

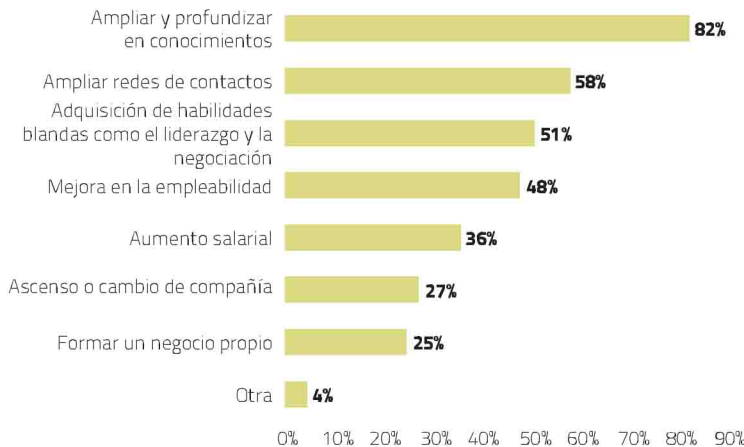
El veredicto de los ejecutivos

A la hora de pensar en MBA, los lectores de **AméricaEconomía** tienen gustos claros: a la mayoría les gusta Harvard, lo pagan con sus propios recursos y el *networking* está entre sus prioridades.

Los beneficios después del MBA

¿Cuál o cuáles han sido los principales beneficios que le ha traído cursar un MBA?

Fuente: Encuesta MBA 2010, AméricaEconomía Intelligence

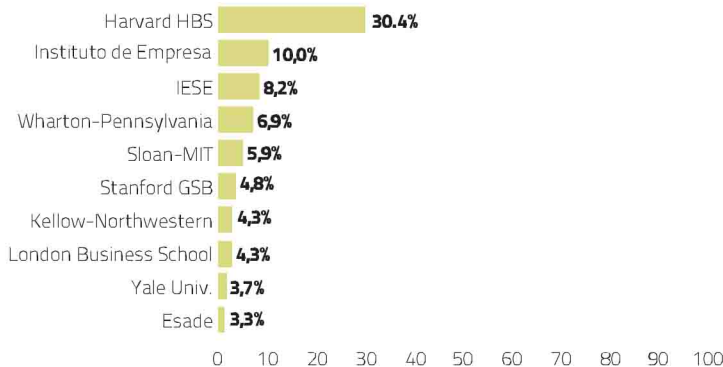


* Los porcentajes no suman 100, porque se puede votar por más de una opción.

Todos queremos ser profesores de Harvard...

De dedicarse a la docencia ¿en cuál de las siguientes universidades globales se sentiría honrado de dictar clases?

Fuente: Encuesta MBA 2010, AméricaEconomía Intelligence



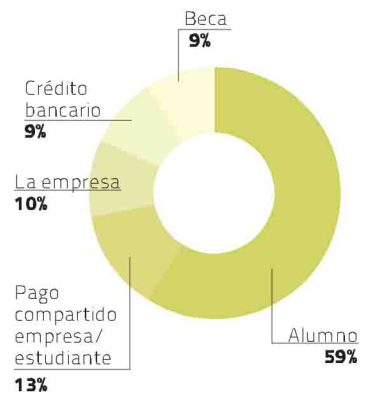
¿Qué piensan los ejecutivos de las escuelas de negocios? ¿Cuál es su favorita? ¿Qué beneficios les trajo cursar un MBA? Estas y otras preguntas respondió la gente de negocios en el sondeo sobre percepción de MBA que por tercera vez realizó **AméricaEconomía**.

La encuesta, a la que respondieron 1.038 personas de más de 12 países, tiene a Harvard Business School, London Business School y el Instituto de Empresa como las escuelas más prestigiosas a

Del propio bolsillo

Quién asumió el costo del MBA

Fuente: Encuesta MBA 2010, América Economía Intelligence



Para los que no han cursado un MBA, la opción de formar un negocio tuvo 41% de los votos.

nivel global. En América Latina, las tres que encabezan la lista son el Incae, la Egade Tecnológico de Monterrey y la Universidad Católica de Chile.

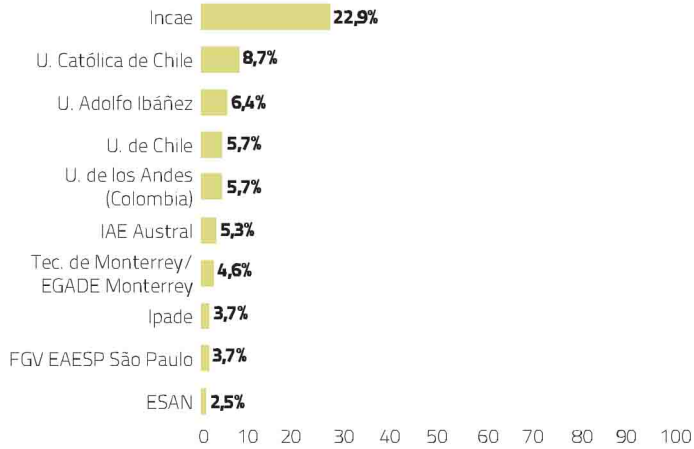
Los resultados sobre el prestigio de las escuelas globales son importantes, ya que por primera vez se incorporaron en la encuesta como una dimensión completa del ranking de Las mejores escuelas de negocios del mundo con una ponderación de 25%.

Otro dato relevante que arrojan las respuestas es el creciente interés de los ejecutivos por cursar un MBA. Un 65% de los encuestados que no tiene estudios de postgrado declara interés en realizar una maestría en negocios. Si se contrasta esta respuesta con la pregunta sobre el financiamiento de estas maestrías, se puede desprender que uno de los mayores obstáculos para cursar un MBA puede ser su alto costo. Un 59% de los ejecutivos de la encuesta que ha realizado un postgrado dice que fueron ellos mismos quienes se financiaron los estudios, mientras que sólo 10% fueron financiados por sus empresas. ■

...y en América Latina en el Incae

De dedicarse a la docencia ¿en cuál universidad regional se sentiría honrado de dictar clases?

Fuente: Encuesta MBA 2010, AméricaEconomía Intelligence



A 57% de los encuestados les gustaría hacer clases en una escuela brasileña, mexicana o chilena.

Ellos las prefieren

Porcentaje de votos por la escuela más prestigiosa de Latinoamérica en cada país

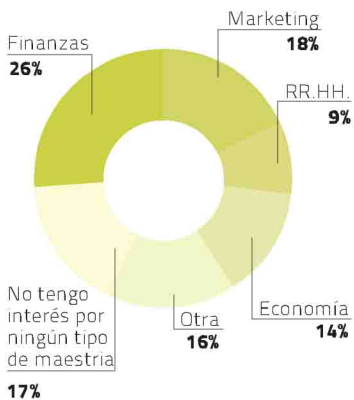
Fuente: Encuesta MBA 2010, América Economía Intelligence

Votantes	Porcentaje de votos	Escuelas latinas más prestigiosas
Argentinos	16,0%	IAE Austral
Brasileños	14,7%	Coppead, FIA/FEA U. São Paulo
Chilenos	16,0%	Incae, U. Católica de Chile
Colombianos	24,6%	U. de los Andes
Ecuatorianos	66,8%	Incae
Mexicanos	18,9%	Ipade
Centroamericanos	46,0%	Incae
Peruanos	45,2%	Incae
Venezolanos	62,5%	Incae

No sólo negocios

Áreas de interés para realizar otras maestrías

Fuente: Encuesta MBA 2010, América Economía Intelligence



Prestigio global

Puntaje de 10 escuelas globales más prestigiosas en base 100

Fuente: Encuesta MBA 2010, América Economía Intelligence

Escuela	País	Prestigio base 100
Harvard Business School	EE.UU.	100,0
London Business School	Reino Unido	69,3
IE Business School	España	62,7
IESE Business School - Universidad de Navarra	España	54,0
The Wharton School - University of Pennsylvania	EE.UU.	67,7
Sloan School of Management - MIT	EE.UU.	56,5
Columbia Business School - Columbia University	EE.UU.	58,0
Graduate School of Business - Stanford University	EE.UU.	52,9
Yale University School of Management	EE.UU.	57,0
Stern School of Business - University of New York	EE.UU.	48,5

El prestigio promedio de las escuelas globales es de 29,8.