



# XRAY

20  
23





**CCU**

Clube de Consultoria  
Universitário

Copyright © 2023 by

Clube de Consultoria Universitário

# XRAY

1ª Edição, 2014

5ª Edição, 2023

Direitos reservados ao

CCU – Clube de Consultoria

Universitário

Cidade Universitária Zeferino Vaz

Barão Geraldo, Campinas/SP –

Brasil

vicepresidenciaccu@gmail.com

[www.consultoriaunicamp.com](http://www.consultoriaunicamp.com)

## COMISSÃO EDITORIAL

Presidente

Murillo Cerqueira

Diretora

Aryane Tiberio

Assessores

Bruno Leonel

Gabriel Jeronimo

Gabriel Martins

Júlio Ferraz

# Prefácio

Primeiramente, temos muito orgulho de anunciar a primeira edição do X-Ray pós a pandemia do Covid-19. O projeto X-Ray 2023, tem intuito de mostrar um pouco mais da nova geração de estudantes da Unicamp e principalmente como eles enxergam a carreira da consultoria.

O Clube de Consultoria Universitário (CCU), completa 9 anos nesse ano, e temos muito orgulho do nosso trabalho em promover a carreira da Consultoria no meio Universitário.

O presente relatório tem como objetivo mostrar de forma detalhada as características dos Unicampers , bem como sua percepção em relação a consultoria estratégica, desde as nuances do dia a dia de um consultor até sua visão das empresas quem compõem esse mercado.

Acreditamos que esse projeto é de grande ajuda para a tomada de decisões estratégicas, tanto das empresas quanto do próprio Clube. Além de estreitar a relação entre talentos e essas consultorias.

# Mensagem ao Recrutador

Caro recrutador,

Nós do Clube de Consultoria Universitário (CCU) o convidamos para ponderar sobre a relação entre os estudantes da Universidade Estadual de Campinas(Unicamp) e o universo da consultoria estratégica. Para este fim, mapeamos nesse documento os diversos interesses e características deste público. Esperamos lhe seja útil e ajude a explorar as diversas oportunidades que este meio oferece.

A partir dos resultados apresentados nesse estudo, buscamos trabalhar em parceria para que juntos possamos desmistificar a carreira, mostrar as vantagens da consultoria e expor novos talentos.

Desde já, agradecemos a atenção e desejamos uma ótima leitura!

Equipe CCU

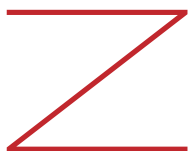
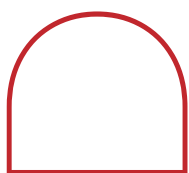
# Sumário

01.  
X-RAY

02.  
Perfil dos alunos da Unicamp

03.  
Carreira de Consultoria

04.  
Processo seletivo



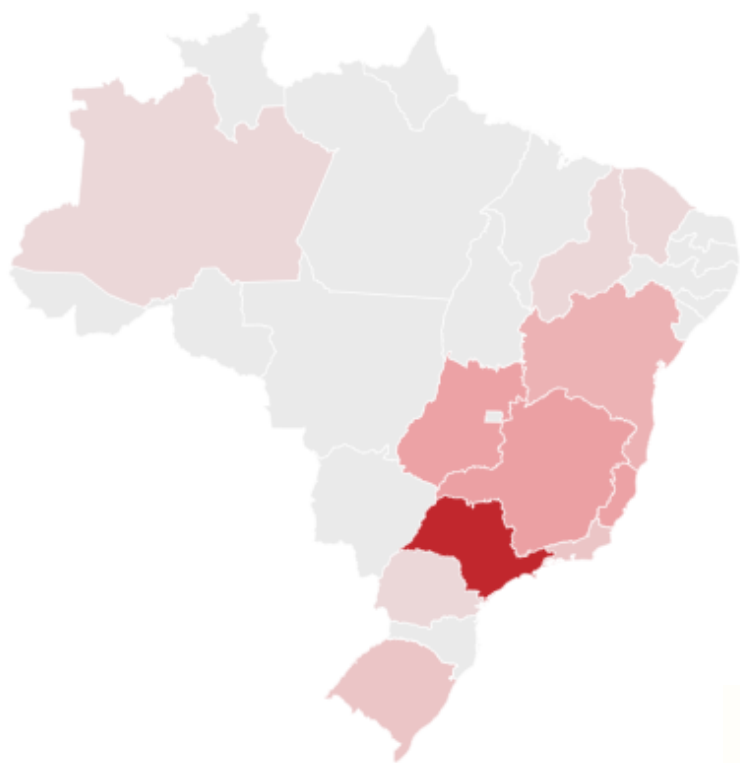
# X-Ray 2023

O X-Ray, projeto realizado desde de 2014, consiste em um relatório que apresenta os resultados de uma pesquisa realizada na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) com o objetivo de compreender mais profundamente o perfil dos alunos, suas experiências profissionais e extracurriculares, bem como o nível de conhecimento e interesse em relação à carreira de consultoria.

O projeto visa fornecer insights valiosos para as empresas de consultoria, e a partir disso, procuramos ser facilitadores para o planejamento de ações personalizadas na universidade, para aumentar a visibilidade e atratividade da carreira, além da construção da imagem das empresas.

## 415 RESPOSTAS

Aumento de **15,6%** em relação ao último X-Ray (2020).



### 11 Estados

Sendo que cerca de 93% das pessoas que responderam a pesquisa residem no estado de São Paulo.

### 36 Cursos

As pessoas que responderam nossa pesquisa são das mais diferentes áreas de exatas, humanas e biológicas.

# Perfil dos alunos da Unicamp

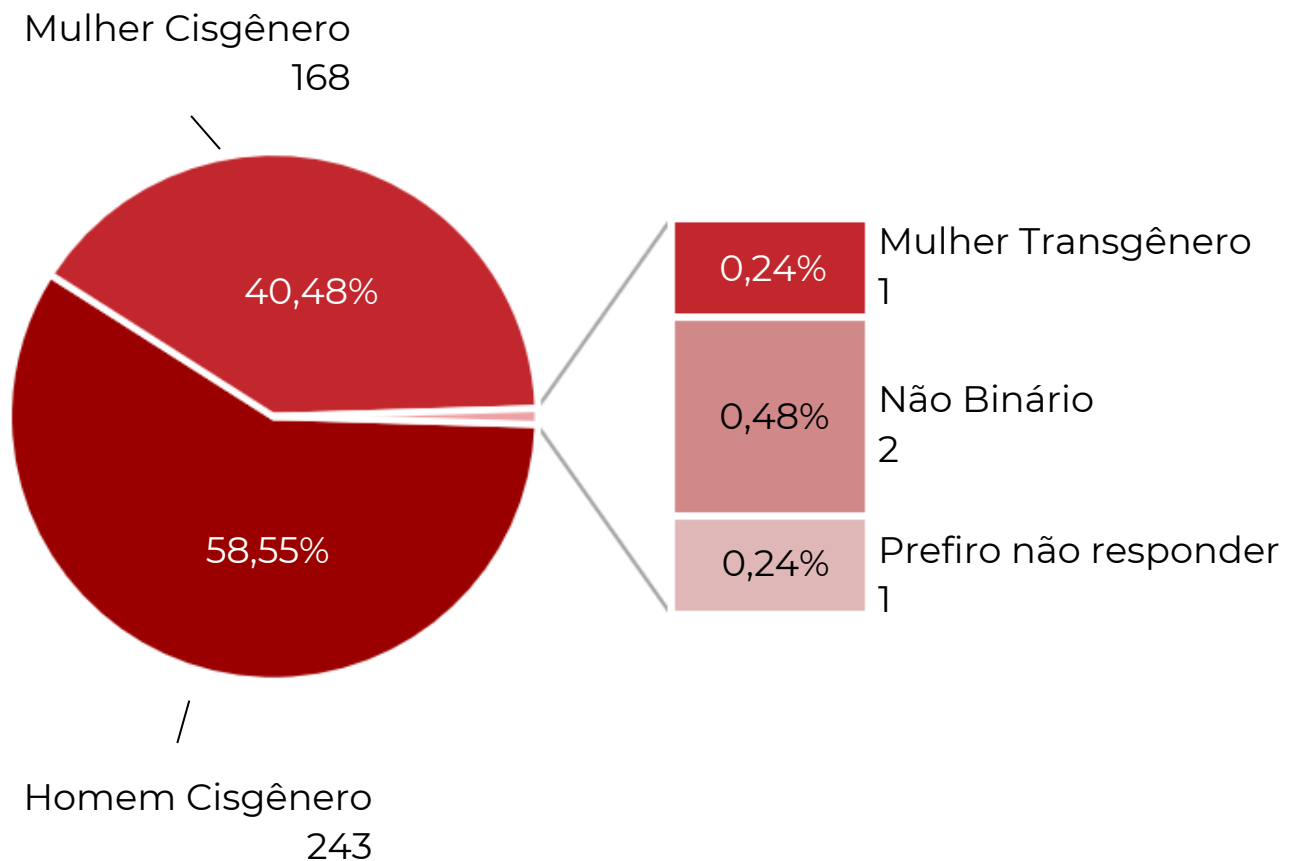
A partir dos resultados obtidos em nossa pesquisa, foi possível analisar o perfil dos alunos da Unicamp em relação a **gênero, etnia e orientação sexual**, além de informações sobre a **graduação** e **experiências profissionais e extracurriculares**.

## Diversidade

### Gênero

Segundo dados do IBGE de 2022, a população brasileira é composta por 48,9% de homens e 51,1% de mulheres. A taxa um pouco maior de homens provavelmente se deve ao fato de a maioria dos alunos que responderem ao formulário serem da área de engenharia, onde a população masculina ainda apresenta maior proporção de representantes.

Comparado com a última edição do X-Ray (2022), houve um aumento de 10% de homens registrados nas respostas. Vale ressaltar que na última edição foram registrados apenas as opções "masculino", "feminino" e "prefiro não me identificar".

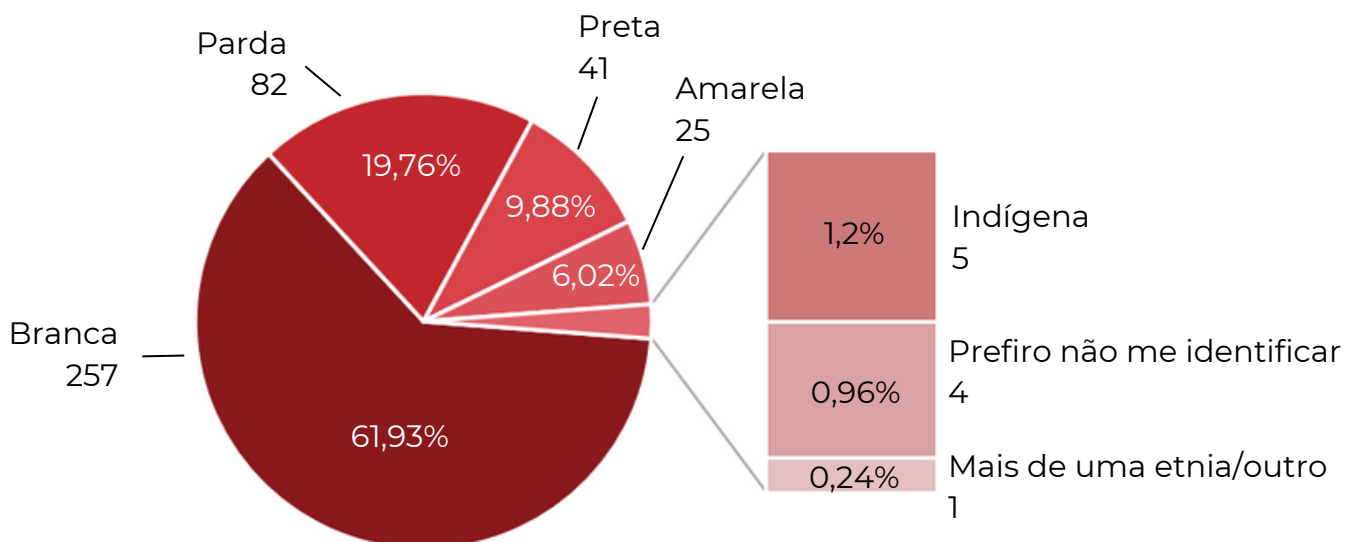




## Etnia

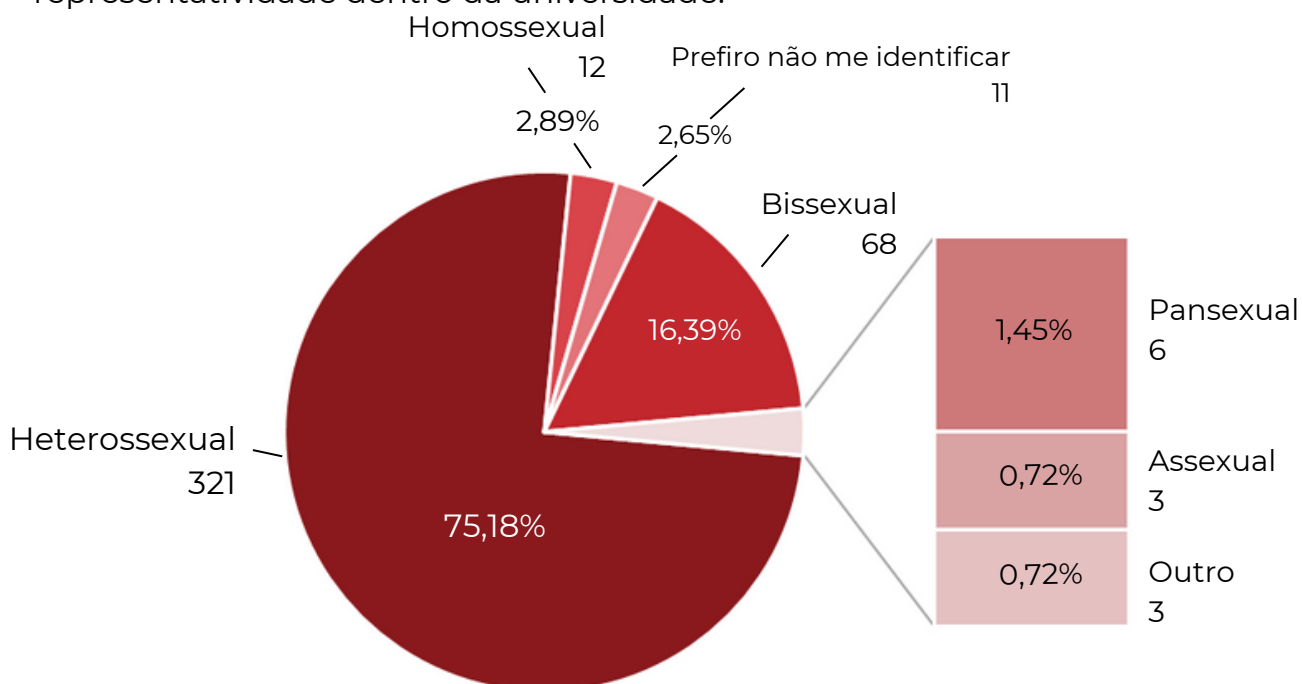
A partir dos dados da pesquisa, podemos ver que 29,64% dos alunos se declaram preto ou pardo, o que demonstra uma desigualdade expressiva, visto que segundo dados do IBGE de 2022, 55,9% dos brasileiros se declaram como preto ou pardos.

Comparando com a edição de 2020 do X-Ray, obtivemos os seguintes resultados: **Branca 75,49%; Parda 12,26%; Preta 4,74% e Amarela 7,52%.**

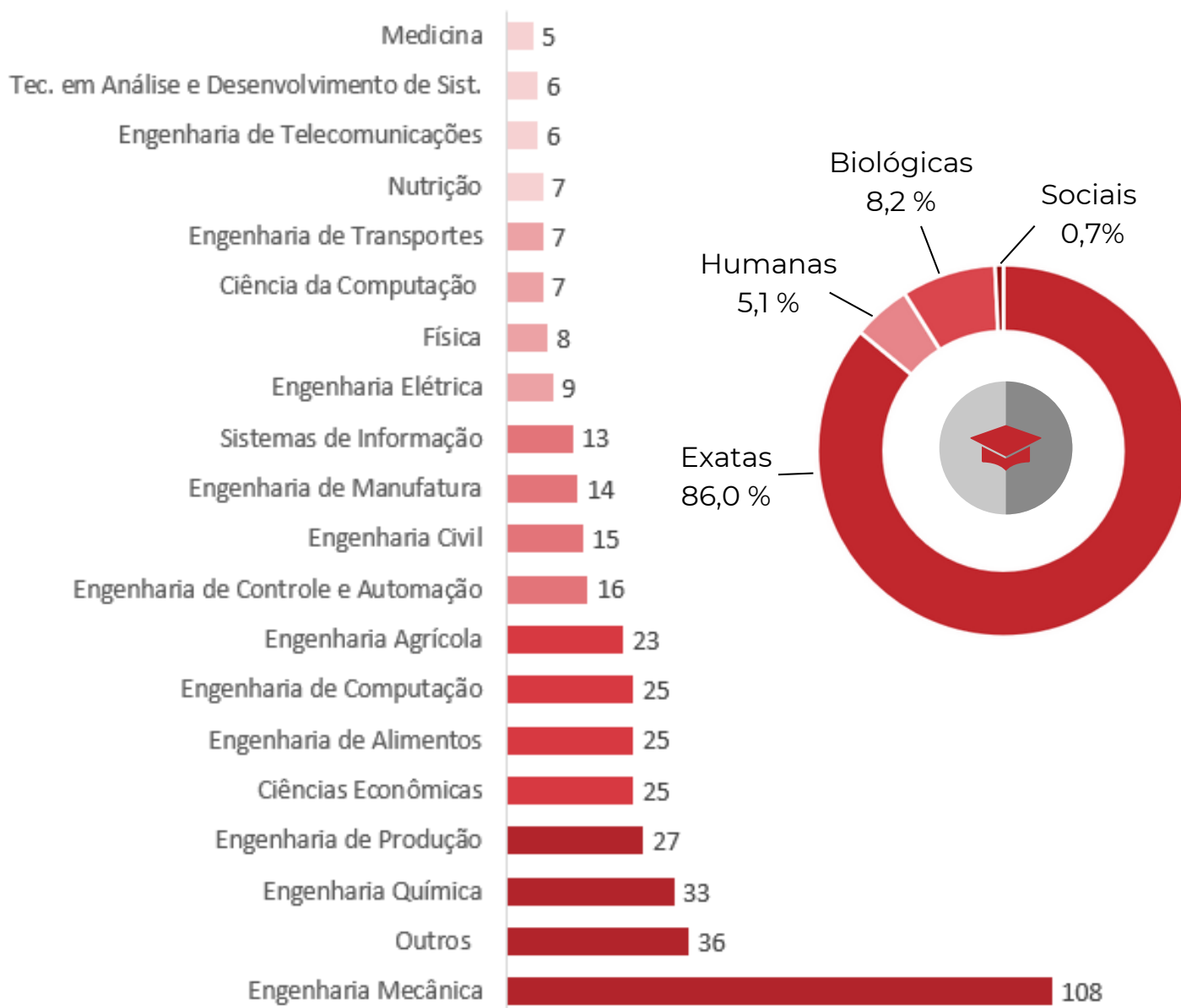


## Orientação sexual

Em comparação com a última edição do X-Ray (2020), houve um crescimento da comunidade LGBTQIA+ em 22%. Vale ressaltar que a Unicamp apresenta diversos eventos e entidades estudantis que visam aumentar a representatividade dentro da universidade.



## Cursos



### ► Entre os Unicampers:

# 27,71%

já fez algum **Curso Técnico**

# 8,19%

já fez **outra faculdade**

A partir da amostra nota-se que **75,66%** dos alunos que responderam ao questionário fazem algum curso de Engenharia, com destaque para a Engenharia Mecânica. Além disso, a barra denominada "outros" corresponde aos cursos com que não ultrapassaram 4 respostas no questionário, que constituíram 17 cursos diferentes.

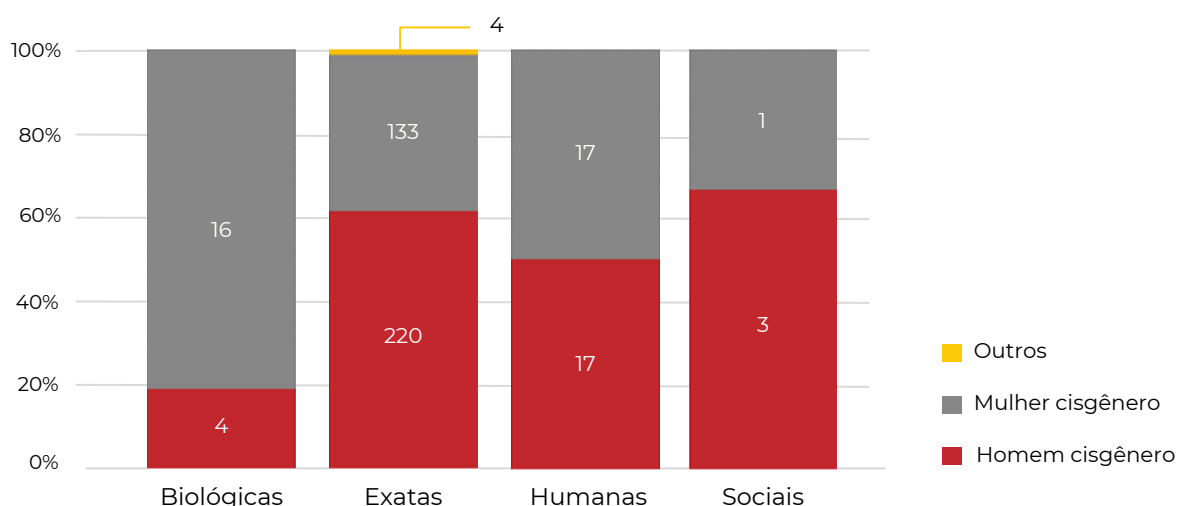
# Área de conhecimento

Com o objetivo de realizar uma análise abrangente do perfil dos estudantes da Unicamp em cada área de conhecimento foram minuciosamente tratados e estudados os dados referentes às quatro categorias: exatas, biológicas, sociais e humanas; Além disso, para obter uma compreensão mais aprofundada, esses dados foram cruzados com informações sobre a distribuição de gênero, raça e orientação sexual.

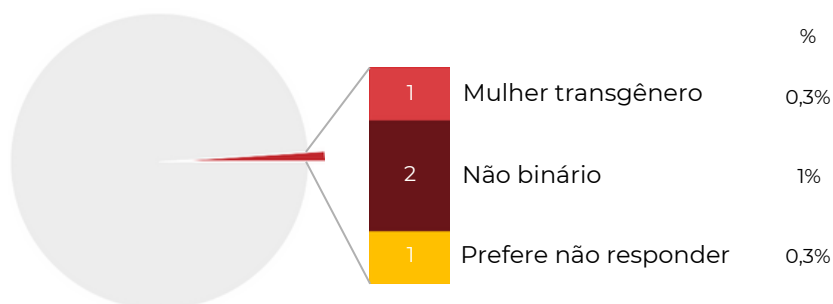
No entanto, notou-se uma significativa desproporção na representatividade das respostas dos cursos de exatas (~80%), o que torna complexa a obtenção de uma análise precisa das outras áreas acadêmicas. A baixa proporção de dados coletados

nesses campos limita a obtenção de conclusões próximas à realidade, portanto é necessário adotar uma abordagem mais abrangente para alcançar uma compreensão mais completa e representativa desses perfis.

## Distribuição de gênero nas áreas de conhecimento

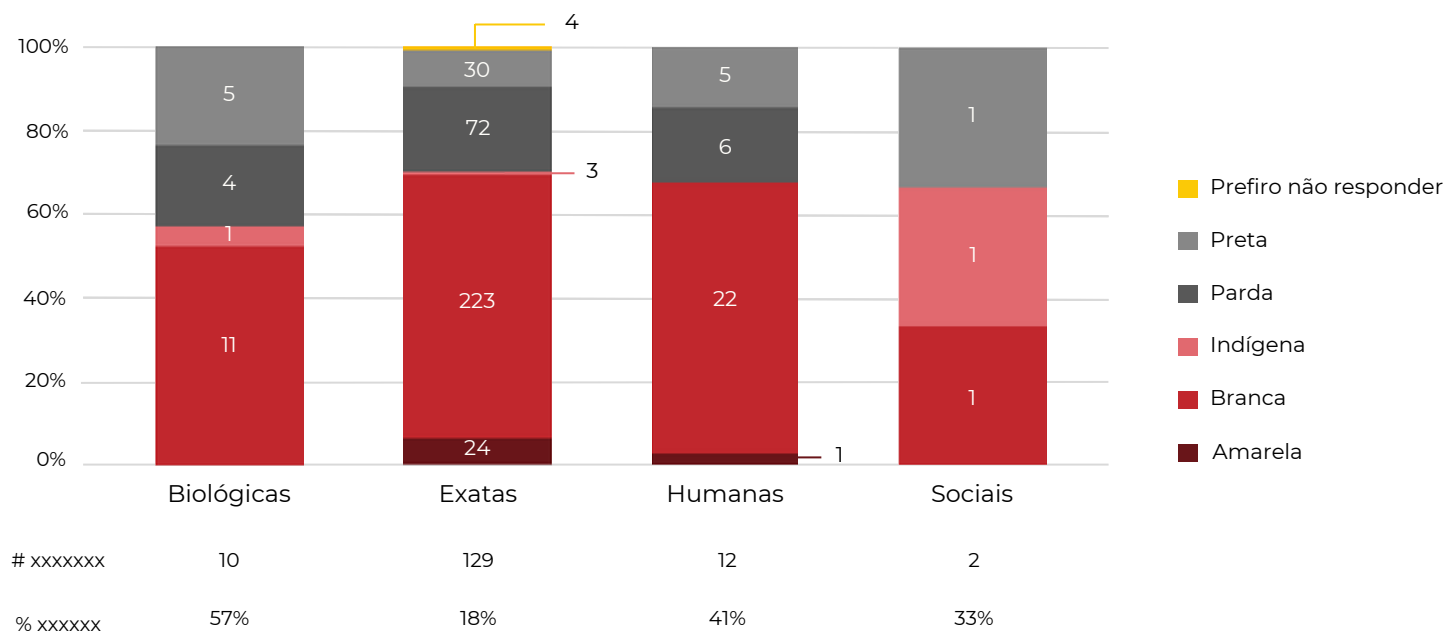


## Diversidade de gênero na área de exatas



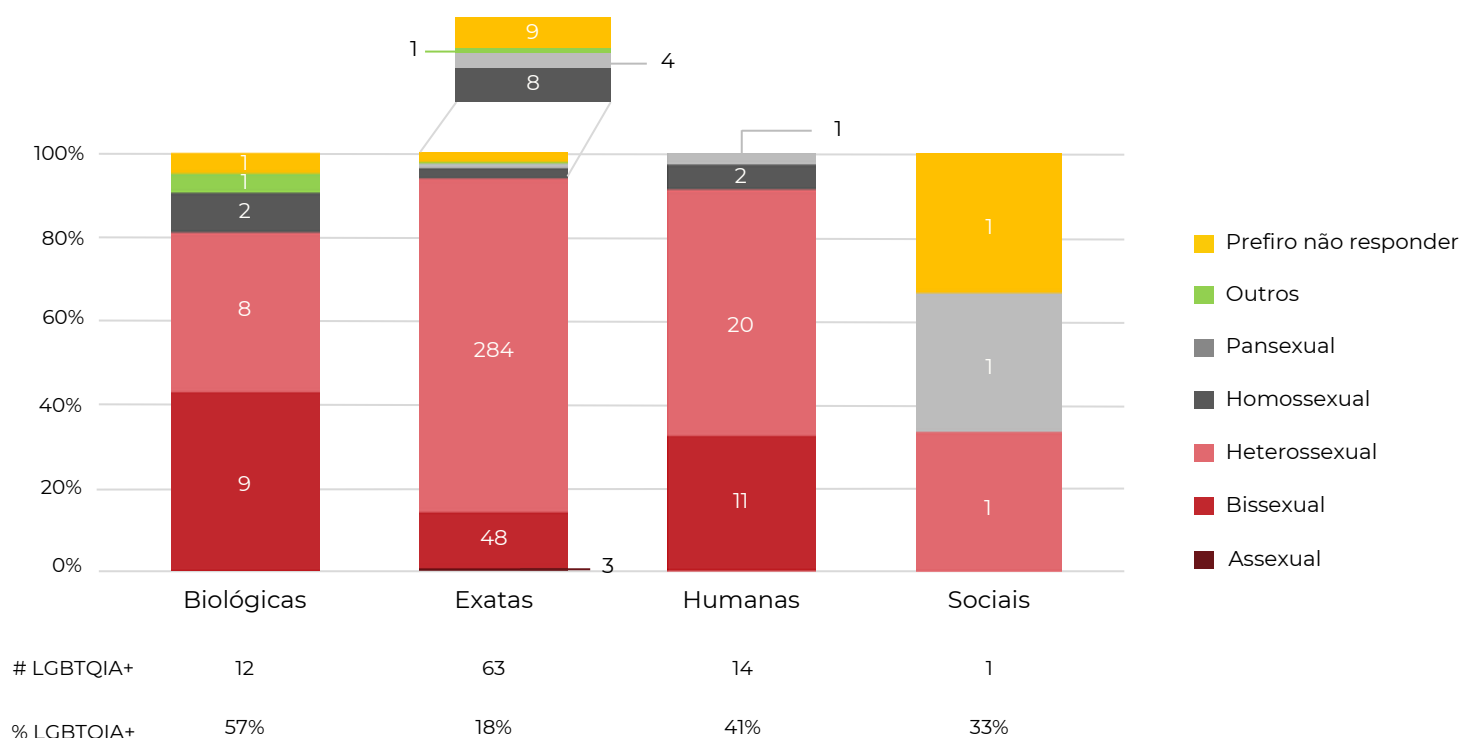
Como o grupo de exatas é composto pela maior proporção, observa-se uma maior diversidade dos alunos, o qual possui representatividade de outros 2 gêneros (mulher transgênero e não binário) que não estão presentes nos demais cursos.

### Distribuição de cor/raça nas áreas de conhecimento



Apesar disso, a área de exatas é caracterizada pela 3º menor diversidade de raça, o que evidencia uma desigualdade expressiva. Por outro lado, os dados coletados nos cursos sociais refletem um cenário de maior representatividade, aproximando-se da realidade, uma vez que abordam questões relacionadas à sociedade, cultura, políticas públicas e direitos humanos, o que pode atrair estudantes que têm vivências e experiências mais próximas das questões sociais.

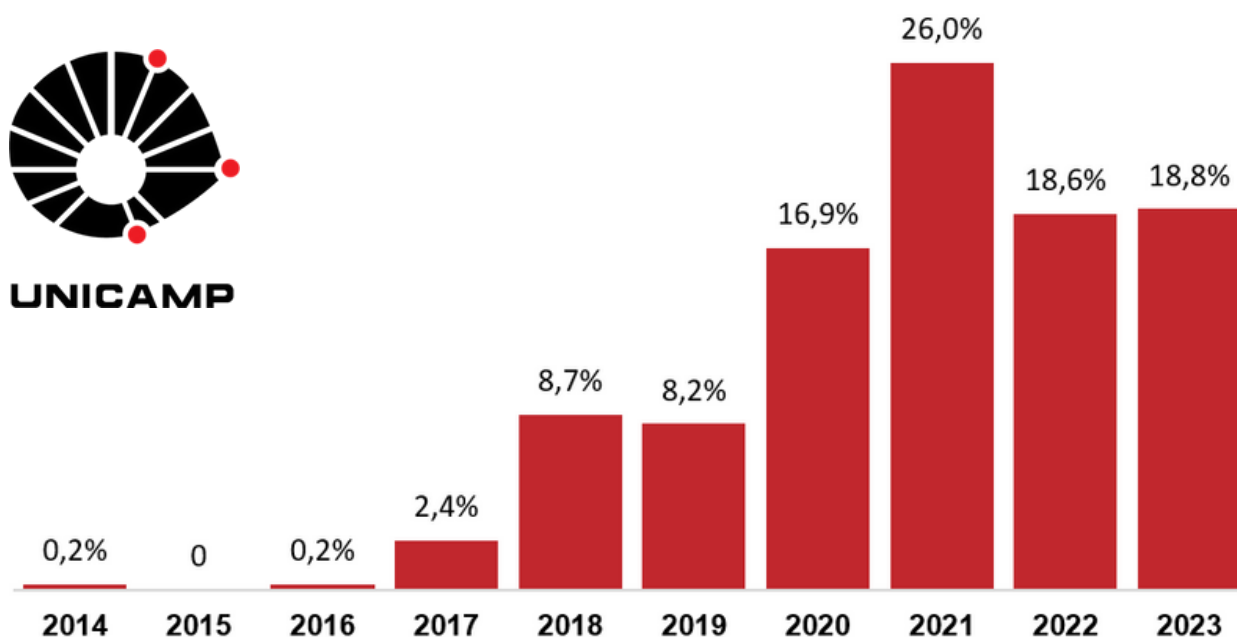
### Distribuição de orientação sexual nas áreas de conhecimento



A categoria "outros" na área de biológicas é representada por uma pessoa demisssexual, já em exatas, por uma pessoa sem rótulos.

Ao analisar a distribuição da orientação sexual, observa-se que o grupo de exatas apresenta a menor representatividade da comunidade LGBTQIA+, apesar de possuir a maior diversidade. Essa conclusão reflete a realidade, já que esses cursos são compostos, em sua maioria, por homens, brancos e heterossexuais - como identificado em outros gráficos. Em contraste, outros cursos, que abordam conteúdos sociológicos ou têm maior representação de mulheres, diferem desse cenário.

## Ano de Ingresso



A maioria dos alunos que responderam a pesquisa estão atualmente completando o 3º ano de graduação (ingressantes de 2021).

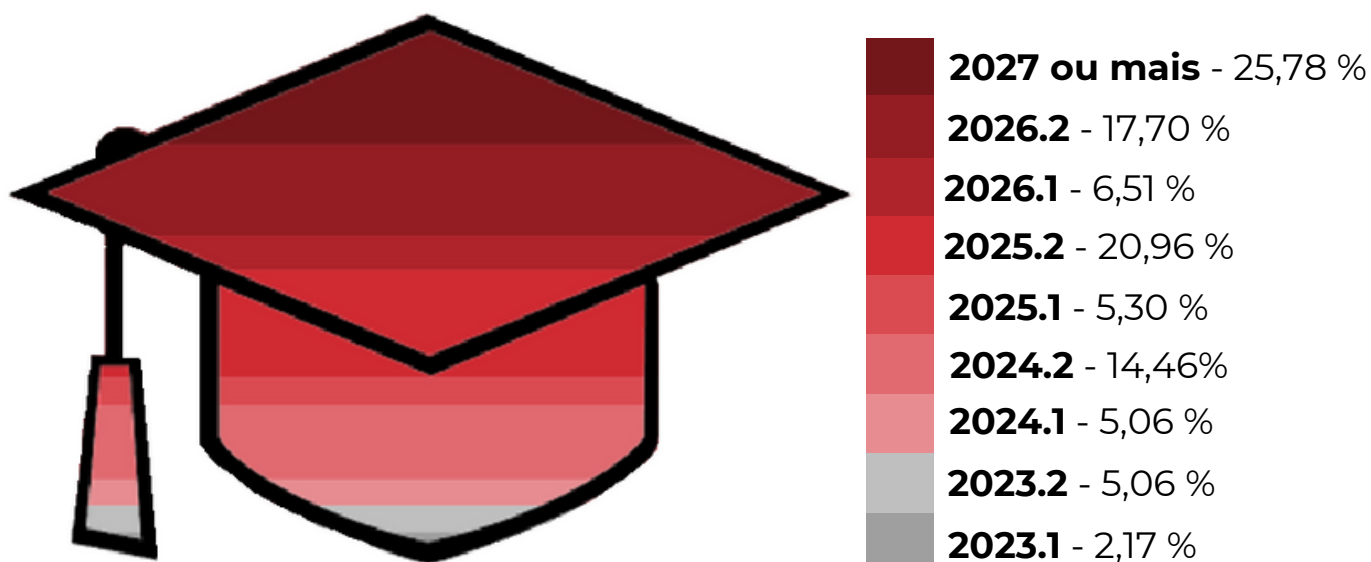
Durante a pandemia, a Unicamp forneceu aulas online, mantendo o campus fechado durante os anos de 2020 a 2021, sendo que a volta presencial ocorreu no primeiro semestre de 2022. Assim, 42,9% dos alunos que responderam a pesquisa ingressaram na universidade durante esse período de aulas remotas.

## Previsão de formação

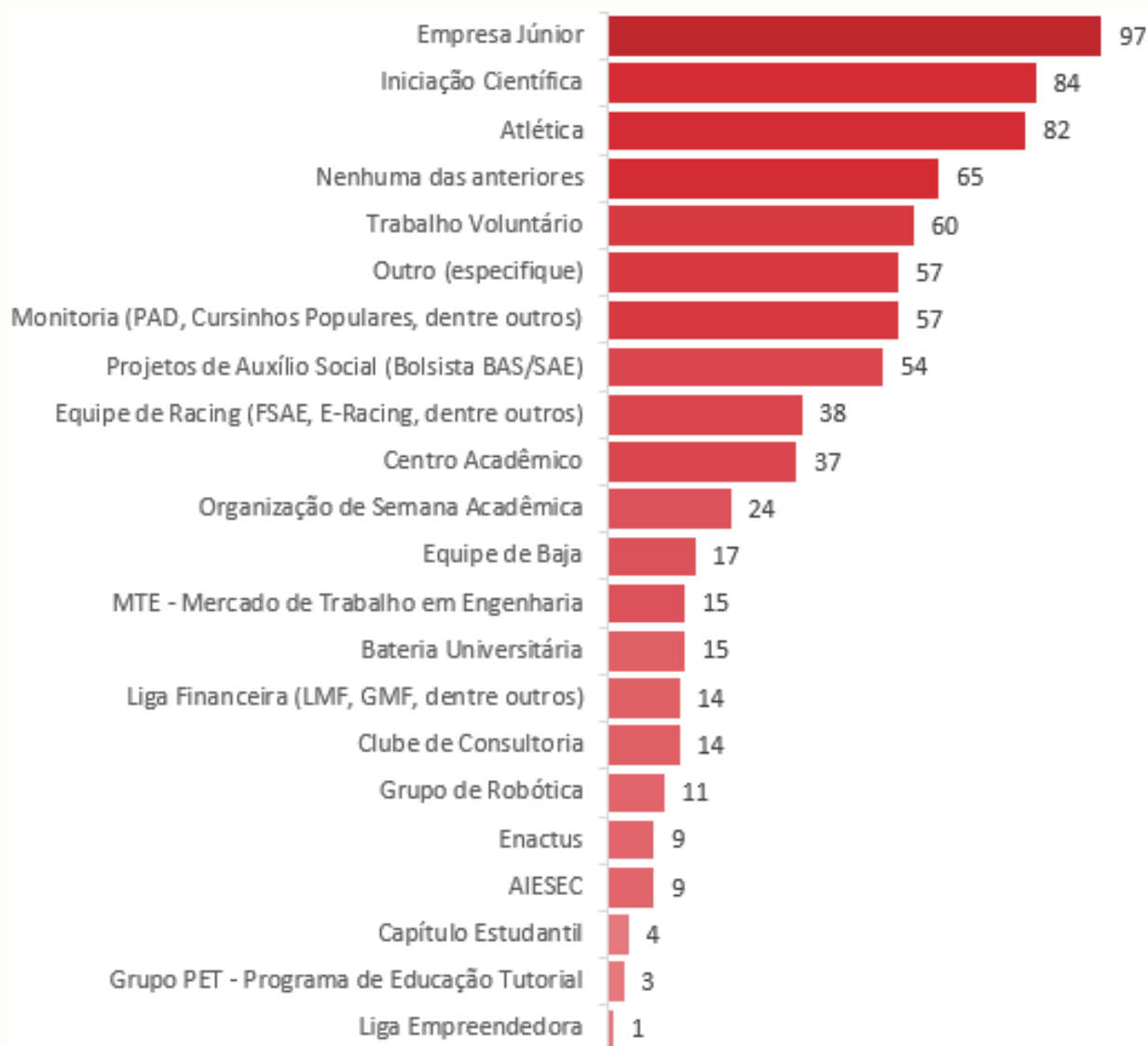
Por meio desta pesquisa, nota-se que a maior porcentagens de respostas correspondem a alunos com previsão de formatura em pelo menos 2027.

Os cursos da Unicamp são divididos em graduações de 4, 5 e 6 anos, porém, com relação aos cursos de exatas, principalmente as engenharias, os alunos passam de 5 a 7 anos na graduação, em média.

Considerando que as empresas normalmente buscam alunos com disponibilidade de estagiar entre 6 meses a 2 anos para que após este período ocorra o processo de admissão, temos que 50,84% dos alunos tem previsão de formação entre 2023.2 a 2025.2.



# Experiências Extracurriculares



Pelo fato da Unicamp possuir muitas entidades, nota-se um elevado número de participações em atividades extracurriculares por parte dos alunos, sendo que boa parte já participou de mais de uma.

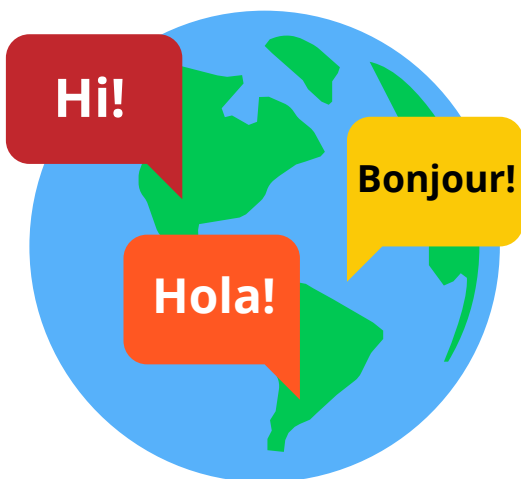
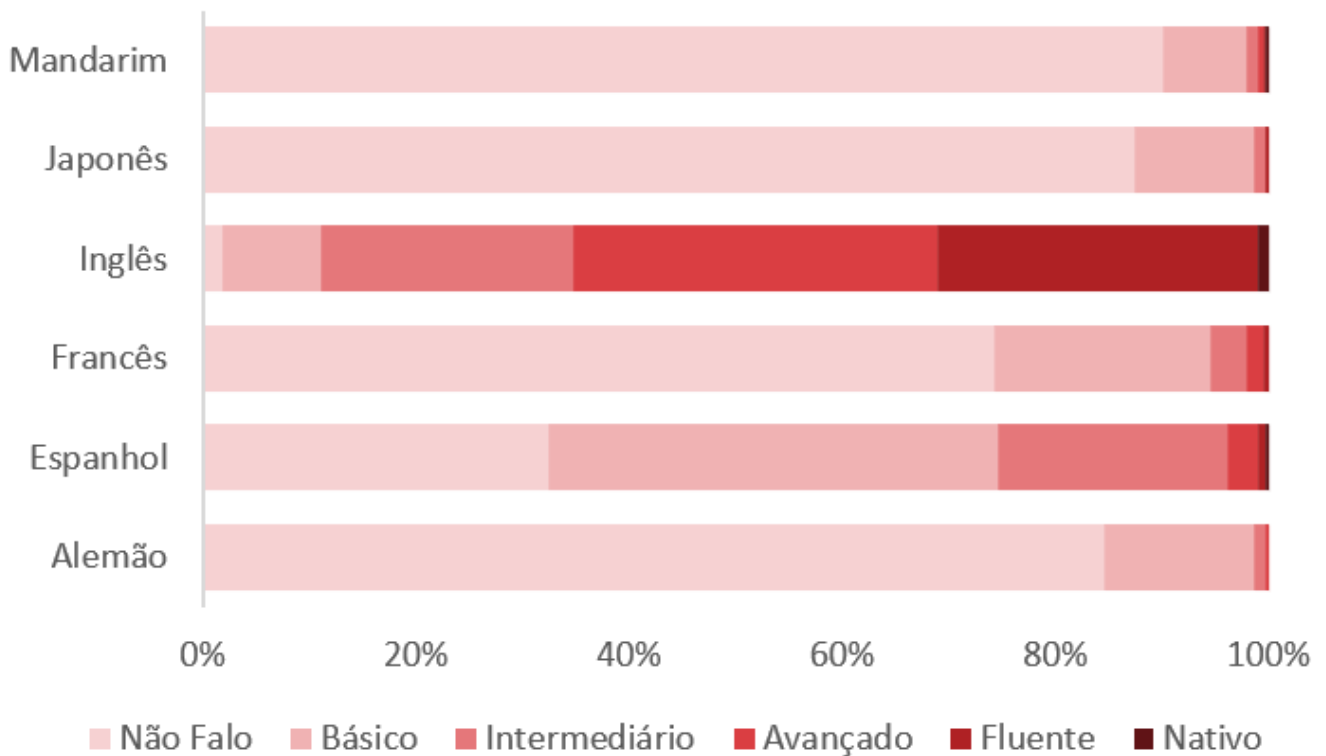
Dentre a amostra, a Empresa Junior se destacou, com 23% das respostas, o que demonstra o interesse dos alunos em colocar em prática o que vem sendo ensinado na graduação no mercado.

Em segundo lugar se encontra a Iniciação Científica, muito em função dos incentivos a pesquisa que a universidade proporciona.

Em seguida, nota-se também uma grande participação dos alunos na Atléctica das faculdade, sendo esta mais comum no começo da graduação.

## Idiomas

No ambiente empresarial atual, o domínio de outros idiomas, especialmente o inglês, é de extrema importância, especialmente se considerarmos que várias empresas de consultoria conhecidas pelos alunos da Unicamp possuem escritórios espalhados pelo mundo.



**88,9 %** possuem pelo menos o nível **intermediário de inglês**

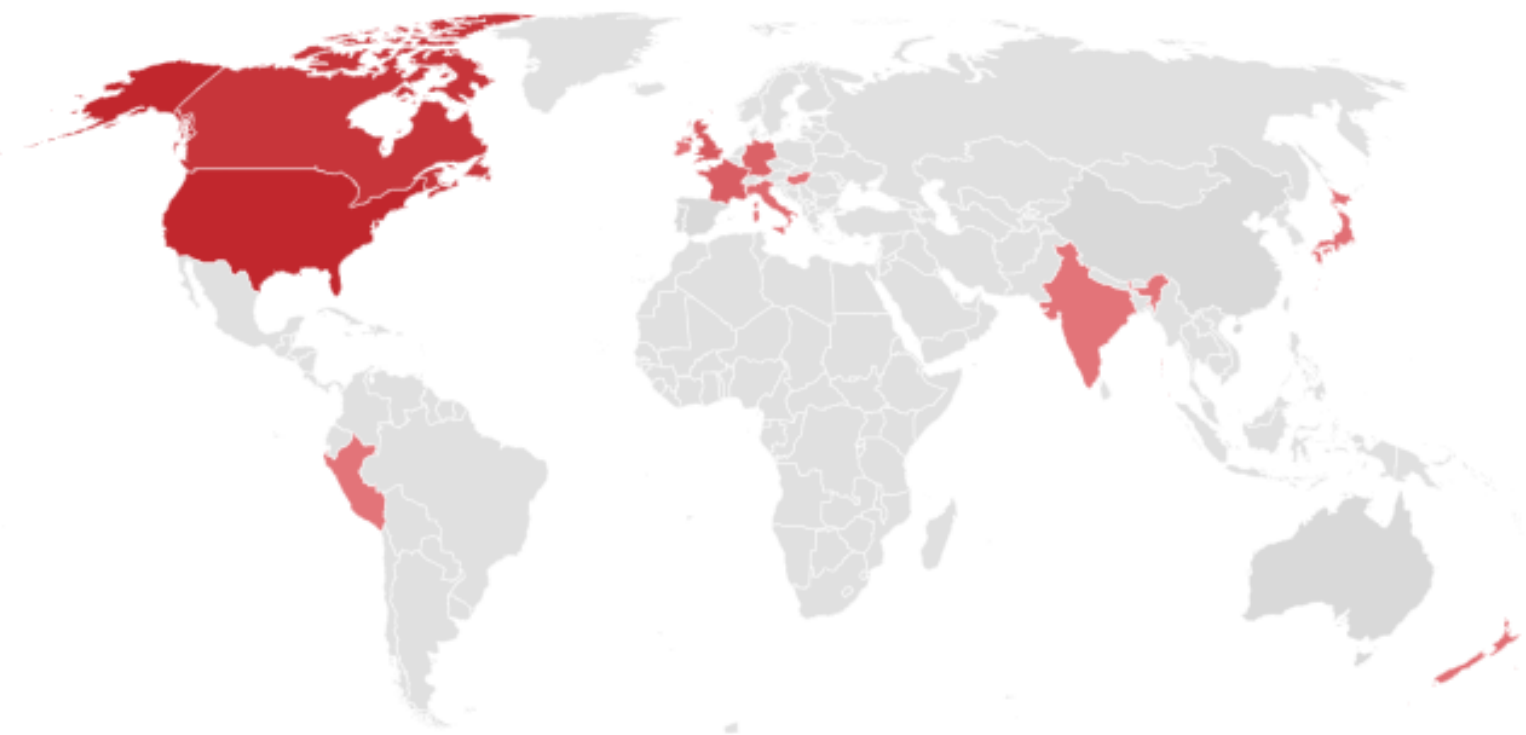
Embora muitos escritórios de consultorias atuantes no Brasil atendam as demandas de projetos latino americanos, apenas **25,3 %** dos alunos falam **espanhol em um nível intermediário ou acima**

Em seguida, o francês se mostrou a língua mais falada, em que **5,54%** dos alunos falam o idioma em um nível intermediário ou acima



# Intercâmbios

Cerca de **15%** dos Unicampers **já fez intercâmbio!**

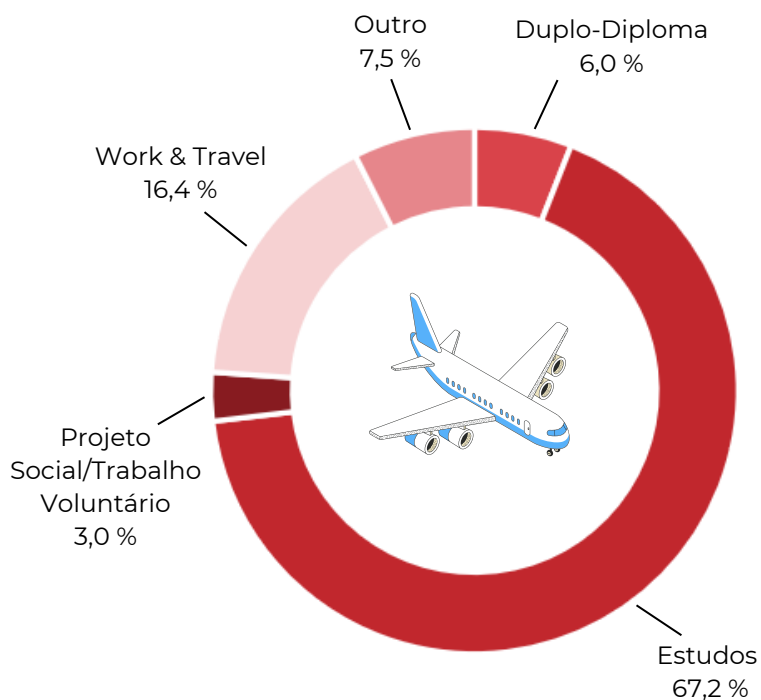


Estados Unidos	29,0 %	Inglaterra	11,3%	Alemanha	8,1%	Nova Zelândia	3,2 %	Índia	1,6%	Peru	1,6%
Canadá	24,2%	França	9,7%	Itália	4,8 %	Japão	3,2 %	Hungria	1,6%	Irlanda	1,6%

## Principais tipos de intercâmbios

Os programas de Estudos e Duplo-Diploma corresponderam a mais de 70% dos programas realizados pelos alunos, demonstrando um alto interesse em programas que de certa forma complementam a graduação.

Nota-se que o destino preferido dos alunos são os países de língua inglesa, o que corrobora com o elevado percentual de alunos com o domínio do inglês.



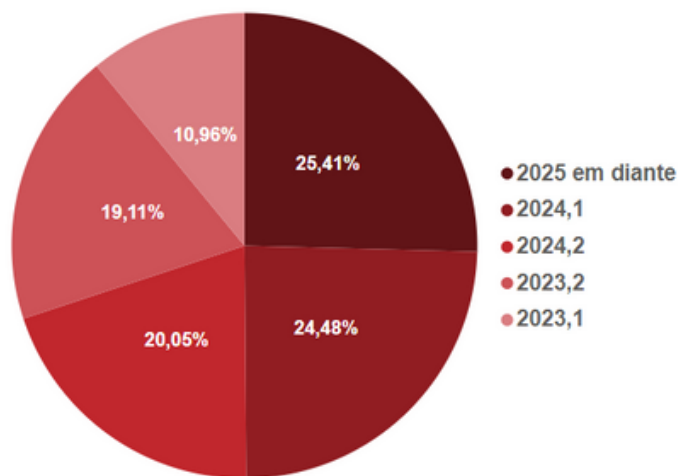
## Expectativas dos estudantes sobre estágios

Buscamos entender quando cada estudante pretende buscar estágio. Pelo gráfico ao lado, vemos que a maioria dos estudantes planejam buscar estágios a partir de 2024. O importante aqui é observar quando os estudantes buscam o estágio em relação sua própria graduação, e já adiantamos que isso é muito diverso.

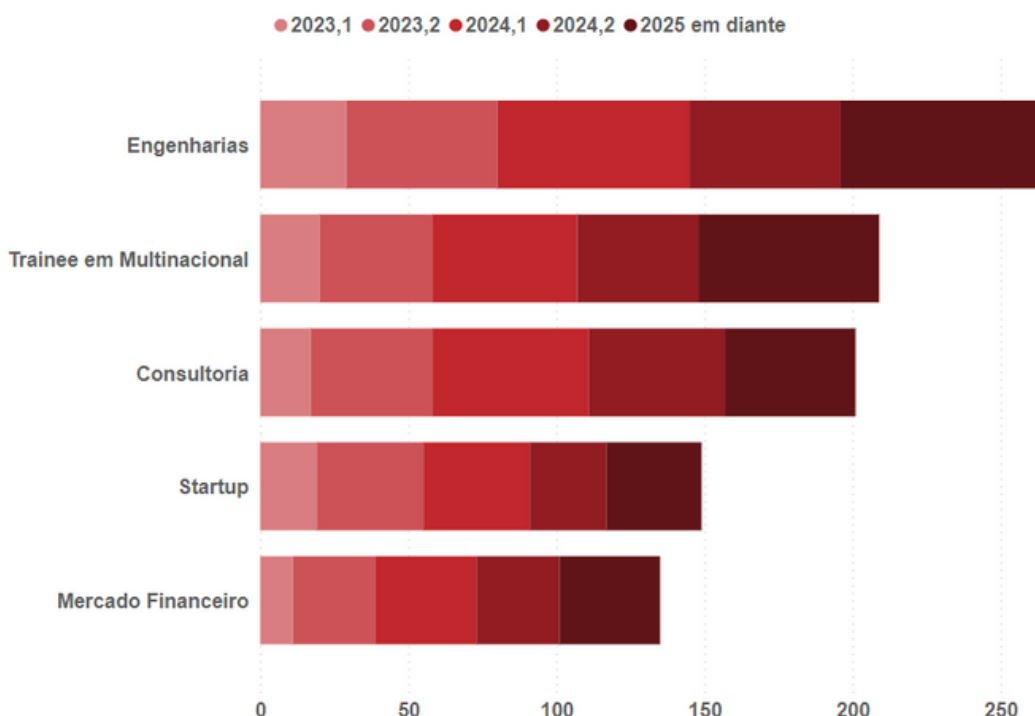
A lógica é que os estudantes sempre busquem os estágios no último ano de graduação. Porém, é visto que muitos alunos buscam emprego no penúltimo ano de graduação. Existem também casos de alunos com uma longa graduação que buscam estágio no meio de sua integralização.

Ademais, vemos que o tipo de estágio influencia em quando os alunos vão buscar estágios. Para carreiras na consultoria e mercado financeiro, vemos que os alunos tende a buscar estágio próximo do começo/meio da graduação, provavelmente por conta das modalidades de "Estagio de Férias". Para o caso das engenharias, vemos que os alunos focam nas recomendações da Universidade e focam no estágio somente no final da graduação. O gráfico abaixo mostra a quantidade de alunos que planejam buscar estágio por área e quando eles planejam iniciar isso.

### Quando cada estudante pretende buscar um estágio?



### Qual tipo de estágio cada estudante planeja buscar?



## Quantas pessoas conhecem a carreira de consultoria?

Vemos que um total de **192 pessoas** conhecem a carreira de consultoria estratégica, o que representa cerca de **46%** do total pesquisado. Na edição passada, esse valor era de **57%**. Destes temos:



**33%** são autodeclarados "pretos, pardos ou amarelos"



**35%** são mulheres



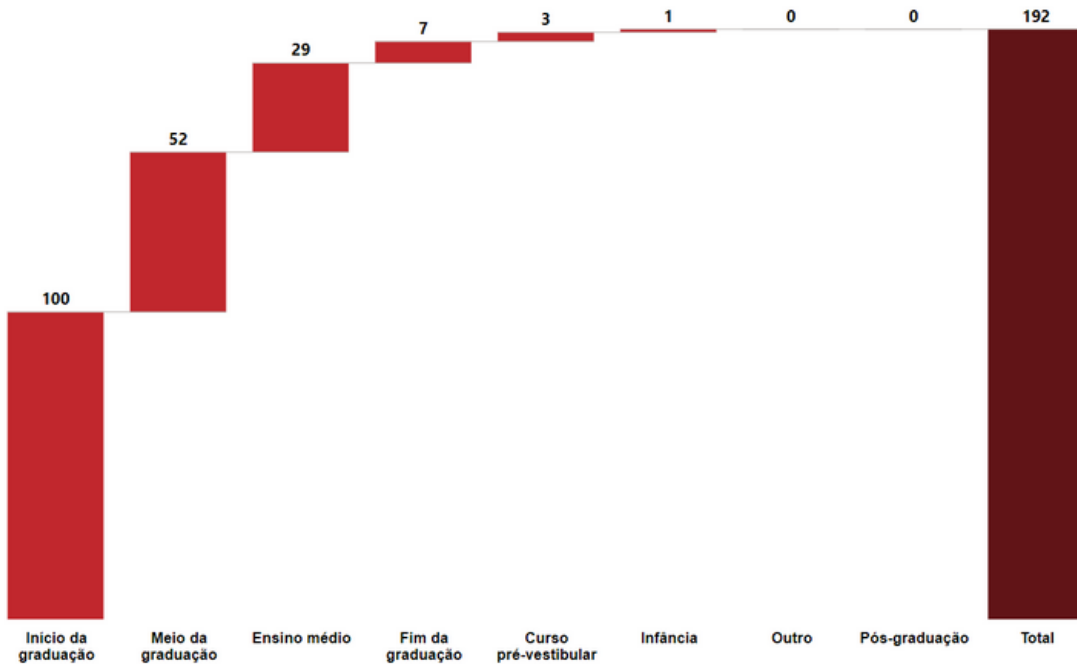
**17%** são da comunidade LGBTQIA+

Ao compararmos esses números com a edição passada, vemos uma diminuição considerável na quantidade de mulheres que conhecem a carreira (84 para 69). Assim como o número de pessoas pertencentes a comunidade LGBTQIA+ (38 para 35). Entretanto, o número de autodeclarados "pretos, pardos ou amarelos" teve um aumento significativo (43 para 64).

Olhando para a graduação, vemos que os cursos de **Engenharias** e **Economia** são os que mais conhecem a carreira. Em destaque vemos a **Engenharia Mecânica** com **33%** de representatividade. Além disso, vemos que os estudantes ingressantes nos anos **2020** e **2021** são os mais interessados na carreira de consultoria, com **20%** e **31%** respectivamente.

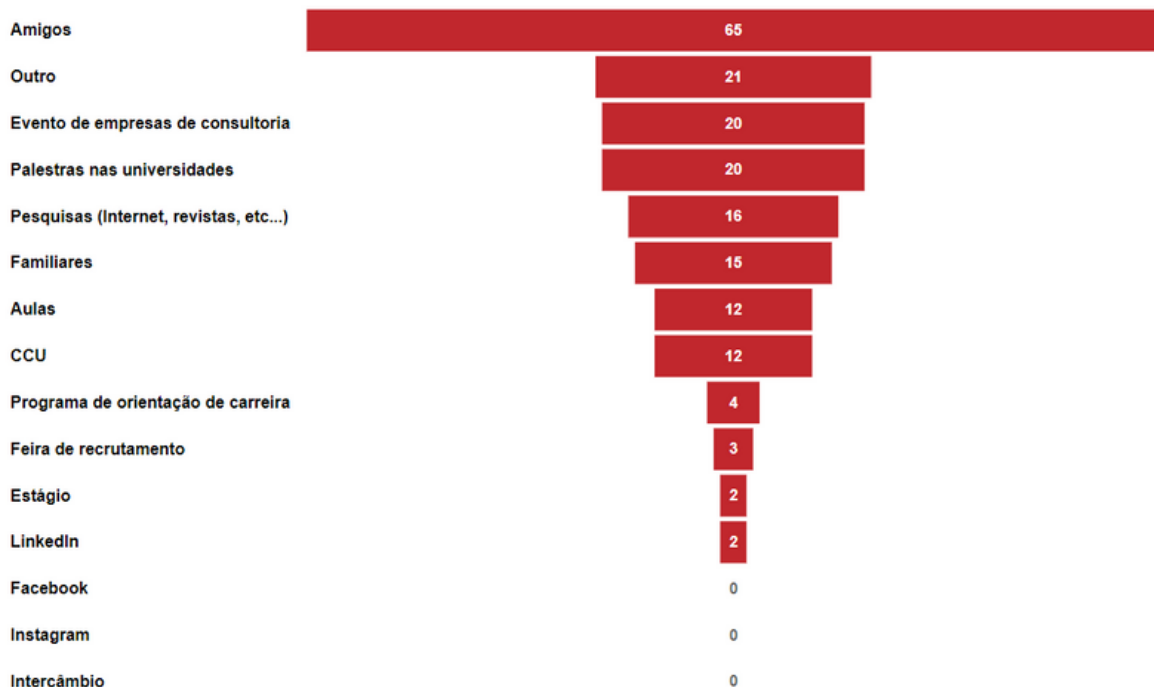
## O primeiro contato com a consultoria.

### Quando cada estudante descobriu a consultoria ?



Buscamos entender, quando os alunos tiveram o primeiro contato com a consultoria e como isso aconteceu. Vemos que grande parte dos alunos (~80%) conheceram a carreira durante a graduação, e destes 66% descobriram logo quando entraram na universidade. Como visto no gráfico abaixo, vemos que a difusão da carreira é feita, em grande parte, pelo "boca boca". Na seção de "Outro", a principal resposta foi em "Empresas Junior", o que mostra a importância do movimento MEJ na difusão da carreira no meio universitário.

### Como cada estudante descobriu a consultoria ?



## O que um consultor mais precisa?

Perguntamos às pessoas quais são as competências mais relevantes para ser um consultor de sucesso



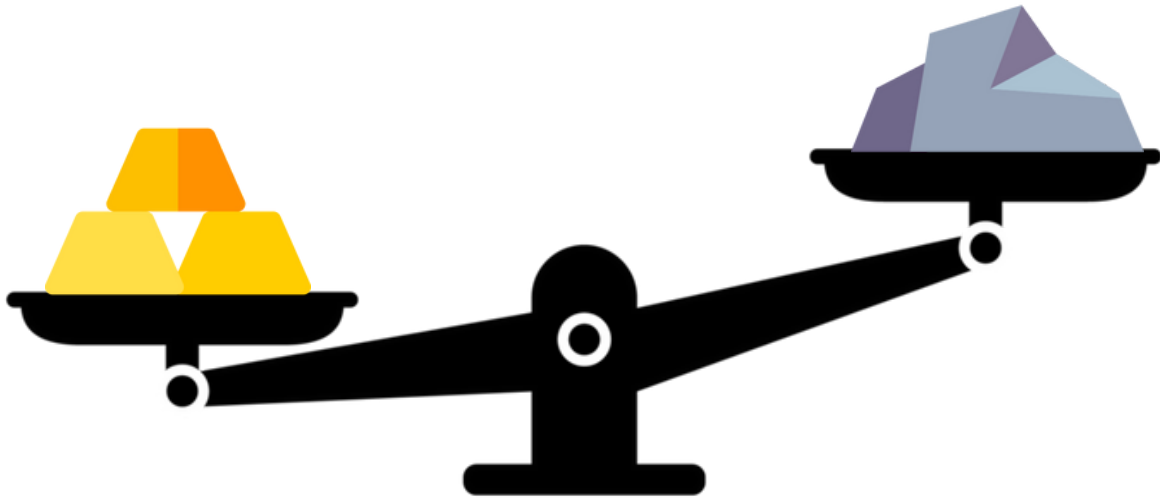
Todas as competências listadas são de suma importância para uma carreira de sucesso. Após uma avaliação dos universitários, listaram-se as dez competências que aparentam ser de maior valor. Analisando as 3 primeiras, em **3º lugar** de maior relevância temos a facilidade de **Trabalhar em Equipe**, que, sem dúvida, é algo indispensável, uma vez que um consultor atua em diferentes projetos constantemente, tendo que lidar com equipes e grupos de pessoas de variadas culturas da melhor maneira possível, extraíndo o máximo valor.

Assim, em **2º lugar** temos uma competência que atua paralelamente ao Trabalho em equipe, que é a **Comunicação**

eficaz. Para conseguir trabalhar com pessoas de maneira harmônica e compreensível, saber se comunicar e se portar diante dos outros é de suma importância, desde a imersão na realidade do cliente até o gerenciamento e capacitação de equipes. Enfim, no **1º lugar**, temos a competência mais votada: a **Capacidade Analítica**. Essa habilidade é praticamente obrigatória no mundo da consultoria, pois em uma era de imensidão de dados gerados diariamente, saber lidar e extrair valor dos mesmos é algo extremamente valioso, sendo que a mente analítica focada na solução resulta em assertividade.

## Pontos positivos e negativos da carreira

Os alunos pontuaram quais são os maiores atrativos e malefícios em ser um consultor atualmente



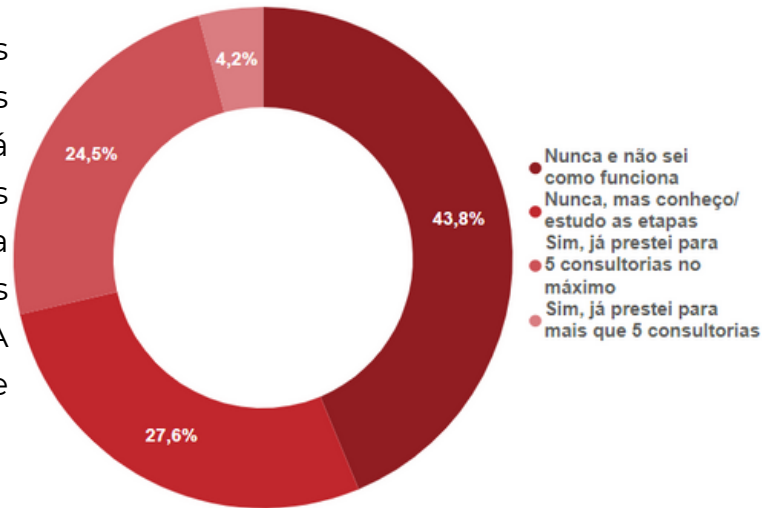
O **Dinamismo** da carreira, devido à diversidade de projetos e viagens frequentes, foi o **atrativo mais escolhido**, mostrando que os alunos querem evitar as rotinas repetitivas e processuais. Em **segundo** e **terceiro lugar**, foram citados a **Remuneração Acima da Média** e o **Aprendizado**, respectivamente. Já que a grande maioria das empresas atua em diversos setores, a necessidade de entender sobre diferentes indústrias de forma a solucionar problemas de alto nível torna o profissional de consultoria um dos mais capacitados do mercado, e, conseqüentemente, os salários costumam ser muito atraentes na área, sendo um dos critérios dos alunos da Unicamp ao escolherem as empresas nas quais desejam atuar. Já em **quarto lugar** temos a **Ascensão Rápida**, visto que em um período curto é possível atingir altos cargos dentro de uma empresa de consultoria, aumentando o poder de decisão e o salário. O último integrante do **top 5** é a **Carreira Internacional**, pois diversas empresas de consultoria oferecem oportunidades em projetos no exterior, além de patrocínio de MBA e treinamentos, possibilitando

experiências em diferentes países e capacitação de alto nível. Além disso, **78,49%** dos alunos que responderam à pesquisa demonstraram **interesse em seguirem suas vidas fora do país**, sendo esse um sonho que pode ser atingido através da consultoria.

Como ilustrado, existe o outro lado da balança. **Baixa qualidade de vida** devido a alta carga de trabalho, **Expedientes de finais de semana, Ambiente Competitivo, Escritórios em outras cidades** e **Grandes volumes de viagens** foram todos os **pontos negativos** levantados pelos Unicampers. De fato, a rotina de um consultor é muito exaustiva, porém é o preço da recompensa. Alguns desses pontos negativos conseguem ser sanados, entretanto, como mencionado, esses defeitos existem por conta dos atrativos serem de extrema qualidade. Além disso, **11,98%** dos alunos pontuaram que **"não vejo pontos negativos"**. Por isso que na ilustração o lado mais pesado é o dos atrativos, pois há muito mais o que ganhar do que perder na carreira de consultor.

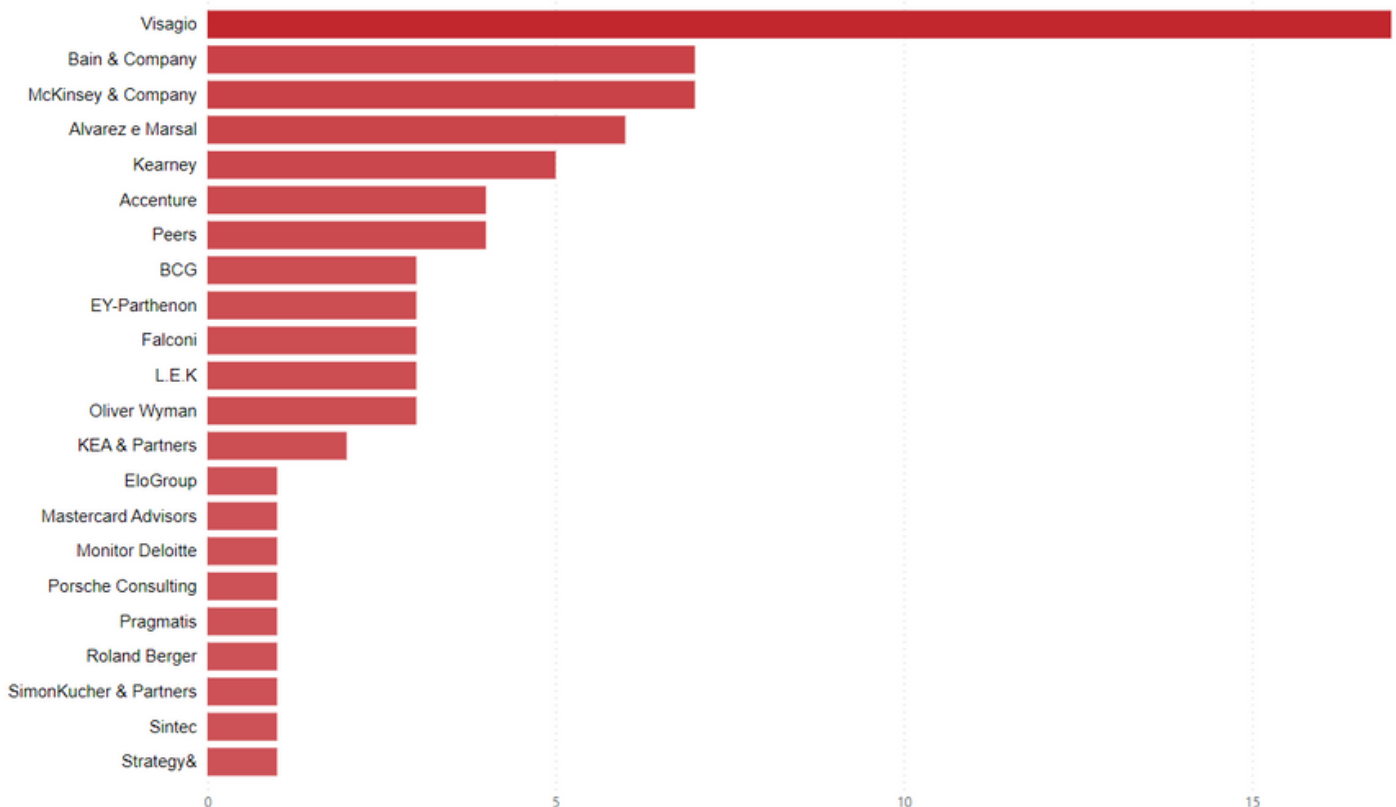
## Participação e desempenho dos Unicampers

Tendo um panorama geral do quanto os alunos conhecem a carreira de consultoria, traçamos métricas para analisar a parcela de alunos que já prestaram ou conhecem os processos seletivos das empresas no mundo da consultoria. Dessa forma, notou-se que quase metade dos alunos nunca prestaram e nem conhecem à respeito. A outra parcela corresponde aos alunos que conhecem e também já participaram de um PS.



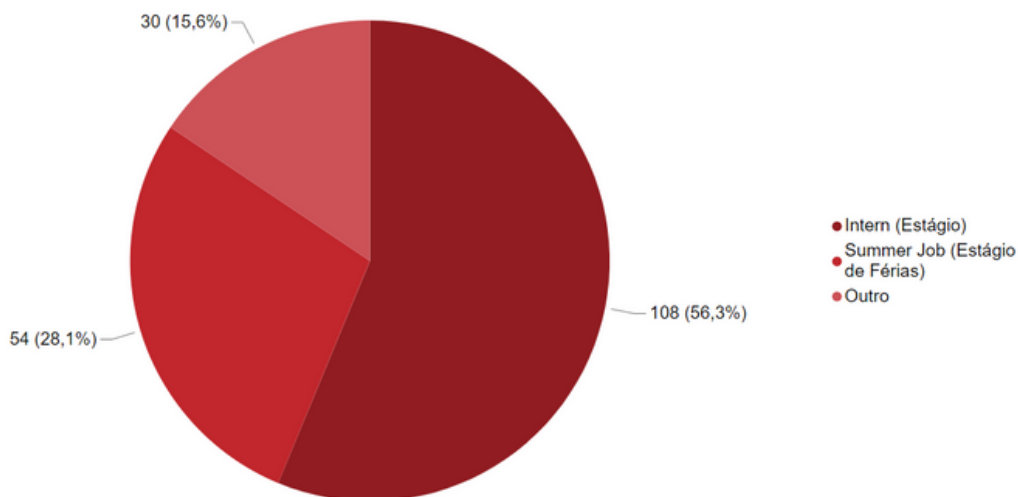
Mesmo que muitos ainda não tenham prestado para nenhuma empresa, é notável que a carreira de consultoria é almejada. Foi verificado que aproximadamente **23%** dos alunos que realizaram algum processo seletivo, chegaram à **dinâmica de grupos** ou à **fase de entrevistas**. Dessa forma, para conseguir traçar um panorama geral, foram coletadas informações para entender quais foram as empresas alvo desse grupo de **22,92%**, e saber o que estão buscando dentro delas. A seguir, temos as empresas nas quais os Unicampers participaram do processo de seleção alguma vez. O gráfico está em ordem decrescente, desprezando qualquer tipo de preferência.

### Empresas que os Unicampers participaram de entrevista/dinâmica



## Vagas desejadas

Depois de analisar as pessoas que já participaram de processos seletivos, fomos entender quais são as vagas que os alunos desejam dentro das empresas. Uma vez que o público analisado é em sua maioria composto por estudantes de graduação, é possível observar que mais de metade (**56,25%**) busca por um estágio (Internship). O gráfico abaixo representa a porcentagem referente às vagas desejadas. Válido ressaltar que o desejo por um estágio de verão é algo notável, e também que em "outros" incluídas vagas do tipo: Analista Jr, Associado, entre outras.



Além disso, vagas de trabalho híbridas são de grande relevância para os universitários. Segunda a pesquisa realizada pelo CCU, houve um crescimento de quase **13%** de interesse nas vagas remotas em relação a 2020 (período pré e inicial da pandemia do COVID-19). Muitos aspectos foram reavaliados como: a necessidade de trabalhar em um escritório, a necessidade das viagens de negócios e de palestras em grandes auditórios. Essa preferência surge por conta da mobilidade, uma vez que os escritórios das maiores consultorias se concentram na capital, e também da praticidade, sendo que todos estão familiarizados com as plataformas digitais existentes e isso torna a agenda de cada um mais flexível, melhorando a qualidade de vida dos universitários no fim de seus cursos.



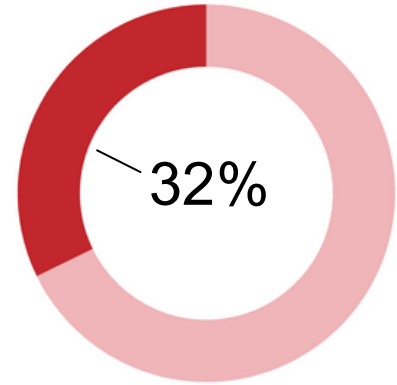
**86,15%** dos alunos demonstraram interesse na realização de um estágio híbrido



## Desafios dos processos seletivos

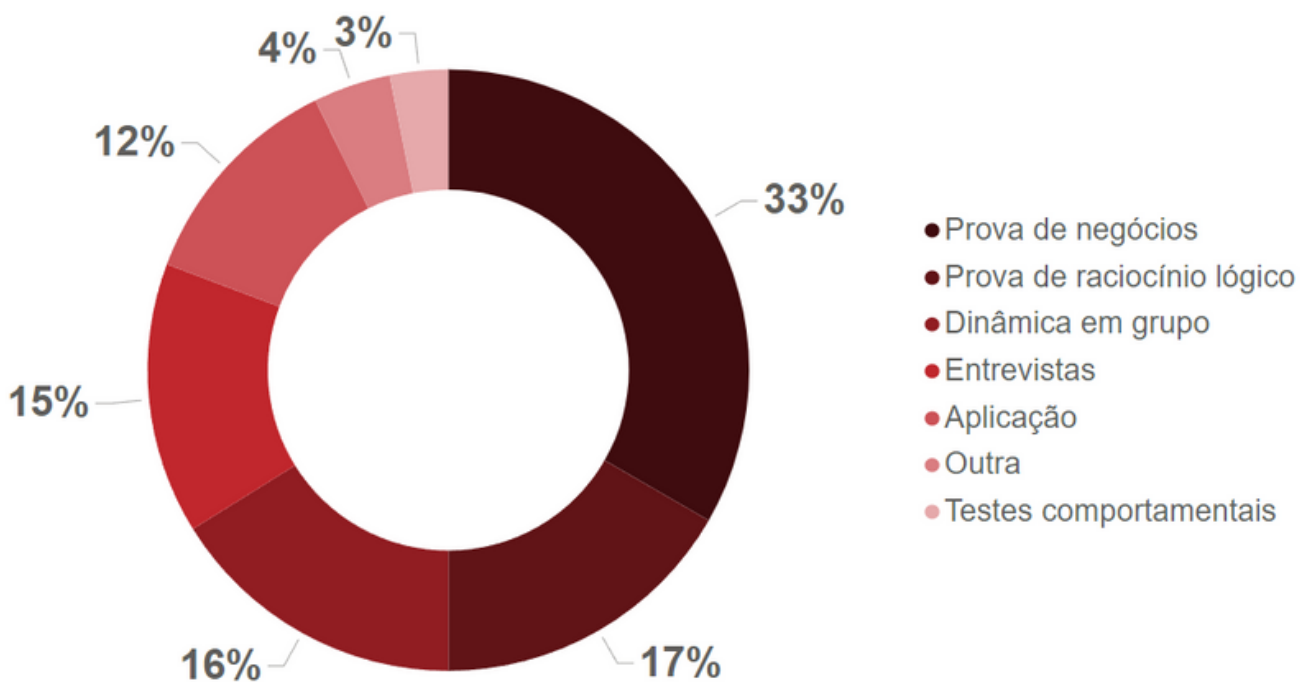
Indo além, foi perguntado onde que os estudantes sentem mais dificuldade nos processos seletivos. Pelo gráfico de pizza no final da página, vemos que a maior dificuldade dos alunos esta concentrada nas provas de lógica e de negócios (50% do total). Válido ressaltar que esse número é atrelado ao total de pessoas que conhecem a consultoria(192), e dessas apenas 108 conhecem as etapas do processo. Sendo que 55 já prestaram ao menos um processo seletivo.

### Quanto cada estudante julga seu empenho na preparação



Outro ponto a se considerar é o número de pessoas que já chegaram nas fases de entrevista ou dinâmica de grupo, como dito anteriormente vemos um total de 44 pessoas. Destes, temos que 25 afirmaram que as provas iniciais são sua maior dificuldade, outros 7 afirmaram que são as entrevistas e 6 as dinâmicas de grupo. É possível pensar que, mesmo aqueles que chegaram nas fases de entrevistas, ainda são iniciantes nos processos seletivos. Válido destacar que o público que votou na opção "Outra" ressaltou não ter nenhuma dificuldade.

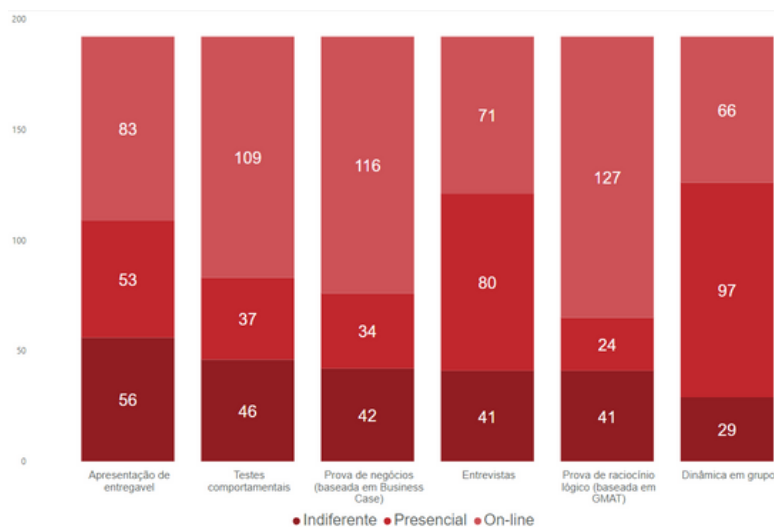
### Quais etapas os estudantes sentem mais dificuldades nos Processos seletivos



Sabemos que umas das inúmeras mudanças que a pandemia trouxe foi a aplicação do processo seletivo de maneira On-line. Uma mudança que abriu diversas portas e permitiu uma maior diversidade no PS. Tendo isso em vista, não sabemos então como será no futuro porém é válido ver o que os candidatos preferem.

Observando o gráfico, vemos que a maioria das pessoas concorda que o "On-line" é o mais vantajoso. Contudo, é visto que para **Entrevistas** a categoria presencial é maior, por pouco (~52%), e para **Dinâmica em grupo** o mesmo efeito é observado (~60%).

### Quais são as preferências, entre presencial e on-line, para os estudantes



### "Quais são os processos seletivos que você pretende se preparar?"



A partir desse momento, teremos as seções dos X-RAY tratando as preferências dos estudantes da UNICAMP em relação as diversas empresas de consultorias. Nesse primeiro momento, já podemos observar quais são as consultorias que vivem na mente dos "Unicampers". Temos que 48% dos pesquisados pretendem se preparar para o processo seletivo do **BCG**, seguido de 47% para a **McKinsey** e 40% para a **Bain** fechando as MBBs. Podemos ver também que 46% pretende se preparar para a **Visagio**. As consultorias na faixa dos 20-30% são **Peers**, **Porsche Consulting**, **Mastercard Advisors** e **Accenture**, enquanto o restante está na faixa dos 5 - 15%.

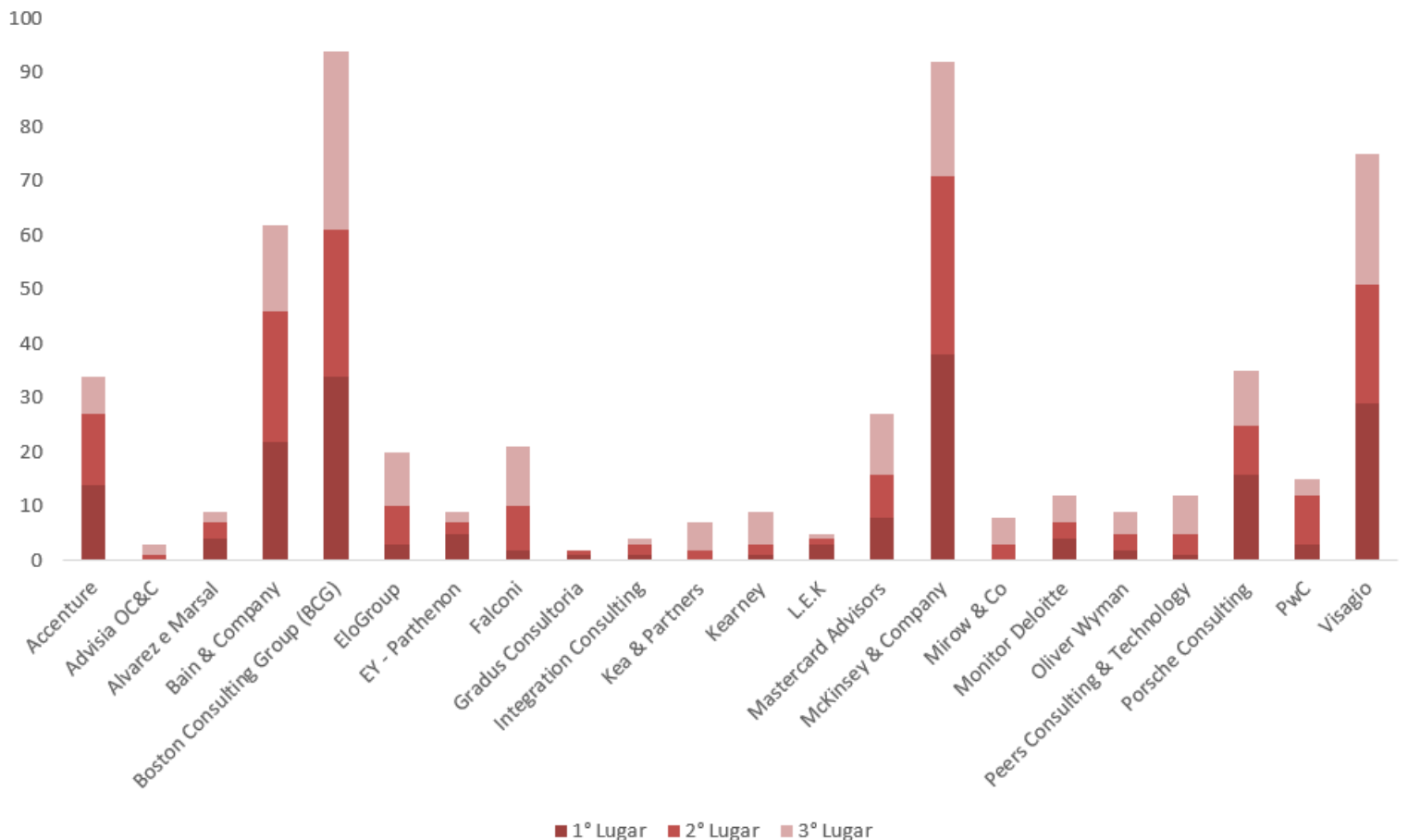
## Pódio das consultorias



Outra pergunta feita para entender melhor a preferência dos estudantes foi "Qual consultoria você teria o maior interesse em assinar?". O resultado é visto no pódio ao lado. Apesar da **Visagio** estar na 1º colocação do ranking geral, é visto que ela está em terceiro lugar no ranking de "1º escolha" com 29 votos, atrás do **BCG**(com 34 votos) e **McKinsey**(com 38 votos).

A pergunta também mapeava a 2º e 3º preferência de cada estudante. Assim, abaixo a um gráfico mostrando essa relação entre as consultorias e as preferências dos estudantes. Dele é possível observar que o **BCG** aparece mais nas preferências dos estudantes (94) do que a **McKinsey**(92), o que é condizente com o ranking da página passada em que mais pessoas conhecem o **BCG** do que a **McKinsey**. Este contraste entre os rankings é observado também em outras consultorias como **Peers Consulting & Technology**, **Mirow & CO**, **Kearney**, **Kea & Partners**.

## Gráfico da preferência dos alunos em trabalhar com as consultorias



# Ranking

Seguindo a tendência do ano de 2020, o CCU traz novamente o ranking de consultorias. Abaixo a lista das consultorias com a suas respectivas notas, onde 5 estrelas representa a nota máxima e 1 estrela representa a nota mínima.

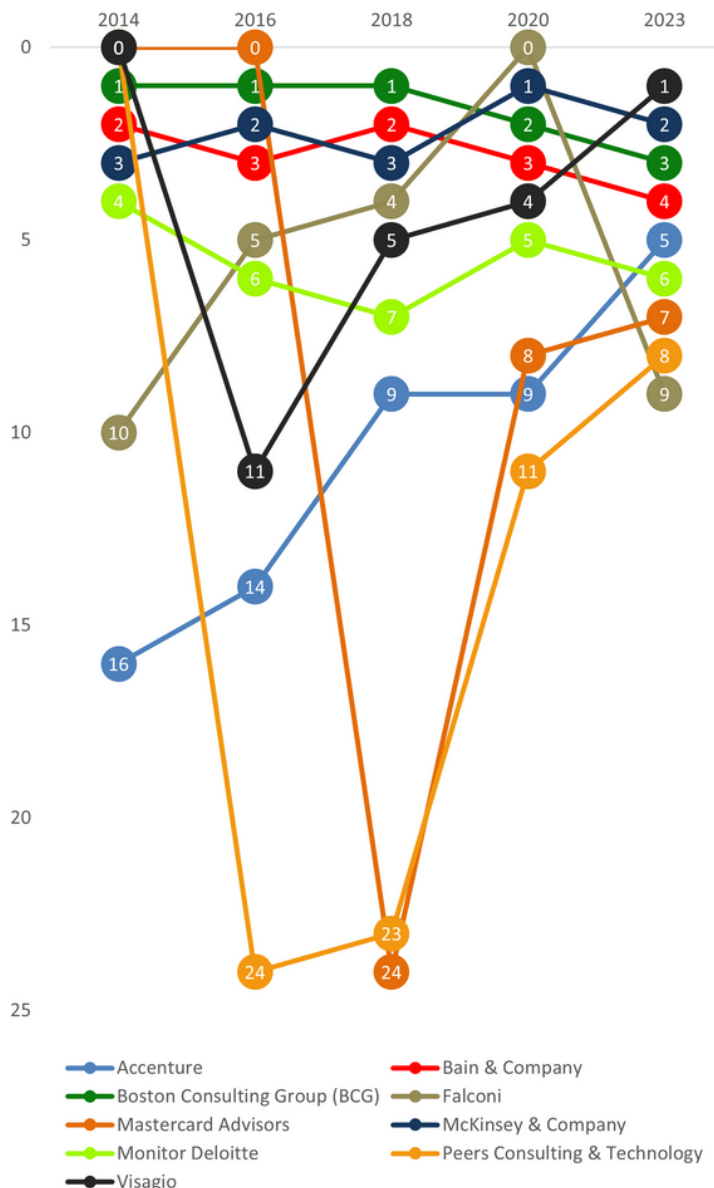
## RANKING DAS CONSULTORIAS

Classificação baseada no conhecimento e interesse dos estudantes em relação as empresas

### LEGENDA

- ☆☆☆☆☆ - Nunca ouvi falar.
- ☆☆☆☆☆ - Já ouvi falar, mas não conheço a empresa.
- ☆☆☆☆☆ - Conheço um pouco.
- ☆☆☆☆☆ - Conheço bastante sobre a empresa.
- ☆☆☆☆☆ - Conheço muito sobre a empresa e gostaria muito de trabalhar nela.

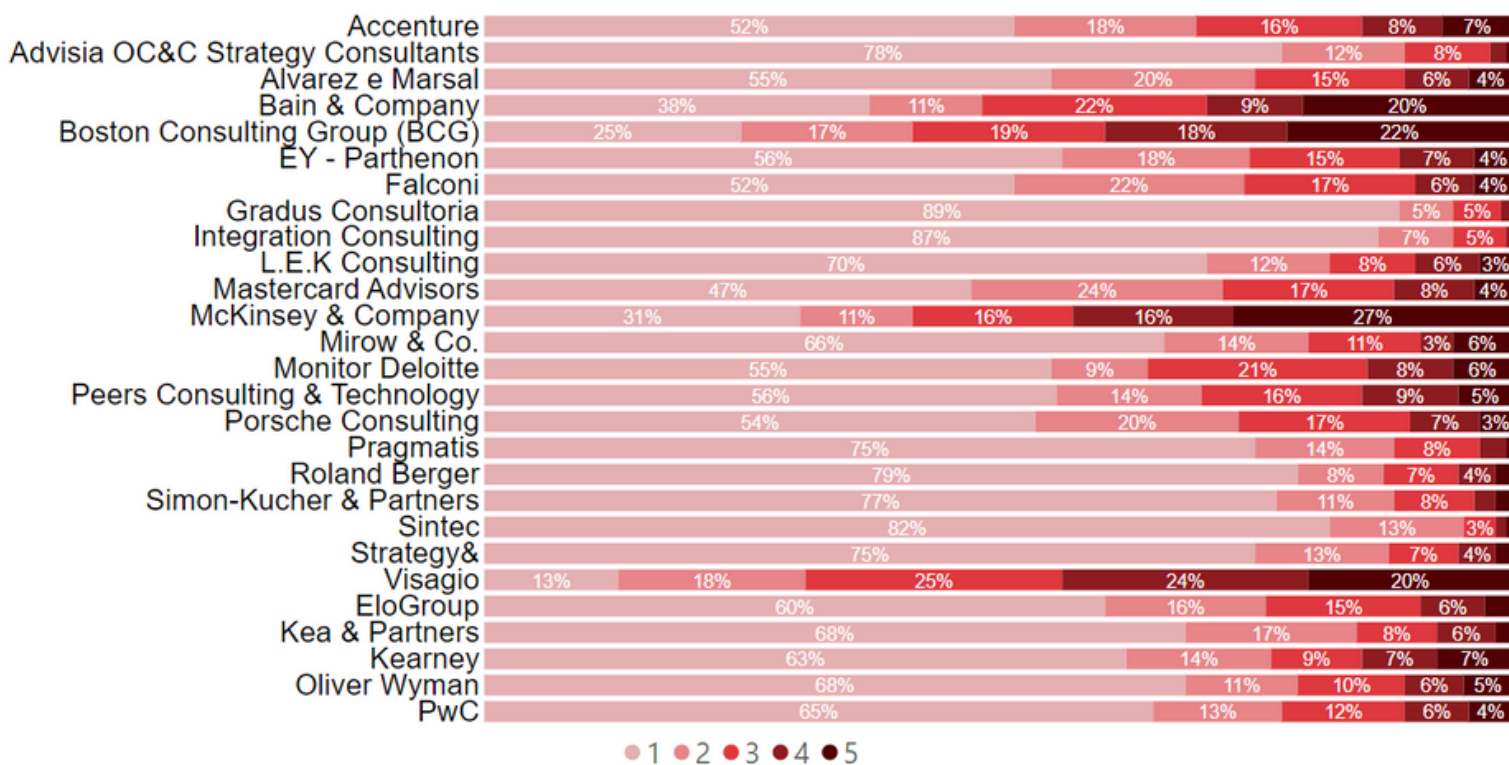
Visagio	3,19	☆☆☆☆☆
McKinsey & Company	2,97	☆☆☆☆☆
Boston Consulting Group (BCG)	2,95	☆☆☆☆☆
Bain & Company	2,64	☆☆☆☆☆
Accenture	2,01	☆☆☆☆☆
Monitor Deloitte	2,00	☆☆☆☆☆
Mastercard Advisors	1,96	☆☆☆☆☆
Peers Consulting & Technology	1,94	☆☆☆☆☆
Falconi	1,88	☆☆☆☆☆
Porsche Consulting	1,86	☆☆☆☆☆
Alvarez e Marsal	1,84	☆☆☆☆☆
EY - Parthenon	1,84	☆☆☆☆☆
Kearney	1,83	☆☆☆☆☆
EloGroup	1,75	☆☆☆☆☆
PwC	1,72	☆☆☆☆☆
Mirow & Co.	1,68	☆☆☆☆☆
Oliver Wyman	1,68	☆☆☆☆☆
L.E.K Consulting	1,60	☆☆☆☆☆
Kea & Partners	1,56	☆☆☆☆☆
Strategy&	1,44	☆☆☆☆☆
Pragmatis	1,40	☆☆☆☆☆
Roland Berger	1,40	☆☆☆☆☆
Simon-Kucher & Partners	1,40	☆☆☆☆☆
Advisia OC&C Strategy Consultants	1,35	☆☆☆☆☆
Sintec	1,24	☆☆☆☆☆
Integration Consulting	1,19	☆☆☆☆☆
Gradus Consultoria	1,18	☆☆☆☆☆



Vemos, seguindo a tendências dos últimos anos que as MBBs ainda estão nas primeiras colocações, porém vale destacar a **Visagio** que esta na primeira posição do ranking, muito se deve a sua grande presença no campus da UNICAMP. Isso é refletido em consultorias que possuíram grande diferenças em suas notas recebidas, citamos a **McKinsey** e **Bain** que tiveram pouca presença no campus desde 2022, o que refletiu na nota dos ingressantes daquele ano e de 2023. A dispersão de notas pode ser visto no gráfico da página seguinte.



## Desempenho de cada consultoria em relação as notas, em porcentagem



## Comparativo entre ranking geral e sem considerar os últimos ingressantes (2022 e 2023)

Consultorias	Nota Padronizada Com Todos Respondentes	Ranking	Consultorias	Nota Padronizada sem Ingressantes	Mudança no Ranking
Visagio	3,19	1	Visagio	3,29	0
McKinsey & Company	2,97	2	McKinsey & Company	3,08	0
Boston Consulting Group (BCG)	2,95	3	Boston Consulting Group (BCG)	3,07	0
Bain & Company	2,64	4	Bain & Company	2,75	0
Accenture	2,01	5	Accenture	2,13	0
Monitor Deloitte	2,00	6	Peers Consulting & Technology	2,07	2
Mastercard Advisors	1,96	7	Monitor Deloitte	2,05	-1
Peers Consulting & Technology	1,94	8	Mastercard Advisors	1,97	-1
Falconi	1,88	9	EY - Parthenon	1,95	3
Porsche Consulting	1,86	10	Kearney	1,95	3
Alvarez e Marsal	1,84	11	Alvarez e Marsal	1,91	0
EY - Parthenon	1,84	12	Falconi	1,90	-3
Kearney	1,83	13	Porsche Consulting	1,86	-3
EloGroup	1,75	14	PwC	1,79	1
PwC	1,72	15	Mirow & Co.	1,77	1
Mirow & Co.	1,68	16	Oliver Wyman	1,76	1
Oliver Wyman	1,68	17	EloGroup	1,75	-3
L.E.K Consulting	1,60	18	L.E.K Consulting	1,69	0
Kea & Partners	1,56	19	Kea & Partners	1,61	0
Strategy&	1,44	20	Pragmatis	1,46	1
Pragmatis	1,40	21	Simon-Kucher & Partners	1,44	2
Roland Berger	1,40	22	Roland Berger	1,43	0
Simon-Kucher & Partners	1,40	23	Strategy&	1,41	-3
Advisia OC&C Strategy Consultants	1,35	24	Advisia OC&C Strategy Consultants	1,39	0
Sintec	1,24	25	Sintec	1,25	0
Integration Consulting	1,19	26	Integration Consulting	1,21	0
Gradus Consultoria	1,18	27	Gradus Consultoria	1,20	0

