



La influencia de los rankings y las acreditaciones internacionales en las decisiones estratégicas de las escuelas de negocios

Gabriela Alvarado, ITAM

Motivación



- Enfoque en rankings como indicadores de la calidad y reputación de una escuela de negocios
- Las escuelas con altos rankings acumulan recursos financieros significativos debido a: más y mejores aspirantes, graduados más cotizados, precios más altos, mayores donativos y recursos del gobierno (Athavale et al. 2017; Gioia & Corley 2001; Peters 2007, 2018; Policano 2007)
- AACSB, EQUIS y AMBA dan acceso a facultad y socios académicos de alta calidad (Lejeune & Vas 2009; Temponi 2005; Trapnell 2007)
- Las acreditaciones pueden conducir a la estandarización, limitar la libertad académica, la adaptación y la innovación (Casile & Davis Blake 2002; Durand & McGuire 2005; Julian & Ofori-Dankwa 2006)
- Estar acreditado por AACSB o EQUIS es un requisito para participar en el Financial Times

Reputación, rankings y acreditaciones



- La reputación tiene dos dimensiones (Rindova et al. 2005):
 - Calidad percibida, influenciada por las decisiones estratégicas sobre los recursos utilizados para producir un bien o servicio – como la calidad de la facultad (Basdeo et al. 2006; Trieschmann et al. 2000)
 - Prominencia, nivel de conocimiento y reconocimiento de una marca, influenciada por los medios y organismos certificadores – como las acreditadoras (Deephouse 2000; Pollock & Rindova 2003)
- Escuelas en rankings internacionales tienden a gastar más para mejorarlos (Athavale et al. 2017)
- La acreditación inicial está motivada en primer lugar por la competencia y, **en segundo**, por mejorar la calidad de la escuela de negocios (Alajoutsijärvi et al. 2018)
- Los rankings tienen mayor visibilidad de mercado y relación con acceso a recursos financieros, por lo que se espera que tengan un efecto mayor en las decisiones estratégicas de las escuelas

Metodología



- 102 escuelas acreditadas por EQUIS en América, Asia y Europa de más de 30 países
- Decisiones estratégicas con base en una encuesta electrónica a 63 decanos de 22 países y directores de acreditación de AACSB, AMBA y EQUIS: Internacionalización, enfoque en la investigación, portafolio de programas y diversificación de las fuentes de financiamiento
- Datos de AACSB, AMBA, EFMD, Businessweek, Financial Times, The Economist, ISI Web of Knowledge
- La reputación afecta las decisiones estratégicas (Podolny 1993) y las decisiones estratégicas afectan la reputación (Basdeo et al. 2006)
- Modelo de ecuaciones simultáneas con variables instrumentales utilizando 3SLS/GMM

Variables



Strategic choice variables	Definition
Internationalization (t)	The percentage of core international faculty
Research output (t and t + 1)	The number of ISI articles in Business, Management, and Economics divided by the number of core faculty members with PhD
Diversification of funding sources (t)	The proportion of funds from executive education
Portfolio of degree programs (t)	The number of different segments in which the school participates (bachelors, MBAs, specialized masters, and doctorates)
MBA portfolio (t)	The number of different varieties of MBA programs (full-time, part-time, international, executive, global, and online)
Reputational variables	Definition
Quality of resources (t)	The percentage of core faculty members with PhD The percentage of core faculty
Media rankings (t - 1 and t - 2)	The school's relative ranking in global rankings (Businessweek, Financial Times, and The Economist)
International accreditations (up to t)	The number of additional accreditations (AACSB and/or AMBA)
Control variables	Definition
Governance	1 = private, 0 = public
Size (t)	The natural logarithm of the school's total revenue
Geographical region	1 = Europe, 0 = otherwise

Resultados con acreditaciones adicionales



Results of the 3SLS Model with Relative Media Ranking at time $t - 1$ (Coefficients in Upper Panel and 2SLS Diagnostics in Lower Panel).

	Percentage of core international faculty	Research output per core faculty with PhD	Portfolio of degree programs	MBA portfolio	Proportion of funds from executive education
Percentage of core faculty with PhD	0.134 *	-0.005	0.013 **	-0.010 **	-0.474 ***
Percentage of core faculty	0.047	-0.002	0.004	-0.002	-0.068
Relative media ranking at $t - 1$	32.236 ***	0.572 ***	-3.437 ***	1.503 ***	89.623 ***
Additional accreditations	1.072	0.084 *	0.332 **	0.408 ***	-3.619
Governance	-1.519	-0.412 ***	-0.591 ***	-0.082	15.842 ***
Size (Ln revenue)	2.880 **	-0.068	0.302 **	-0.244 **	-5.304 **
Europe	1.030	-0.073	0.568 **	-0.552 ***	-16.367 ***
Const	-41.415	2.165 *	-2.905	7.298 ***	142.113 ***
N	102	102	102	102	102
Hansen's J-test = 20.3044, p -value = 0.6235					
R^2	0.2286	0.1013	-0.1499	0.2213	0.0173
F-statistic (p -value)	4.03 (0.00)	1.46 (0.19)	2.69 (0.01)	3.03 (0.01)	4.81 (0.00)
DWH chi-square test	1.1130	0.1294	6.9080	0.2423	8.7815
P -value (H_0 : Exogeneity)	0.29	0.72	0.01	0.62	0.00
Anderson-Rubin Wald F-test (p -value)	1.82 (0.12)	0.57 (0.72)	2.46 (0.04)	0.36 (0.88)	4.82 (0.00)
Pagan-Hall test (p -value)	3.982 (0.05)	10.477 (0.00)	4.352 (0.04)	0.170 (0.68)	1.692 (0.19)
Sargan statistic (p -value)	5.06 (0.28)	3.124 (0.54)	1.139 (0.89)	1.753 (0.78)	3.971 (0.41)

* $p < .10$, ** $p < .05$, *** $p < .01$

Note. 3SLS with endogenous relative media ranking at $t - 1$ and additional accreditations with instruments age, external advisory board, international advisory board, autonomy, and # of business schools, and robust standard errors. Anderson-Rubin Wald test measures the null that endogenous variable has 0 coefficient and orthogonality conditions are valid.

Resultados con AACSB y AMBA por separado



Results of the 3SLS Model with Relative Media Ranking at time t - 1 (Coefficients in Upper Panel and 2SLS Diagnostics in Lower Panel).

	Percentage of core international faculty	Research output per core faculty with PhD	Portfolio of degree programs	MBA portfolio	Proportion of funds from executive education
Percentage of core faculty with PhD	0.138 *	-0.005	0.013 **	-0.011 **	-0.497 ***
Percentage of core faculty	0.048	-0.003	0.004	-0.001	-0.074
Relative media ranking at t - 1	31.178 ***	0.748 ***	-3.437 ***	1.478 ***	91.771 ***
AACSB accreditation	0.625	0.335 **	0.157	0.382 *	-0.427
AMBA accreditation	1.422	-0.203	0.527 **	0.434 **	-7.358 *
Governance	-1.937	-0.475 ***	-0.573 ***	-0.070	15.631 ***
Size (Ln revenue)	3.135 **	-0.095	0.328 **	-0.236 **	-5.922 **
Europe	0.568	0.072	0.444 **	-0.540 ***	-14.721 ***
Const	-45.362 *	2.637 *	-3.366	7.161 ***	153.663 ***
N	102	102	102	102	102
Hansen's J-test = 20.7913, p -value = 0.5938					
R^2	0.2287	0.1969	-0.1818	0.2240	-0.0056
F-statistic (p -value)	3.47 (0.00)	2.60 (0.01)	2.28 (0.03)	2.72 (0.01)	4.18 (0.00)
DWH chi-square test	1.0485	0.0510	7.1479	0.2094	9.0016
P-value (H_0 : Exogeneity)	0.3058	0.8214	0.0075	0.6472	0.0027
Anderson-Rubin Wald F-test (p -value)	1.77 (0.13)	0.70 (0.62)	2.43(0.04)	0.39 (0.85)	4.71 (0.00)
Pagan-Hall test (p -value)	3.677 (0.06)	27.395 (0.00)	4.561 (0.03)	0.197 (0.66)	2.111 (0.15)
Sargan statistic (p -value)	5.164 (0.27)	3.822 (0.43)	0.96 (0.92)	2.03 (0.73)	3.824 (0.43)

* $p < .10$, ** $p < .05$, *** $p < .01$

Note. 3SLS with endogenous relative media ranking at t - 1 and AACSB and AMBA accreditations with instruments age, external advisory board, international advisory board, autonomy, and number of business schools, and robust standard errors. Anderson-Rubin Wald test measures the null that endogenous variable has 0 coefficient and orthogonality conditions are valid.

Influencia de los rankings globales



- Internacionalización: Efecto positivo significativo, el porcentaje de facultad internacional es un criterio incluido en el ranking de Financial Times
- Enfoque en la investigación: Efecto positivo significativo, número de artículos en journals es un criterio incluido en dos rankings globales
- Portafolio de programas de grado: Efecto negativo significativo, enfoque en programas “estrella”
- Portafolio de MBAs: Efecto positivo significativo, numerosos rankings dado su papel central (Global, EMBA, Online, Emprendimiento, Finanzas, para mujeres, por región)
- Diversificación de las fuentes de financiamiento: Efecto positivo significativo, aprovechan su posición para expandir sus actividades de educación ejecutiva y ampliar su base financiera

Influencia de las acreditaciones internacionales

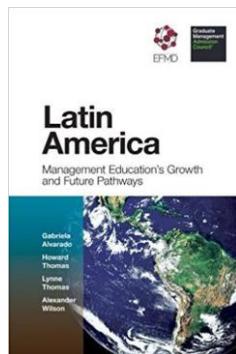


- Internacionalización: No significativo, sólo EQUIS la enfatiza como una dimensión clave
- Enfoque en la investigación: Efecto positivo significativo de AACSB que favorece el modelo de escuela de negocios orientada a la investigación
- Portafolio de programas: Efecto positivo significativo de AMBA, enfoque en programas de grado
- Portafolio de MBAs: Efecto positivo significativo de AMBA dado su origen
- Diversificación de las fuentes de financiamiento: Efecto negativo marginal de AMBA
- Mayor influencia de los rankings globales en las decisiones estratégicas de las escuelas debido al mayor número de audiencias a las que se dirigen y los beneficios competitivos asociados



Latin America:

Management Education's Growth and Future Pathways



Gabriela Alvarado
Howard Thomas
Lynne Thomas
Alexander Wilson

Escuelas acreditadas en América Latina



Escuelas con al menos una acreditación internacional.

	# escuelas 2018
América Latina	37
Argentina	5
Belice	0
Bolivia	0
Brasil	6
Chile	7
Colombia	5
Costa Rica / Nicaragua	1
Ecuador	1
El Salvador	0
Guatemala	0
Honduras	0
México	5
Panamá	0
Paraguay	0
Perú	4
Uruguay	2
Venezuela	1

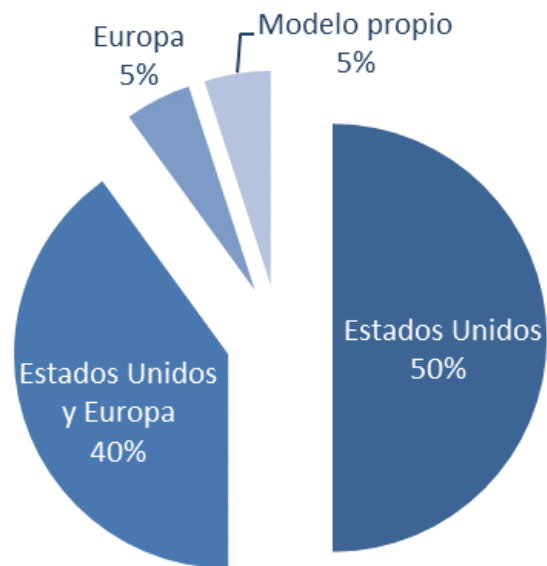
Fuentes: AACSB International (2018); AMBA (2018); EFMD (2018)

- **AACSB: 19** escuelas acreditadas
- 2% de sus escuelas acreditadas
- 1ª escuela: ITAM (México) en 1998
- **AMBA: 33** escuelas acreditadas
- 13% de sus escuelas acreditadas
- 1ª escuela: UCEMA (Argentina) en 2000
- **EQUIS: 14** escuelas acreditadas
- 8% de sus escuelas acreditadas
- 1ª escuela: FGV/EAESP (Brasil) en 2001
- 10 escuelas con la “Triple Corona”
- IAE (Argentina), FGV/EAESP & Insper (Brasil), UAI (Chile), UniAndes (Colombia), INCAE (Costa Rica), EGADE & ITAM (México), CENTRUM (Perú), IESA (Venezuela)

Modelo de educación de negocios en América Latina



¿De dónde proviene su modelo de educación de negocios?



“Management education can learn a lot from Latin America, but not in management schools because Latin American management schools are a copy of US business schools.”

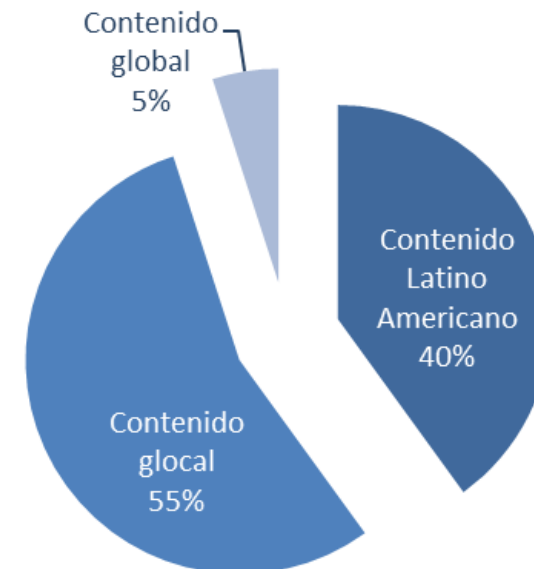
“If we want to create solid and high-level business schools, we need to focus on our DNA. We all want to be the Harvard in our country, but we need to be ourselves.”

Posicionamiento internacional y contenido



- Bajo nivel de presencia de marca en otras regiones dificulta la internacionalización
- Casi ninguna escuela Latino Americana entre las 100 mejores escuelas de negocios del mundo
- Escuelas elite enfocadas en construir legitimidad en la comunidad académica internacional
- Necesidad de desarrollar una propuesta de valor distintiva basada en estudiar los problemas sociales y de negocios de nuestra región
- Valor e impacto de la colaboración regional

¿Debería haber un curriculum Latino Americano de educación de negocios?





SCHOLARS COMMUNITY