

RÁNKING MBA - Las mejores escuelas de negocios de América Latina

La consigna es innovar

Con la presentación de esta nueva edición del ránking de las mejores escuelas de negocios de América Latina, enfocamos el análisis en un aspecto clave para la gestión de cualquier empresa con aspiraciones: las muchas veces nombrada, pero pocas veces ejecutada, innovación.

AméricaEconomía INTELLIGENCE, DANIELA ARCE Y TAMARA MUÑOZ

Las posiciones de este ránking año a año se definen de manera más milimétrica. Cada profesor suma, cada investigación cuenta, en especial en la disputa por los primeros lugares de la tabla. Porque las escuelas de negocios latinoamericanas tienen toda su capacidad institucional volcada en mejorar su oferta y competir

en este duro mercado por educar a los más importantes ejecutivos latinoamericanos.

Por esto los recientes esfuerzos de Incae (2°) fueron suficientes como para que esta escuela de negocios centroamericana ascendiera un puesto, logrando igualar en puntaje a la mexicana ITAM. La publicación de 53 papers ISI durante

2011, la suscripción de convenios con la Universidad de St. Gallen y la UCLA, y los mejores resultados de San José y Managua en el ránking de ciudades de AméricaEconomía en 2011 —el que aporta la dimensión de Ambiente de Negocios de este ránking de MBA— fueron argumentos suficientes para alcanzar a la mejor escuela mexicana

rankeada.

Sin embargo, Incae deberá hacer algo más si quiere alcanzar a la escuela de negocios de la chilena Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), que se afirma en el primer puesto por segundo año consecutivo. Esto gracias a una actividad de investigación más intensa, que se reflejó en la publicación de 114 nuevos papers en journals indexados en el sistema ISI (contra apenas 88 en 2010), y gracias también a la contratación de nueve nuevos profesores full time, con el grado de doctor en algún ámbito del management.

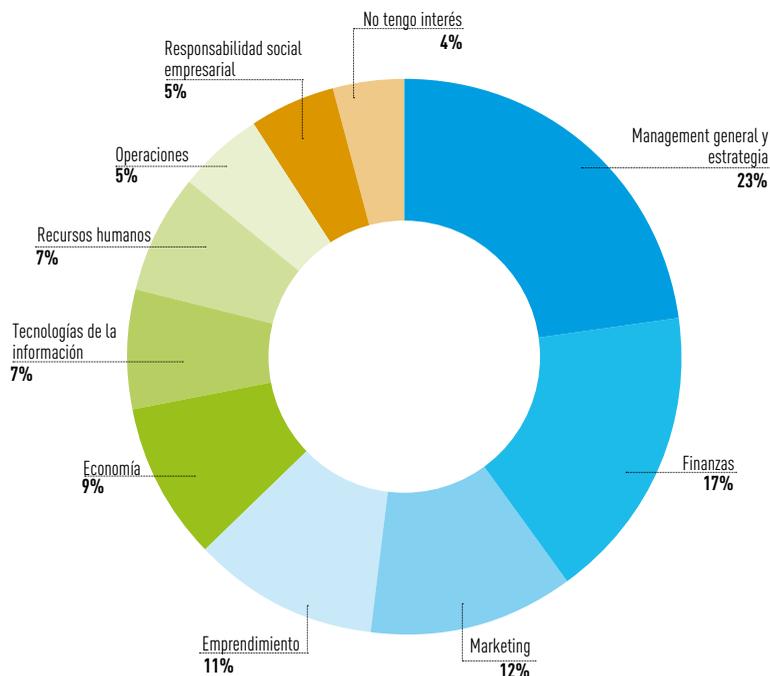
Otros movimientos interesantes en el ranking corresponden a la inversión de posiciones de algunas escuelas encumbradas en el listado. De tal modo, la mexicana Egade cobró el 4° puesto en detrimento de la Fundación Getúlio Vargas (FGV) de Brasil, fundamentalmente porque en 2011 la escuela de negocios del Tecnológico de Monterrey eliminó varias de las ineficiencias que se produjeron cuando en 2010 fusionaron las sedes de Ciudad de México y de la capital regiomon-tana. Esto implicó reducir la cantidad y proporción de profesores part time, los que ponderan menos que quienes se desempeñan a tiempo completo, y dar inicio en simultáneo a la campaña de acreditación ante los tres principales organismos internacionales: AACSB, Equis y AMBA. Algo que impacta en la dimensión de Internacionalización, pues éstos funcionan como habilitadores de desempeño profesional en los mercados de Estados Unidos o Europa.

La colombiana Uniandes y Universidad Católica de Chile protagonizan otro interesante round. Este año la escuela de negocios de Bogotá accedió al 6° lugar por un expediente parecido a los casos anteriores: más profesores full time con Ph.D., más convenios internacionales y acreditaciones, lo que implicó el desplazamiento de la chilena

LAS FICHAS EN LA RULETA

¿En qué área del conocimiento tiene interés por especializarse?

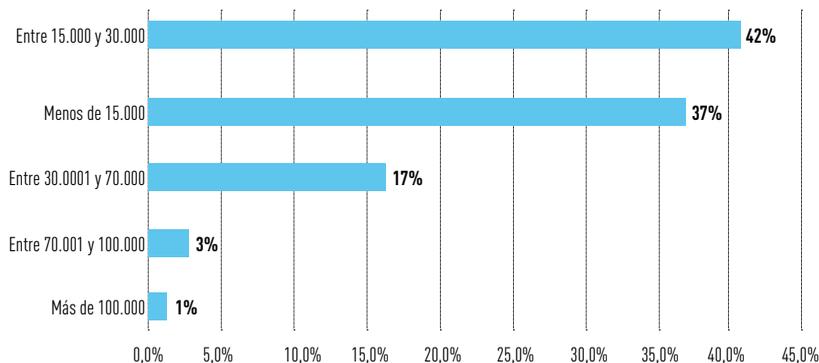
FUENTE: ENCUESTA MBA 2012, AMÉRICA ECONOMÍA INTELLIGENCE



Y AHORA LA CUENTA

¿Cuántos US\$ estaría dispuesto a gastar anualmente por realizar un MBA?

FUENTE: ENCUESTA MBA 2012, AMÉRICA ECONOMÍA INTELLIGENCE



a la séptima posición. Similar caso al de la Torcuato di Tella (8°), que subió dos posiciones, fundamentalmente disparando su producción de papers ISI, y desplazando, de pasada, a su principal competidora en el mercado argentino: IAE, que se queda en el 9°.

Una fuerte competencia, que se define en cada detalle. Y que tiene en la innovación un nuevo eje programático.

DEL MANTRA A LA PROCLAMA

“Sin innovación no hay negocio”, se repite en las escuelas de negocios. Sin embargo, esta especie de mantra no siempre se encarna en algo más que en algunos cursos y programas como para que directores y gerentes no olviden incluirla en sus power point. Sin embargo, muchos ya acusan que para llevar la innovación al área estratégica de las compañías es necesario sacarse la corbata y bajar al lugar donde efectivamente se produce.

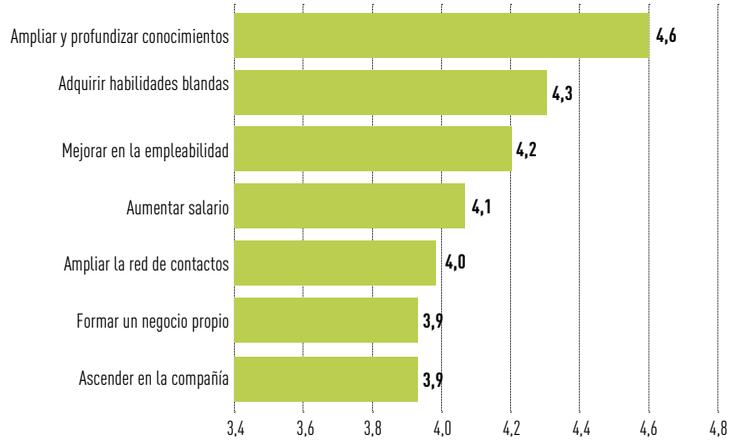
Manuel Suárez Barraza es un profesor de Egade formado en Toyota, que advierte que la hora de innovar de América Latina no ha llegado con fuerza porque las escuelas de negocios y las grandes empresas de la región, las que en su mayoría pertenecen a sectores fundados en el siglo XIX, han descuidado las operaciones. “Si los estudiantes del MBA ven a esa área como un pariente pobre, nunca van a lograr innovaciones de procesos que pueden producir eficiencias disruptivas que pueden llegar a cambiar industrias, por muy maduras que éstas estén”, dice.

Sin embargo, comienza a haber cierta conciencia en las escuelas de negocios. De la mano de los rutilantes emprendimientos tecnológicos, algunos directivos ven las carencias de formación de los MBA, donde se enseña poco de lo necesario para crear nuevos Mark Zuckerberg latinoamericanos. “De ahí nuestros esfuerzos por conectar nuestra escuela con las ingenierías, y

MOTIVO PROFUNDO

Factores más atrayentes para realizar un MBA (nota de 1 a 5)

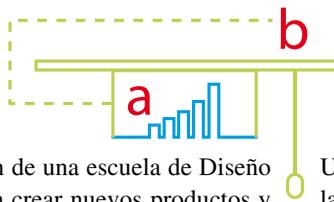
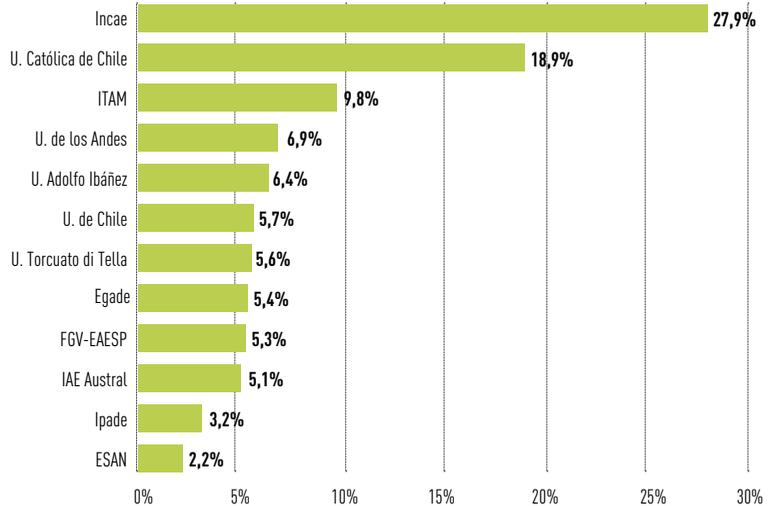
FUENTE: ENCUESTA MBA 2012, AMÉRICA ECONOMÍA INTELLIGENCE



EL PODER DE UNA INSIGNIA

De dedicarse a la docencia, ¿en cuáles escuela de negocios se sentiría honrado de dictar clases? Mencione hasta tres. Porcentaje del total de menciones.

FUENTE: ENCUESTA MBA 2012, AMÉRICA ECONOMÍA INTELLIGENCE



la creación de una escuela de Diseño enfocada a crear nuevos productos y servicios para el mercado”, dice Alfonso Gómez, decano de la escuela de negocios de la UAI. También en Chile, la escuela de negocios de la

Universidad Católica está buscando las sinergias al interior de esta casa de estudios, que es fuerte en ingenierías y ciencias. “Estamos buscando generar más doctores y más conocimiento, para que lleven a cabo la innovación

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	CIUDAD	FORTALEZA ACADÉMICA					PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO				
					Nº DE PROFESORES FULL TIME	% PROFESORES FULL TIME CON PH.D	Nº DE PROFESORES PART TIME	% PROFESORES PART TIME CON PH.D	ÍNDICE 2012	Nº DE PAPERS ISI 2012	Nº DE PAPERS EN OTRAS BASES	Nº DE CASOS	Nº DE LIBROS	ÍNDICE
1	1	U. A. IBÁÑEZ	CL	Santiago	48	100,0	29	34,5	93,4	114	71	143	26	94,6
2	3	INCAE	CR/NI	Alajuela/Managua	40	95,0	0	-	93,2	53	87	176	26	94,2
2	2	ITAM	MX	C. de México	54	88,9	9	77,8	96,1	52	17	10	14	90,1
4	4	EGADE BUSINESS SCHOOL	MX	Monterrey/México	69	88,4	198	70,2	87,4	121	193	62	87	97,1
5	4	FGV - EAESP	BR	São Paulo	70	98,6	5	100,0	86,1	46	342	7	68	99,1
6	7	UNIANDÉS	CO	Bogotá	39	84,6	7	71,4	100,0	33	29	26	48	76,4
7	6	PUC - CHILE	CL	Santiago	40	60,0	33	21,2	91,7	83	8	34	5	91,2
8	10	U. TORCUATO DI TELLA	AR	Buenos Aires	37	88,9	31	41,9	86,9	127	148	26	21	93,1
9	8	IAE - AUSTRAL	AR	Buenos Aires	48	70,8	30	13,3	88,4	13	50	108	25	65,3
10	9	U. DE CHILE (4)	CL	Santiago	113	85,8	50	50,0	88,2	213	98	20	20	100,0
11	11	FEA/FIA U. SÃO PAULO	BR	São Paulo	75	97,3	18	66,7	87,2	36	464	12	57	77,2
12	14	COPPEAD	BR	Rio de Janeiro	24	100,0	3	100,0	81,8	23	53	14	16	56,1
13	12	IESA	VE	Caracas	35	97,1	12	41,7	74,8	31	154	37	13	82,6
14	13	U. SAN ANDRÉS	AR	Buenos Aires	38	86,8	37	27,0	89,0	23	124	61	80	65,9
15	15	ESAN	PE	Lima	41	92,7	142	7,0	68,9	56	62	576	81	78,4
16	16	U.DEL DESARROLLO	CL	Santiago	36	69,4	54	31,5	77,1	40	22	19	25	51,1
17	18	U. D. PORTALES	CL	Santiago	39	66,7	24	33,3	68,3	62	40	29	26	77,2
18	17	UTFSM	CL	Santiago	26	80,8	27	51,9	74,3	24	34	9	6	36,3
19	23	FGV - EBAPE	BR	Rio de Janeiro	26	100,0	3	100,0	53,8	43	44	0	9	54,9
20	25	U. DEL PACÍFICO	PE	Lima	29	82,8	43	32,6	54,3	14	24	9	51	32,9
21	19	UDLAP	MX	Puebla	35	100,0	6	100,0	72,3	8	14	4	9	20,1
22	21	U. DE TALCA	CL	Talca	30	76,7	12	33,3	64,5	29	40	16	6	42,6
23	22	USACH	CL	Santiago	45	35,6	30	43,3	53,4	14	3	6	9	31,2
24	20	U. A. HURTADO	CL	Santiago	20	50,0	11	27,3	47,3	26	72	27	16	51,1
25	24	TEC. DE MONTERREY	MX	Guadalajara	47	68,1	37	56,8	53,5	14	10	5	15	30,2
26	34	ITESO	MX	Guadalajara	27	66,7	26	11,5	39,7	29	17	0	15	37,9
27	28	U. EXTERNADO COLOMBIA	CO	Bogotá	30	90,0	7	100,0	44,8	13	55	45	32	31,3
28	32	U. DEL NORTE	CO	Barranquilla	29	58,6	17	41,2	47,0	5	22	4	34	20,5
29	26	U. DE PALERMO	AR	Buenos Aires	45	37,8	59	0,0	55,2	3	7	5	16	13,1
30	27	ORT	UY	Montevideo	26	53,8	67	20,9	36,3	10	25	28	18	19,2
31	30	IDE	EC	Guayaquil / Quito	15	73,3	15	6,7	33,2	1	6	116	14	15,0
32	31	ANÁHUAC - SUR	MX	C. de México	13	84,6	22	100,0	40,5	3	39	0	13	19,9
33	33	U. ROSARIO	CO	Bogotá	34	50,0	25	24,0	31,1	18	83	3	37	41,8
34	29	BSP	BR	São Paulo	25	40,0	60	50,0	46,9	6	20	1	40	24,1
35	-	U. IBEROAMERICANA	MX	C. de México	34	8,8	41	12,2	33,5	5	1	0	8	14,2
36	35	EAFIT	CO	Medellín	65	56,9	43	25,6	32,1	11	92	17	22	21,1
37	36	U. BELGRANO	AR	Buenos Aires	22	54,5	40	27,5	36,7	13	56	4	14	28,3
38	-	U. DE GUADALAJARA	MX	Guadalajara	22	54,5	12	25,0	42,1	1	0	0	2	5,4
39	38	ESPAE-ESPOL	EC	Guayaquil	12	58,3	16	25,0	37,4	4	16	19	9	13,9
40	-	UEES	EC	Guayaquil	16	31,3	12	33,3	33,2	2	9	23	10	16,9
41	39	IEDE	CL	Santiago	12	100,0	50	36,0	31,4	0	1	7	12	2,7
42	40	U. AMERICANA	PY	Asunción	9	55,6	68	77,9	32,1	0	0	2	1	2,1
43	-	UNA	BR	Belo Horizonte	29	79,3	33	3,0	28,7	5	7	1	10	14,2
44	42	U. CATÓLICA BOLIVIANA	BO	La Paz	7	71,4	15	26,7	28,1	0	0	4	5	1,5
45	41	U. SAN FRANCISCO	EC	Quito	11	63,6	13	23,1	24,3	3	1	2	5	8,7

(1) Tiene programas de doble titulación simultánea

(2) Comparte con pregrado

(3) Tiene sede en el extranjero

(4) Facultad de Economía y Negocios en conjunto con Ingeniería Industrial

(5) Sólo la tiene la EGADE Business School Monterrey

EP En Proceso

INTERNACIONALIZACIÓN							PODER DE RED				AMBIENTE DE NEGOCIOS	ÍNDICE TOTAL
Nº TOTAL DE CONVENIOS	Nº DE CONVENIOS CON ESCUELAS TOP 15	Nº DE CONVENIOS DOBLE TITULACIÓN CON ESCUELAS TOP 80	ACREDITACIONES				ÍNDICE	CENTRO DE COLOCACIÓN PARA GRADUADOS Y EXALUMNOS	ASOCIACIÓN DE GRADUADOS	ÍNDICE DE EGRESADOS EXITOSOS	ÍNDICE	
			AACSB	EQUIS	AMBA	ÍNDICE						
78	2	5 ⁽¹⁾	Sí	No	Sí	94,1	Sí	Sí ⁽³⁾	74,1	98,2	92,0	94,6
75	3	4	Sí	Sí	No	96,8	Sí	Sí ⁽³⁾	100,0	100,0	77,0	94,5
72	1	3	Sí	Sí	Sí	95,1	Sí	Sí	98,6	96,3	90,0	94,5
122	3	5	Sí ⁽⁵⁾	Sí ⁽⁵⁾	Sí	100,0	Sí ⁽²⁾	Sí ⁽³⁾	94,2	93,6	82,5	92,2
95	4	4	Sí	Sí	Sí	90,0	Sí	Sí	99,0	96,4	100,0	92,0
203	3	2	Sí	Sí	Sí	87,6	Sí	Sí ⁽³⁾	84,1	96,4	85,0	92,0
140	4	2	Sí	Sí	No	85,4	Sí	Sí ⁽³⁾	88,2	93,2	92,0	91,0
106	3	2	No	No	Sí	74,3	Sí	Sí	78,9	93,2	86,0	87,5
24	3	1 ⁽¹⁾	Sí	Sí	Sí	80,9	Sí	Sí ⁽³⁾	80,0	99,2	86,0	84,7
50	0	4 ⁽¹⁾	EP	No	Sí	68,9	Sí	Sí ⁽³⁾	71,2	71,2	92,0	84,5
21	2	0	No	No	Sí	68,4	Sí	Sí	72,0	94,0	100,0	84,4
46	2	0	No	Sí	No	78,5	Sí	Sí	95,5	98,5	87,0	79,8
59	1	2	Sí	Sí	Sí	87,3	Sí	Sí ⁽³⁾	63,2	87,2	55,0	79,7
41	2	0	No	No	Sí	59,9	Sí	Sí	70,9	86,6	86,0	79,4
123	4	2	EP	EP	Sí	67,9	Sí	Sí ⁽³⁾	58,9	88,3	83,0	75,2
50	2	2	EP	No	Sí	66,8	Sí	Sí	72,9	88,2	92,0	73,3
122	2	0	No	No	EP	50,1	Sí	Sí ⁽³⁾	54,2	67,4	92,0	68,4
92	0	0	No	No	Sí	61,1	Sí ⁽²⁾	Sí	77,2	80,1	92,0	66,8
39	0	0	EP	EP	No	33,3	Sí	Sí	78,9	86,9	87,0	59,2
97	2	2	Sí	No	Sí	86,1	Sí ⁽²⁾	Sí	78,9	67,9	83,0	58,9
12	0	0	EP	No	EP	59,3	Sí ⁽²⁾	No	78,4	68,0	70,0	58,9
27	1	1	No	No	EP	38,0	Sí ⁽²⁾	Sí	52,0	56,6	73,5	55,0
99	0	0	No	No	No	58,0	Sí ⁽²⁾	Sí	61,2	68,6	92,0	54,6
16	0	1	No	No	EP	39,1	Sí ⁽²⁾	Sí ⁽³⁾	61,9	67,5	92,0	53,1
51	1	2	No	No	No	50,2	Sí ⁽²⁾	Sí ⁽³⁾	41,2	59,9	70,0	50,5
78	0	0	No	No	No	49,4	Sí ⁽²⁾	Sí	69,4	67,1	70,0	47,8
29	1	0	No	No	EP	41,9	Sí ⁽²⁾	Sí ⁽³⁾	44,4	59,7	85,0	47,5
72	0	1	No	EP	EP	58,9	Sí ⁽²⁾	Sí ⁽³⁾	60,3	71,5	60,0	47,1
10	0	0	No	No	EP	26,0	Sí	Sí ⁽³⁾	50,0	61,3	86,0	45,2
75	0	1	No	No	EP	53,7	Sí ⁽²⁾	Sí	68,9	70,1	80,0	44,4
22	1	1	No	No	EP	45,7	Sí	Sí	88,9	91,2	60,0	44,4
17	1	0	No	No	No	41,0	Sí	Sí	56,3	65,2	90,0	43,9
35	0	1	No	EP	No	60,1	Sí ⁽²⁾	Sí	37,4	47,6	85,0	43,6
17	1	0	No	No	EP	27,4	Sí ⁽²⁾	Sí	43,3	52,3	100,0	43,2
4	0	0	EP	No	No	28,9	Sí	Sí	87,9	88,1	90,0	42,7
84	0	1	No	No	EP	60,3	Sí	Sí	63,0	65,2	70,0	42,6
8	0	1	No	No	EP	35,6	Sí ⁽²⁾	Sí	64,2	62,1	86,0	42,4
11	0	0	No	No	No	31,1	Sí ⁽²⁾	No	80,1	80,4	70,0	42,2
11	0	0	EP	No	No	35,0	Sí	Sí	70,0	59,4	60,0	37,9
30	0	0	No	No	No	32,2	Sí	Sí	65,4	66,7	60,0	37,8
5	1	0	No	No	EP	34,1	Sí	Sí	36,3	58,3	92,0	34,5
99	0	2	EP	EP	No	49,6	Sí ⁽²⁾	Sí	58,2	52,1	60,0	34,1
1	0	0	No	No	No	4,1	Sí	Sí	41,1	42,3	73,0	27,0
1	1	0	No	No	No	19,0	No	No	68,3	39,9	55,0	25,1
7	0	0	No	No	EP	9,3	Sí ⁽²⁾	Sí	37,9	39,9	60,0	23,8

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO				DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO				EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN			ÍNDICE FINAL		
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS	CENTROS	ÍNDICE	PATEN- TES		EMPRE- SAS	ÍNDICE
1	3	EGADE BUSINESS SCHOOL	MX	37	100,0	61	20	45	81	100,0	42	78	660	8	100,0	20	249	87,6	100,0
2	1	U. DEL DESARROLLO	CL	25	92,1	18	5	19	11	79,5	22	13	146	6	71,8	10	223	100,0	91,7
3	2	U. A. IBÁÑEZ	CL	13	86,8	30	9	30	30	92,1	10	27	1	4	54,2	40	149	98,3	90,2
4	5	IESA	VE	7	66,6	1	0	16	44	18,9	4	12	20	2	27,9	0	39	16,9	33,6
5	4	IAE – AUSTRAL	AR	2	45,2	2	0	13	1	17,6	1	6	41	1	12,6	0	20	8,7	22,1

MARKETING

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO				DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO				ÍNDICE FINAL		
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS		CENTROS	ÍNDICE
1	1	EGADE BUSINESS SCHOOL	MX	12	93,1	14	12	13	65	100,0	13	15	103	4	100,0	100,0
2	2	U. DE CHILE	CL	14	100,0	22	2	2	13	94,7	0	3	33	1	39,9	85,5
3	4	ESAN	PE	7	83,4	7	2	106	13	72,3	10	2	125	0	90,6	83,6
4	3	U. A. IBÁÑEZ	CL	10	87,3	11	4	14	12	79,9	3	0	1	3	52,2	78,1
5	-	FEA/FIA U. SÃO PAULO	BR	13	85,2	2	0	0	72	44,2	6	19	0	2	83,4	72,4

ECONOMÍA

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO				DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO				ÍNDICE FINAL		
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS		CENTROS	ÍNDICE
1	1	U. DE CHILE	CL	35	100,0	79	2	0	34	100,0	11	33	105	8	100,0	100,0
2	2	U. TORCUATO DI TELLA	AR	14	78,5	38	0	0	33	78,7	8	19	43	1	88,9	81,2
3	-	ITAM	MX	26	97,8	6	1	1	3	58,9	2	3	33	2	59,1	74,5
4	-	U. D. PORTALES	CL	23	72,1	45	3	1	16	68,6	14	52	120	2	85,1	74,1
5	4	ESAN	PE	7	64,7	15	6	17	11	60,1	12	15	275	3	79,6	66,8

OPERACIONES

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO				DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO				ÍNDICE FINAL		
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS		CENTROS	ÍNDICE
1	1	U. DE CHILE	CL	14	92,5	61	1	0	15	100,0	0	4	14	3	31,1	100,0
2	2	COPPEAD	BR	6	71,3	8	0	6	16	18,3	7	3	21	2	100,0	75,1
3	-	FGV - EAESP	BR	11	75,2	3	0	0	48	16,2	12	17	6	1	96,2	75,0
4	3	ITAM	MX	16	100,0	10	0	0	5	21,7	2	4	0	1	28,9	68,7
5	4	U. TORCUATO DI TELLA	AR	3	52,1	33	6	3	24	54,3	0	7	3	0	18,5	55,7

dura, y se incorporen estas capacidades a la docencia y la transferencia a las empresas”, dice Alfonso Cruz, su director de Innovación.

En Argentina, la IAE también está en una senda similar, pero desde las

bases de la innovación. “Disponemos de un 25 % de nuestro tiempo para investigar, a la vez que cada profesor tiene un presupuesto para ello”, explica Luis Dambra, director del programa “Liderando la Innovación y la Crea-

tividad”. O el caso de la Universidad de Torcuato di Tella. “Lo que estamos intentando hacer es que los alumnos puedan pensar independientemente y no se queden con la estructura empresarial actual, donde las operaciones

FINANZAS

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO					DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO					ÍNDICE FINAL
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS	CENTROS	ÍNDICE	
1	3	U. A. IBÁÑEZ	CL	20	100,0	21	5	53	17	100,0	7	15	60	2	87,6	100,0
2	1	EGADE BUSINESS SCHOOL	MX	20	94,2	18	6	4	47	90,6	32	37	221	3	100,0	97,4
3	2	U. DE CHILE	CL	21	95,2	29	1	3	17	96,8	3	9	72	5	77,9	94,4
4	-	U. TORCUATO DI TELLA	AR	11	89,9	25	0	6	49	94,4	7	21	272	1	80,8	92,1
5	5	U. DE SAN ANDRÉS	AR	10	82,1	24	3	2	30	93,1	20	22	4	1	94,1	91,8

ESTRATEGIA

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO					DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO					ÍNDICE FINAL
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS	CENTROS	ÍNDICE	
1	2	UNIANDES	CO	28	97,3	14	1	14	16	89,9	18	33	116	0	100,0	100,0
2	4	ITAM	MX	28	100,0	16	0	7	6	90,4	8	4	58	3	90,0	98,7
3	1	INCAE	CR / NI	8	86,3	27	2	22	15	100,0	6	14	83	4	88,9	96,2
4	3	FGV - EAESP	BR	18	90,1	14	0	0	115	86,7	9	34	66	3	90,4	93,3
5	5	PUC - CHILE	CL	8	82,1	5	3	15	2	86,3	3	1	0	0	80,1	87,1

RECURSOS HUMANOS

Las mejores en esta especialidad

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

RK 12	RK 11	ESCUELA	PAÍS	FORTALEZA ACADÉMICA		PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO					DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO					ÍNDICE FINAL
				PROFS. FT	ÍNDICE	PAPERS ISI	PAPERS ISI FC	CASOS	PAPERS OTRAS BASES	ÍNDICE	LIBROS	CAP. LIBROS	ARTÍCULOS	CENTROS	ÍNDICE	
1	3	IAE - AUSTRAL	AR	11	100,0	0	1	21	14	77,4	7	4	46	4	100,0	100,0
2	1	FEA/FIA U. SÃO PAULO	BR	11	95,4	6	0	0	124	100,0	0	81	0	1	70,2	98,5
3	2	U. DE CHILE	CL	5	80,2	6	1	0	7	86,1	2	4	10	2	75,4	88,0
4	4	BSP	BR	5	72,2	5	0	0	2	79,6	8	4	19	1	88,2	85,6
5	-	PUC - CHILE	CL	7	88,3	3	3	17	2	90,0	1	1	2	0	31,3	81,1

tienen menos valor, sino que busquen y valoren ideas que pueden mejorar los procesos”, dice su profesor Nicolás Stier, un Ph.D. en Investigación de Operaciones del Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Un punto importante a considerar es que para que la gestión de la innovación deje de temerle a la suciedad y al polvo, el área de operaciones debe mejorar su posicionamiento en la empresa. “Los gerentes de operaciones están perdiendo una posibilidad discursiva frente al CEO, los pares y el directorio, pues en promedio la mitad de los presupuestos están en su área. Por más que haya una

estrategia de mercadeo, si el producto es defectuoso, costoso o sale fuera de tiempo, la empresa no va a poder competir de manera eficiente”, dice Roy Zúñiga, profesor de Incae.

“Actualmente la actividad de las empresas tiende a estar sujeta a los vaivenes del entorno. Lo curioso es que no se dan cuenta de la importancia de la innovación en su interior”, agrega Jorge Pancorvo, director del área de dirección de operaciones de la Universidad de Piura en Perú.

Dos perspectivas académicas que se refrendan en algunas empresas. Carlos Gallego es líder de la comunidad de

sinergia industrial del grupo Nutresa y presidente de la filial de servicios de esta empresa colombiana, donde conoció desde cerca el trabajo de gran parte de los trabajadores y entendió que la clave del éxito organizacional es poner énfasis en la innovación operacional. “En nuestro continente existe potencial creativo. Obviamente todavía hay mucho que hacer, pero hay que aprovechar los estímulos que existen y hacer que los ingresos sean altos debido a ideas innovadoras que permitan reducir los costos”, dice. Innovación *blue collar*, y tal vez menos glamorosa, pero altamente estratégica. ■