

» Carreras & capital humano.

El diablo está en los 'rankings'

Las clasificaciones de MBA y escuelas de negocios, bajo lupa por sus carencias

MANUEL ÁNGEL MÉNDEZ

¿Cuál es la mejor escuela del mundo para estudiar un MBA? Pues depende. Y mucho. Eche un vistazo a los prestigiosos *rankings*, esas escaleras de honor que elaboran algunos medios económicos internacionales. Según el *Financial Times* (FT), la London Business School es la primera. *The Economist* corona a la Booth School of Business de Chicago (EE UU). *BusinessWeek* separa EE UU del resto del mundo, donde gana Insead. *Forbes* ni siquiera mira al otro lado del charco. La revista *América Economía* otorga la primera plaza a Harvard. Y el *Wall Street Journal* solo se ocupa de los Executive MBA. ¿Conclusión? Exacto, ninguna.

Las listas de escuelas de negocios y programas MBA son una de las fuentes más referenciadas y consultadas en la educación superior empresarial. Sin embargo, cada vez se discute más su valor. El problema es doble. No solo su metodología, que difiere por completo entre sí, impide casi cualquier comparación. Además es tal su influencia que para muchos acaban distorsionando la realidad. ¿Por qué los resultados de unas y otras no se parecen en nada? ¿Cuál usa la metodología más acertada? ¿Toman las escuelas decisiones artificiales para salir mejor en la foto? Estudiantes, escuelas y publicaciones se hacen siempre las mismas preguntas.

El alumno no puede saber cuál es el mejor centro del mundo con las listas

Della Bradshaw, directora de FT Business Education, editor de los *rankings* más prestigiosos de Europa, defiende su validez. "Durante los últimos 13 años hemos preguntado a los alumnos por qué hacen un MBA, y siempre, siempre, responden lo mismo: para conseguir un trabajo mejor. Es en torno a este objetivo que hemos construido nuestras clasificaciones", explica desde Londres.

Algo más del 50% de la información recabada por el FT se basa en encuestas a 8.000 alumnos que cursaron un MBA hace tres años. El resto la suministran las escuelas. El FT calcula los puestos finales puntuando 20 variables, cada una con un peso, desde ambiente internacional hasta profesores doctorados. Este año, los MBA de IE Business School, IESE y ESADE quedaron en 6º, 11º y 19º lugar a nivel mundial, respectivamente.

La polémica está en los deta-

lles. Un 40% de la puntuación final del FT depende de lo que hoy ganan los antiguos alumnos encuestados. Cuanto más cobran, más puntos recibe la escuela. Un método que levanta sospechas. John Byrne, creador hace 22 años del *ranking* más antiguo, el de *BusinessWeek*, escribió el pasado julio lo que muchos piensan. "El problema es que se mide aquello que es fácil de enumerar, estadísticas en exámenes de acceso (GMAT) o salarios y bonificaciones, en lugar de lo que realmente importa". Y lo que importa es el aprendizaje y la calidad de la enseñanza, que poco tienen que ver, dice, con los salarios o la diversidad de género de los profesores.

Otro aspecto aún más peliagudo: ¿quién controla que los datos facilitados por las escuelas sean correctos? Solo el FT audita a través de KPMG la información enviada por un 30% de ellas. En el resto no existe ningún tipo de inspección externa. Bill Ridgers, responsable del *ranking* de *The Economist*, lo achaca a una falta de recursos. "Lo ideal sería que todos estuvieran auditados, pero

para nosotros no sería efectivo pagar a una consultora. Además, la mayoría de datos vienen contrastados por organismos como el MBA Career Services Council".

En la evaluación de *The Economist*, un 80% de la información (no auditada) proviene de las escuelas de negocios. Otorga menos peso a los salarios (un 20%) y mucho más a la apertura de oportunidades laborales (35%) y el desarrollo personal (35%). *BusinessWeek* encuesta tanto a alumnos como a las compañías que los contratan. Y *Forbes* se centra en calcular el retorno salarial de inversión que el estudiante obtiene cinco años después. Al igual que *BusinessWeek*, su foco casi exclusivo en EE UU es más que frustrante.

Las escuelas quitan hierro a los puntos débiles de las listas. "Cada una mide una cosa y de forma diferente. Y eso es bueno, nadie hace una inversión de importancia, como un MBA, sin consultar varias fuentes", dice José Félix Valdivieso, responsable de supervisar el proceso de entrega de información del IE Business School a cada publica-

Mejores MBA

- **Financial Times**
London B. S. (R. Unido)
Wharton (EE UU)
Harvard (EE UU)
Stanford (EE UU)
Insead (Francia)
- **The Economist**
Booth S. B. (EE UU)
Tuck S. B. (EE UU)
Haas S. B. (EE UU)
Harvard (EE UU)
IESE (España)
- **BusinessWeek** (*)
Insead (Francia)
Queen's Univ. (Canadá)
IE Business S. (España)
Esade (España)
London B. S. (R. Unido)
(*) Excluye EE UU

ción. Es tal la marea de clasificaciones que las escuelas dedican personal a tiempo completo para responderlas.

María Coello, directora de información corporativa de IESE, gestiona la participación de la escuela en más de 10 listas anuales. "Son mejorables en la medi-

da que combinan percepciones de alumnos y datos reales. A cambio, ofrecen un buen punto de partida para decidir qué programa es el más conveniente", dice.

Ridgers, de *The Economist*, reconoce una tentación en la que están cayendo algunos centros: tomar medidas artificiales para aparecer mejor en la foto. "Algunas han ido elevando las notas de acceso año a año (medidas por el examen GMAT) porque saben que eso les dará una mejor puntuación, algo que no es necesariamente bueno. Un MBA debería aceptar a alumnos con habilidades que tal vez no mida el GMAT, como gestión de personas o comunicación". ¿Es esta una práctica de las escuelas? "A lo mejor algunas se dejan llevar, no lo sé", dice Coello.

Al final, la duda de saber cómo escoger el MBA más idóneo en la mejor escuela posible sigue pendiente. Valdivieso aconseja mucha investigación. "Una escuela no se define por estar en el puesto 3 o en el 13 mundial. La define su cultura. Eso es lo que hay que estudiar". ■



Los alumnos deben elegir las escuelas de negocios por su cultura interna y no por las clasificaciones internacionales, dicen los expertos.

Las listas que vienen

Hace unos años, no aparecer en el *top 10* de los *rankings* era una tragedia para las escuelas de negocios. Hoy es un pequeño bache. "Su importancia está cayendo. Ahora hay muchas más clasificaciones y fuentes de información. Las propias escuelas han mejorado muchísimo sus páginas

web", admite con franqueza Della Bradshaw, del FT. Las listas tradicionales siguen conservando su prestigio, pero nuevas variables y formas de medición, como la visibilidad en Internet y redes sociales, cobran protagonismo.

Los nombres también se renuevan.

"En EE UU no entienden que existan otras escuelas igual o mejores que Harvard, Chicago y Stanford. Esa mentalidad está cambiando", apunta Bill Ridgers. Junto a los centros norteamericanos, españoles o británicos, nombres hasta ahora desconocidos como la Ceibs de Shanghái o la Nanyang Business School de Singapur empiezan a brillar en las listas del futuro. ■