presentaba en la exigente red de publicaciones ISI en ediciones anteriores, fueron realizados antes del período de cinco años que exige nuestra metodología, con el objetivo justamente de que la investigación relevante para este estudio sea producto de un esfuerzo constante por parte de la escuela.

La misma razón explica el retroceso en el ranking de la U. Adolfo Ibáñez, de Santiago. La escuela tiene una de las infraestructuras más espectaculares de toda América Latina y su equipo de investigación es de primer nivel, aunque tuvo una leve baja en el ritmo de publicaciones que afectó su resultado de este año.

Los movimientos de posiciones, especialmente en la parte alta del ranking, obedecen a un fenómeno esperable y positivo: las escuelas han ido mejorado sistemáticamente año a año en sus distintos indicadores, apostando especialmente a sus fortalezas. Y las distancias se han ido acortando entre una y otra. Con ello, pequeños movimientos y simples decisiones en un área pueden provocar interesantes cambios de posiciones.

Es lo que sucede, por ejemplo, con la argentina IAE Austral que logra también ascender dentro de las 10 primeras posiciones. A pesar de estar desconectada geográficamente (se encuentra a 50 km de Buenos Aires), la escuela cuenta con un altísimo poder de redes/networking. Esta escuela es además una de las que tienen más marcada su vocación por el caso como método de enseñanza. Es decir, que busca impartir conocimientos generales a partir del análisis de situaciones y ejemplos de empresas concretas, por lo que gran parte del tiempo de sus académicos está dedicado a la preparación de esos casos de estudios. Muy cerca de ella, en la décima posición, está la Universidad de Chile que es el contraejemplo: sus recursos investigativos se destinan a desarrollar hipótesis generalistas, demostrables a través del método científico. El esfuerzo de sus académicos en este punto es sin par: tiene 202 papers publicados en ISI, más que ninguna otra escuela de la región. No obstante, cabe decir que estos papers no logran aún el nivel de repercusión que consiguen los de otras escuelas, como los ITAM y las de la Torcuato di Tella, que son los más referidos por otros papers dentro de la misma base de publicaciones.

En la parte media de la tabla también se producen movimientos importantes, como el avance en 19 puestos de la U. de las Américas de Puebla. Este progreso es principalmente producto de la experiencia en negocios de sus profesores, quienes ocupan importantes puestos en empresas como Volkswagen o Cadbury-Schweppes que se ubican en esta ciudad. El IDE de Ecuador también da un salto de 19 posiciones, también a causa de la experiencia en negocios de sus académicos, lo que le asegura al alumno que está en la sala de clases aprender directamente de quien ha vivido cada una de las situaciones que se exponen en el aula.

Dentro de la administración, las escuelas también tienen sus disciplinas favoritas a las cuales se

enfocan y destinan parte importante de sus recursos (tiempo y profesores) en desarrollarlas. Por ello, desde hace dos años incluimos en este estudio subrankings que permitan reflejar los esfuerzos que las escuelas están haciendo en áreas precisas de la gestión de empresas. De esta manera, por ejemplo, se puede entender mejor el esfuerzo que realiza la argentina Universidad Torcuato di Tella y que le permite mantener su posición en el ranking general, y liderar dos subrankings en dos áreas que son pilares dentro de la administración: economía y finanzas. “Tenemos un sistema de tenure que provee fuertes incentivos a la publicación en journals internacionales, y sólo quienes alcancen las metas de publicación pueden seguir en la escuela”, dice Ernesto Schargrosky, decano de esta escuela de negocios.

Un duelo interesante es el que tienen las chilenas Universidad del Desarrollo (UDD) y Adolfo Ibáñez (UAI) por liderar el subranking de emprendimiento. La UDD lideraba tradicionalmente este ítem. Pero la UAI -y sus más de cien empresas creadas dentro de su incubadora de negocios- consiguió el primer lugar este año.

La peruana CENTRUM, que por tercer año consecutivo logra el primer lugar en el subranking de estrategia. Ésta enseña desde su propio ejemplo, ya que con un estratégico plan de negocios ha logrado situarse dentro de las 15 primeras posiciones del ranking, con tan sólo ocho años de vida.

Un área complicada es la del marketing: se nota que las escuelas la ven como un área de interés estratégico para las escuelas y que se deduce del alto número de escuelas que declara tener fortalezas en el tema. No obstante, la investigación realizada en esta área es poca, así como son pocos los académicos PhD en áreas relacionadas al marketing trabajando en la región. El primer lugar lo consigue la U. de Chile, gracias principalmente a que es la que tiene más estudios en el tema. “Muchas ideas de investigación provienen de conversaciones con altos ejecutivos, pero también creemos que al mismo tiempo es nuestra responsabilidad mostrarles algunas realidades que no han descubierto”, señala Pedro Hidalgo, director del departamento de administración de la Universidad de Chile.

En cuanto al tema de recursos humanos, con dos escuelas dentro de las cinco primeras, las colombianas dan cátedra en la gestión de personas. “El desafío se encuentra en la falta de credibilidad de los altos directivos acerca de los aportes del área RR.HH. y porque se le considera un área operativa generadora de gastos”, afirma Martha Gutiérrez, directora del centro de gestión humana y organizaciones de la U. Externado.

La principal conclusión de este ranking, no obstante, es que la competencia entre las escuelas es cada vez mayor. Y como lo enseñan ellas mismas en sus salas de clases, esto invita a la mejora constante. Esta nueva edición, la número 13 de este estudio, no sólo muestra las posiciones relativas entre las escuelas, sino cómo toda la industria ha ido avanzando año tras año. Hace algunos casi no había investigación, los postgrados obtenidos por el profesorado eran mirados con desidia y los esfuerzos de conexión internacional eran mínimos. Hoy, incluso en medio de la crisis, las escuelas de negocios siguen dando clase: persisten en sus esfuerzos para ser cada vez más grandes y mejores.

RK 09	RK 08	Nombre de la Escuela	Ciudad Sede	Costo* US\$	Fortaleza Académica	Producción y Difusión	Internacionalización	Redes / Networking	Ambiente de Negocios	Total
1	2	Incae BS	Alajuela / Managua	28.000	83,9	100,0	57,5	91,9	40,8	82,62
2	4	Puc Chile	Santiago	27.500	97,7	51,6	56,3	89,0	77,5	79,52
3	9	Fgv - Eaes	São Paulo	33.500	70,8	74,5	100,0	76,2	100,0	78,47
4	5	Uniandes	Bogotá	37.000	91,2	92,0	51,6	64,6	56,4	78,38
5	1	Itam	C. de México	46.000	91,9	53,9	66,9	71,1	77,4	75,67

6	3	U. A. Ibáñez	Santiago	28.900	89,3	55,5	61,2	77,4	77,5	75,34
7	6	Egade - Monterrey	Monterrey	45.000	69,8	74,0	95,7	63,9	65,9	73,18
8	10	lae - Austral	Buenos Aires	25.000	74,5	63,5	46,5	100,0	73,3	73,11
9	7	lesa	Caracas	31.000**	85,3	68,1	65,9	66,3	40,9	72,92
10	8	U. de Chile	Santiago	25.000	78,2	97,6	40,4	55,5	77,5	71,83

* Programa Executive

** Costo de Programa Part Time debido a que no tiene Programa Executive

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

Más información. [Descargar Ranking MBA 2009 completo \(PDF\)](#).