



Relatório CCU X-Ray 2015/2016



CLUBE DE CONSULTORIA
UNICAMP

Graduando hoje para fazer a mudança no mundo amanhã.

Autor:
Wilamar Valença



Prefácio

A Unicamp é uma das melhores universidades do Brasil por sua excelência acadêmica e pela formação de profissionais diferenciados, por isso, é assediada por diversas empresas que buscam os melhores talentos do mercado para comporem seus quadros de funcionários. No ramo de consultoria não é diferente, as empresas semestralmente fazem eventos de recrutamento no campus de Campinas para selecionar os melhores estudantes para as suas vagas de estágios e analistas.

Reciprocamente, nos três últimos anos, os estudantes da Unicamp (unicampers) têm se tornado grandes fãs da carreira de consultoria estratégica e de gestão, principalmente por causa do surgimento do Clube de Consultoria Unicamp (CCU) como uma organização estudantil, no ano de 2014, com a função de promover a profissão entre os universitários e prepará-los para as especificidades dos processos seletivos das empresas de consultoria.

Desde então, nós buscamos estreitar os relacionamentos com essas empresas a fim de tornar a Unicamp o principal polo de recrutamento de talentos do Brasil. E em menos de três anos, atuando nos campi de Campinas e de Limeira, conseguimos atingir resultados surpreendentes e estamos nos consolidando como uma das principais organizações estudantis perante os alunos da universidade. No Brasil, nos tornamos uma referência nacional para muitos outros estudantes e *consulting clubs* que constantemente nos procuram em busca de auxílio.

O nosso crescimento se deve em grande parte a nossa capacidade de entender os nossos clientes e de tomar decisões estratégicas assertivas, para tanto, nós realizamos um estudo do mercado de talentos da Unicamp através da pesquisa de CCU X-Ray. Os resultados e a análise do estudo são apresentados nesse relatório e englobam as características dos unicampers de Campinas e Limeira interessados na profissão e o panorama da percepção deles sobre as empresas e sobre a carreira de consultoria. Além do estudo, também são apresentados as principais ações e os resultados que o CCU vem atingindo nos últimos três anos. Essas conclusões podem contribuir para debates estratégicos nas equipes de recrutamento e direcionar os planejamentos de recrutamento dos próximos anos.

Nós nos orgulhamos de sermos os grandes protagonistas da criação de uma cultura de consultoria na Unicamp e do nosso comprometimento em aproximar os unicampers do mundo dos negócios, ajudando-os a realizarem os seus sonhos de seguir carreira em uma profissão condizente com as suas expectativas pessoais.

Para com as consultorias também temos um compromisso firme. No momento em que divulgamos esse relatório, ambicionamos também continuar a contribuir com a aproximação entre as empresas e os nossos talentos por muitos mais anos.



Wilamar Valença dos Santos
Presidente Executivo do CCU



Agradecimentos

O Clube de Consultoria Unicamp começou as atividades como uma organização estudantil no ano de 2014 e, desde então, tem sido pioneiro em muitas iniciativas de preparação de universitários para ao mercado de consultoria e crescido significativamente nesse meio.

Dentro da Unicamp já somos um importante desenvolvedor de *softskills* e de preparação de alunos para os processos seletivos do mercado de trabalho. No Brasil nos tornamos uma referência de *consulting club*, de profissionalismo universitário e um modelo a ser seguido por outras universidades. Em 2016, nós tivemos o orgulho de abrir uma nova unidade na Faculdade de Ciências Aplicadas de Limeira, expandindo a nossa atuação para o novo campus, atingimos o público de 4 mil seguidores na página do Facebook e nos tornamos o maior e melhor *consulting club* do país.

Essas são alguns dos resultados do nosso trabalho anos que estão descritos nesse relatório e os dedicamos a todos os nossos associados, consultores e parceiros que nos ajudaram nesse período. Em especial, agradecemos aos nossos *alumni* Luciana Cruz (BCG), Ricardo Capitanio (McKinsey) e Wander Azevedo (A.T. Kearney) por serem ex-alunos apaixonados pela Unicamp e pela profissão, por acreditarem e apoiarem o nosso sonho de sermos a maior escola dentro das consultorias do Brasil, e principalmente por não terem medido esforços para nos ajudar nessa causa. Eles são pessoas inspiradoras para toda a nossa equipe executiva.

Não menos importante, nós nos orgulhamos e agradecemos o Lucas Lima (Bain), Gabriel Zambon (Roland Berger) e o Felipe Meirelles (McKinsey) que trabalharam conosco no clube e hoje lutam para que as consultorias em que trabalham sejam mais próximas e atuantes junto ao CCU e a Unicamp.





Você sabe qual é a imagem das consultorias para os alunos da Unicamp?

8 Mensagem ao recrutador

| Mensagem

10 O Clube de Consultoria Unicamp

| Quem somos | O que fazemos

12 CCU X-Ray

| Nota introdutória e contexto do estudo

14 Ranking CCU The most desired consulting firm

| O Ranking | Classificação geral 2016 | Desempenho detalhado das consultorias | As mais desejadas | Top 3 consultoria dos sonhos | Top 5 consultoria menos conhecida | Top 6 consultoria menos aceita | A presença na Unicamp

26 Unicampers

| Perfil dos alunos

41 Missão dada é missão cumprida

| Atividades do clube direcionadas as necessidades dos alunos



1

Mensagem ao recrutador





Caro recrutador,

Nós do Clube de Consultoria Unicamp gostaríamos de convidá-lo a refletir sobre a relação entre os alunos da Unicamp e a carreira de consultoria. Para isso criamos e aplicamos uma pesquisa com o intuito de definir o perfil dos nossos alunos que têm interesse na carreira e mostrar a você algumas oportunidades de aumentar a atratividade do seu processo seletivo dentro da universidade.

Apesar da Unicamp ser um dos mais importantes centros intelectuais do Brasil, a carreira de consultoria, assim como as empresas do ramo, são um grande mistério aos estudantes. Ainda há muitos paradigmas, estereótipos e mesmo pré-conceitos entre o corpo discente que tornam a profissão de consultor pouco atraente, por consequência, observa-se uma baixa procura pelos processos seletivos realizados semestralmente na universidade, principalmente se os compararmos com os processos trainees que têm uma adesão muito maior.

Com base nos dados e apontamentos da CCU X-Ray queremos trabalhar em parceria com você para que juntos possamos desmitificar a carreira, mostrar as vantagens de ser um consultor e criar uma cultura de consultoria dentro da Unicamp.

Desde já agradecemos a atenção e boa leitura.

Equipe CCU



2 |

O Clube de Consultoria
Unicamp

O Clube de Consultoria Unicamp



Quem somos

Nós somos o Clube de Consultoria Unicamp, uma organização gerida por alunos de cursos de graduação e pós graduação da Unicamp e temos como objetivos a **divulgação** da carreira em consultoria estratégica e de gestão e a **preparação** de alunos para processos seletivos destas empresas.

Missão

existimos para

PROMOVER a carreira de consultoria no ambiente universitário.

PREPARAR os alunos para o ingresso na carreira.

APROXIMAR os alunos da Unicamp dos profissionais dessa indústria.

Visão

queremos

- Ser o clube de consultoria que mais aprova nas empresas de consultorias estratégicas.
- Ser reconhecido com uma organização que potencializa a entrada de universitários em empresas de consultoria.
- Satisfazer os clientes atuando com excelência e adequando-se às necessidades e exigências do mercado.

Valores

buscamos nos diferenciar por nossa (o):

DETERMINAÇÃO - Trabalhamos para antecipar as necessidades das empresas de consultoria, preparando candidatos dedicados, proativos e comprometidos com a carreira e principalmente com a preparação para os processos seletivos.

CRIATIVIDADE - Buscamos diferenciar os nossos candidatos desenvolvendo a capacidade de pensar diferente para surpreender os avaliadores com soluções inovadoras e criativas.

CAPACIDADE ANALÍTICA - Com os nossos programas visamos desenvolver candidatos que saibam analisar criticamente problemas e apresentar soluções rápidas, estruturadas e precisas.

PODER DE COMUNICAÇÃO - Prezamos pelo poder de argumentação e apresentação de ideais de forma clara e objetiva.

TRABALHO EM EQUIPE - Mais do que fornecer uma boa preparação, nós buscamos desenvolver as habilidades dos alunos de entender as necessidades das outras pessoas, colocar-se em suas posições (empatia) para construção das melhores soluções.

O que fazemos

Promoção

As ações de promoção da carreira em consultoria estratégica e de gestão vislumbram a criação de uma "cultura de consultoria" nos alunos da Unicamp. Estas ações são compostas de eventos de apresentação da carreira, empresas de consultorias e seus respectivos processos seletivos.

Além disso, o CCU acompanha de perto as novidades desse mercado para oferecer informações suficientes para que os alunos possam escolher qual a empresa eles têm mais afinidade e como se preparar para ingressar nela. Estas informações são disponibilizadas através do portal, grupo de e-mails, redes sociais e de parceiros, como exemplo, outras entidades estudantis.

Preparação

Uma vez que o aluno escolhe a carreira de consultoria, o CCU oferece a ele um programa de preparação para os processos seletivos. O *PREP 4 Consulting* é composto por aplicação de simulados de provas estilo *GMAT* e *Business Case*, treinamentos sobre resolução de *cases* e realização de *mock case interviews*, em duplas e em grupos, além da disponibilização de um banco de materiais para estudo. Também são realizados eventos com conteúdo voltado às principais etapas dos processos seletivos.



3

CCU X-Ray



566
estudantes
entrevistados

experiências
preferências **sonhos**
pesquisa de imagem
aspirações e anseios

CCU X-Ray

A primeira edição da pesquisa CCU X-Ray, realizada em 2014, foi um grande sucesso de aceitação entre os recrutadores das consultorias. O nosso objetivo foi definir as características dos estudantes da Unicamp que prestam os processos seletivos das empresas de consultoria e mostrar aos recrutadores algumas oportunidades para lidar especificamente com esse público.

Em 2015 e 2016, acrescentamos à pesquisa o objetivo de mostrar os resultados e as mudanças ocorridas após o trabalho conjunto que as empresas fizeram conosco para aumentar a cultura de consultoria na Unicamp.

Nesse período, foram entrevistados 566 associados do Clube de Consultoria Unicamp em preparação para os processos seletivos, garantindo uma amostra de público restrita aos interessados pela carreira e pelas empresas do ramo. Por consequência, conseguimos delinear o perfil da escola e as principais individualidades que os recrutadores podem esperar dos unicampers.

A CCU X-Ray fez o levantamento do comportamento, das características e dos interesses dos estudantes para dar uma visão geral à equipe de recrutamento sobre os anseios e as necessidades desse público. A partir desse panorama, nosso intuito é ser um facilitador para o planejamento de ações personalizadas a serem realizadas na universidade para aumentar a atratividade do recrutamento e construção da imagem.

Também faz parte da CCU X-Ray a pesquisa de imagem das consultorias, classificando-as no Ranking CCU - *The most desired consulting firm*, segundo o interesse dos alunos da Unicamp em trabalhar nessas empresas.

Confira a seguir os resultados da CCU X-Ray:



4 |

Ranking CCU

The most desired consulting firm



Ranking CCU 2016

The most desired consulting firm

- ★ Nunca ouvi falar.
- ★★ Já ouvir falar, mas não conheço a empresa.
- ★★★ Conheço um pouco, mas não tenho vontade de trabalhar nela.
- ★★★★ Conheço um pouco e tenho vontade de trabalhar nela.
- ★★★★★ Conheço tudo sobre a empresa e meu sonho é trabalhar nela.

O Ranking

Nós estimamos um público máximo possível de 230 candidatos da Unicamp aplicando os processos seletivos de consultoria nos próximos dois anos, aproximadamente 115 por semestre. Essa estimativa toma como base 10% dos alunos dos dois últimos anos dos cursos que tiveram uma participação mais relevante nas atividades realizadas no clube ao longo dos últimos três anos. Os cursos em questão são: ciências da computação, ciências econômicas, matemática, física, estatística e engenharias (alimentos, civil, computação, controle e automação, elétrica, física, mecânica, produção* e química). Além desses cursos, prevemos para os próximos cinco anos um crescimento de até 31%, (público total estimado de 300 alunos) para o cenário no qual a carreira esteja melhor compreendida pelos alunos dos cursos de administração*, administração pública*, química e engenharias (agrícola, ambiental*, manufatura* e telecomunicações*).

Nesse íterim, os 342 associados entrevistados na pesquisa — aproximadamente 85,5% do público estimado para o período — avaliaram a imagem de cada uma das consultorias respondendo a seguinte pergunta: “**Qual é o seu conhecimento em relação a essa empresa?**” através da atribuição de estrelas, variando de uma a cinco. Uma estrela significava que o aluno nunca teve contato com a consultoria; duas estrelas indica que ele apenas ouviu falar da empresa, mas desconhece tudo sobre ela; três estrelas, por outro lado, significa que o estudante já conhece a companhia, mas não gostaria de trabalhar nela porque provavelmente não gosta ou não se identifica com as suas práticas e/ou com a sua cultura; quatro estrelas são atribuições para as empresas que os unicampers gostariam de trabalhar se tivessem a oportunidade; e por fim, 5 estrelas são dadas pelos apaixonados, por aqueles que sonham em conseguir uma vaga de estágio ou consultor na firma depois de formados.

Com isso, o objetivo principal do ranking CCU é entender quais são as percepções e preferências dos unicampers pelas empresas que costumam buscar talentos na universidade. O percentual de estrelas recebidas por cada companhia nos possibilita identificar as mais desejadas e conhecidas pelos alunos (quatro e cinco estrelas), as consultorias dos sonhos (apenas cinco estrelas), as mais rejeitadas (três estrelas) e as empresas desconhecidas (uma e duas estrelas).

O ranking é um indicador da imagem que os unicampers têm sobre as organizações avaliadas, portanto, ele serve para que as equipes de recrutamento e seleção analisem o seu desempenho no mercado de talentos da Unicamp, tendo como referencial seus concorrentes diretos ou empresas do mesmo segmento, e definam as estratégias de recrutamento segundo seus interesses particulares. Um fato importante de se lembrar é que o crescimento das consultorias está diretamente relacionado, entre outros fatores, com o recrutamento dos melhores talentos para o seu time, portanto, quanto pior a colocação da empresa no nosso ranking, maior é a necessidade de investimentos no fortalecimento da marca dentro da Unicamp.

*1 — Cursos do campus da Unicamp Limeira.

*2 — Foram avaliadas nessa pesquisa todas as empresas de consultorias que realizaram ou divulgaram os processos seletivos na Unicamp desde 2013, não havendo distinção entre áreas de atuação ou concorrência entre elas.



Ranking CCU 2016 - The most desired consulting firm

Posição	Consultoria	% de alunos que sonham ou desejam trabalhar na empresa
1	BCG	76,3
2	McKinsey & Co	71,9
3	Bain & Co	69,3
4	Ernst & Young	38,3
	Falconi	38,3
6	Monitor Deloitte	35,7
7	PwC	31,9
8	A.T.Kearney	29,2
9	Olyver Wyman	24,6
10	KPMG	24,3
11	Visagio	24,0
12	Gradus	23,4
13	Roland Berger	22,5
14	Accenture	21,6
	Strategy&	21,6
16	Advisia OC&C	17,0
	Integration	17,0
18	Value Partners	15,8
	Business Partners Consulting	15,8
20	UBS	14,0
21	L.E.K	13,5
22	Mastercard Advisors	12,6
23	Berners Consulting	11,4
24	Peers	7,9
25	Simon-Kucher & Partners	7,6
	Kaiser Associates	7,6
	Mirow & Co	7,6
	Maksen	7,6
29	Orange One Advisors	7,3
30	Sintec	6,7
31	Kea & Partners	6,4
32	GS&M - Gouveia de Souza	5,8
33	Indra	5,3

Desempenho detalhado

A seguir está detalhado o desempenho das empresas no Ranking CCU para os anos de 2014 a 2016. No primeiro ano foram entrevistados 130 associados, no segundo 210 e no último 342. Todos responderam a pergunta: **“Qual é o seu de conhecimento em relação a essa empresa?”**

- ★ Nunca ouvi falar.
- ★★ Já ouvir falar, mas não conheço a empresa.
- ★★★ Conheço um pouco, mas não tenho vontade de trabalhar nela.
- ★★★★ Conheço um pouco e tenho vontade de trabalhar nela.
- ★★★★★ Conheço tudo sobre a empresa e meu sonho é trabalhar nela.

Cada uma das empresas foram avaliadas por todos os alunos que lhes atribuíram estrelas, desta forma as porcentagens de estrelas, em cada semestre, para cada uma das empresa somam cem por cento. Confira os resultados:

Quadro 1

empresa	★			★★			★★★			★★★★			★★★★★		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
A.T.Kearney	26,2	41,0	32,5	27,0	26,2	32,7	6,6	5,7	5,6	39,3	26,7	26,9	0,8	0,5	2,3
Accenture	19,7	35,2	40,1	31,1	26,2	24,3	13,8	19,0	14,0	23,0	18,1	21,1	2,5	1,4	0,6
Advisia OC&C	32,8	51,9	51,2	32,8	27,1	25,7	8,2	6,7	6,1	23,8	13,3	15,8	2,5	1,0	1,2
Bain & Company	2,5	8,6	11,4	9,8	18,6	16,1	5,7	1,9	3,2	52,5	58,6	50,0	29,5	12,4	19,3
BCG	0,8	4,8	7,0	9,0	18,6	13,2	5,7	2,9	3,5	50,8	59,5	52,9	33,6	14,3	23,4
Berners Consulting	59,8	58,6	58,8	23,8	30,5	21,3	8,2	4,3	8,5	8,2	6,7	10,5	0,0	0,0	0,9
Business Partners Consulting	-	57,4	51,5	-	34,0	25,1	-	4,3	7,6	-	4,3	14,6	-	0,0	1,2
Ernst Young	11,5	19,5	19,3	23,0	33,3	24,6	30,3	17,1	17,8	30,3	27,1	35,4	4,9	0,0	2,9
Falconi	13,9	29,0	16,1	32,0	31,9	27,5	19,7	12,9	18,1	29,5	23,3	31,3	4,9	2,9	7,0
Gradus	27,9	40,5	37,7	32,0	31,4	28,9	11,5	7,1	9,9	27,0	19,5	21,6	1,6	1,4	1,8
GS&M - Gouveia de Souza	-	63,8	66,1	-	23,4	22,8	-	4,3	5,3	-	8,5	5,8	-	0,0	0,0
Indra	67,2	69,5	70,5	18,9	21,4	19,6	8,2	5,2	4,7	5,7	3,3	5,0	0,0	0,5	0,3
Integration	45,9	60,5	55,8	17,2	21,0	23,1	10,7	4,8	4,1	22,1	11,9	15,8	4,1	1,9	1,2
Kaiser Associates	-	70,2	64,3	-	14,9	21,9	-	6,4	6,1	-	6,4	7,0	-	2,1	0,6
Kea & Partners	-	79,2	72,2	-	14,6	17,0	-	4,2	4,4	-	0,0	6,4	-	2,1	0,0
KPMG	27,9	39,5	39,8	27,0	26,7	21,6	25,4	15,2	14,3	18,9	17,6	21,6	0,8	1,0	2,6
L.E.K	-	74,5	61,1	-	19,1	20,8	-	4,3	4,7	-	2,1	12,6	-	0,0	0,9
Maksen	-	80,9	69,0	-	17,0	18,7	-	2,1	4,7	-	0,0	7,0	-	0,0	0,6
Mastercard Advisors	-	63,8	51,2	-	27,7	28,1	-	6,4	8,2	-	2,1	12,0	-	0,0	0,6
McKinsey & Company	5,7	11,0	9,1	6,6	17,1	14,6	6,6	5,7	4,4	47,5	51,4	49,4	33,6	14,8	22,5
Mirow & Co	-	80,9	71,6	-	14,9	15,8	-	2,1	5,0	-	0,0	7,3	-	2,1	0,3
Monitor Deloitte	13,9	26,2	28,4	18,9	27,1	19,9	20,5	12,4	16,1	37,7	29,5	31,6	9,0	4,8	4,1
Olyver Wyman	22,1	40,5	46,5	26,2	31,9	24,0	9,0	7,1	5,0	35,2	18,6	21,3	7,4	1,9	3,2
Orange One Advisors	-	63,8	73,4	-	23,4	14,6	-	2,1	4,7	-	10,6	7,3	-	0,0	0,0
Peers	-	76,6	68,4	-	17,0	18,1	-	2,1	5,6	-	2,1	7,0	-	2,1	0,9
PwC	20,5	35,2	27,2	23,8	26,2	27,2	26,2	11,9	13,7	26,2	23,8	28,4	3,3	2,9	3,5
Roland Berger	18,9	42,9	49,4	23,0	24,8	22,5	11,5	8,1	5,6	36,9	23,3	18,7	9,8	1,0	3,8
Simon-Kucher & Partners	-	68,1	71,3	-	19,1	15,5	-	2,1	5,6	-	8,5	7,0	-	2,1	0,6
Sintec	-	74,5	73,1	-	19,1	14,9	-	2,1	5,3	-	4,3	6,7	-	0,0	0,0
Strategy&	20,5	48,1	52,3	26,2	27,6	20,2	9,8	6,7	5,8	38,5	17,1	20,5	4,9	0,5	1,2
UBS	-	59,6	61,1	-	25,5	19,6	-	4,3	5,3	-	8,5	13,2	-	2,1	0,9
Value Partners	30,3	44,3	54,1	28,7	30,0	24,3	14,8	4,8	5,8	24,6	19,5	15,2	1,6	1,4	0,6
Visagio	-	63,8	42,4	-	21,3	23,7	-	6,4	9,9	-	6,4	22,5	-	2,1	1,5



Quadro 2

Desempenho (% de 4 e 5 estrelas)

Posição no Ranking

Consultoria	2014	2015	2016	Evolução	2014	2015	2016	Evolução
BCG	84,4	73,8	76,3	▲ 2,5	1	1	1	■ 0
McKinsey & Co.	81,1	66,2	71,9	▲ 5,7	3	3	2	▲ 1
Bain & Co.	82,0	71,0	69,3	▼ 1,7	2	2	3	▼ 1
Ernst Young	35,2	27,1	38,3	▲ 11,2	9	5	4	▲ 1
Falconi	34,4	26,2	38,3	▲ 12,1	10	8	4	▲ 4
Monitor Deloitte	46,7	34,3	35,7	▲ 1,4	4	4	6	▼ 2
PwC	29,5	26,7	31,9	▲ 5,2	11	7	7	▲ 0
A.T.Kearney	40,2	27,1	29,2	▲ 2,1	8	5	8	▼ 3
Olyver Wyman	42,6	20,5	24,6	▲ 4,1	7	12	9	▲ 3
KPMG	19,7	18,6	24,3	▲ 5,7	17	14	10	▲ 4
Visagio		8,5	24,0	▲ 15,5		21	11	▲ 10
Gradus	28,7	21,0	23,4	▲ 2,4	12	10	12	▼ 2
Roland Berger	46,7	24,3	22,5	▼ 1,8	4	9	13	▼ 4
Accenture	25,4	19,5	21,6	▲ 2,1	16	13	14	▼ 1
Strategy&	43,4	17,6	21,6	▲ 4,0	6	15	14	▲ 1
Advisia OC&C	26,2	14,3	17,0	▲ 2,7	13	16	16	■ 0
Integration	26,2	13,8	17,0	▲ 3,2	13	17	16	▲ 1
Value Partners	26,2	21,0	15,8	▼ 5,2	13	10	18	▼ 8
Business Partners Consulting		4,3	15,8	▲ 11,5		25	18	▲ 7
UBS		10,6	14,0	▲ 3,4		18	20	▼ 2
L.E.K		2,1	13,5	▲ 11,4		29	21	▲ 5
Mastercard Advisors		2,1	12,6	▲ 10,5		29	22	▲ 7
Berners Consulting	8,2	6,7	11,4	▲ 4,7	18	24	23	▲ 1
Peers		4,3	7,9	▲ 3,6		25	24	▲ 1
Simon-Kucher & Partners		10,6	7,6	▼ 3,0		18	25	▼ 1
Kaiser Associates		8,5	7,6	▼ 0,9		21	25	▼ 4
Mirow & Co		2,1	7,6	▲ 5,5		29	25	▲ 4
Maksen		0,0	7,6	▲ 7,6		33	25	▲ 8
Orange One Advisors		10,6	7,3	▼ 3,3		18	29	▼ 11
Sintec		4,3	6,7	▲ 2,4		25	30	▼ 5
Kea & Partners		2,1	6,4	▲ 4,3		29	31	▼ 2
GS&M - Gouveia de Souza		8,5	5,8	▼ 2,7		21	32	▼ 11
Indra	5,7	3,8	5,3	▲ 1,5	19	28	33	▲ 5

As mais desejadas

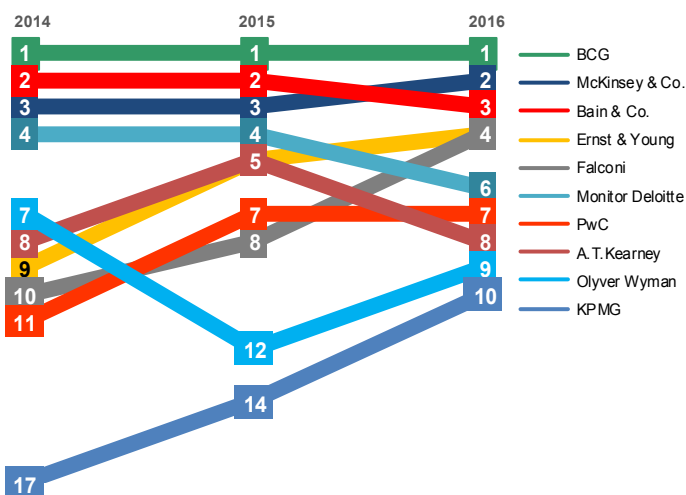
Desde a primeira edição da pesquisa CCU X-Ray o The Boston Consulting Group (BCG) mantém a liderança como a consultoria mais desejada para se trabalhar pelos unicampers. 76,3% das avaliações dos alunos que participaram da pesquisa no ano de 2016 foram quatro ou cinco estrelas para a empresa. O BCG ainda abriu uma diferença de 4,4% em relação a segunda colocada, a maior já registrada na pesquisa.

Em segundo lugar ficou a McKinsey & Company com 71,9% de avaliações de quatro ou cinco estrelas. Essa é a primeira vez que a firma alcança a segunda posição do ranking, quando se compara os desempenhos anuais. Já a Bain & Company foi ultrapassada no ranking e ficou com a terceira posição (69,3%).

As *big three* são famosas em todo o mundo quando se trata de consultorias estratégicas, fato que por si só, as tornam mais conhecidas por serem constantemente citadas nos meios de comunicação, por isso, é natural que elas estejam disputando as primeiras colocações no ranking. Excetuando-se as três primeiras colocadas, as outras posições são bastante disputadas e, em 2016, o top 10 foi composto pelas *big four* Ernst & Young (4ª posição), Monitor Deloitte (6ª posição), PwC (7ª posição) e KPMG (10ª posição), pelas consultorias estratégicas A.T. Kearney (8ª posição) e Oliver Wyman (9ª posição), e pela consultoria de gestão Falconi na (4ª posição).

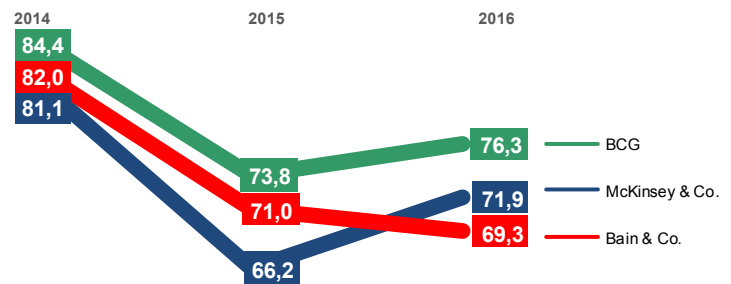
Quadro 3

Evolução das top 10 (2016)



Quadro 4

Evolução das Big Three



O BCG e a McKinsey foram as consultorias mais próximas dos universitários da Unicamp nos anos de 2015 e 2016, principalmente por meio da presença nos campi de Campinas e Limeira. Serem as duas favoritas dos unicampers mostra que as participações de consultores em atividades e eventos realizados por organizações estudantis como o CCU podem ser o grande diferencial na hora de competir por talentos.

Nos meses de março e agosto, há uma tendência de que os candidatos priorizem os processos que mais lhes atraem em detrimento da quantidade de eventos de recrutamento que ocorrem nesse período muito curto de tempo. Sendo assim, os percentuais de quatro e cinco estrelas de cada uma das empresas podem refletir a porcentagem dos estudantes que participam de suas seleções. Ou seja, há uma correlação entre “ser conhecida e desejada pelos alunos” e o número de candidatos participando do processo seletivo.

Em 2016, por exemplo, as palestras de recrutamento com maior número de alunos foram as dos eventos do BCG e da Bain & Company. A próxima consultoria estratégica de destaque foi a A.T. Kearney que chegou a 5ª colocação no ranking de 2015. Ela conseguiu o terceiro e quarto maior público no primeiro e segundo semestre de 2016, respectivamente, mesmo recrutamento apenas estagiários nesse último. O sucesso do público de 99 alunos buscando estágio na palestra da firma teve bastante influência da sua participação no dia anterior da Talento, feira de recrutamento realizada pelo Núcleo das empresas juniores da Unicamp.

Quadro 5

Nº de alunos presentes nas palestras de recrutamento na Unicamp - 2016

Consultoria	Mar/Abr	Ago/Set
A.T. Kearney	61	99*
Advisia OC&C	50	58
Bain & Co.	101	106
BCG	127	109
Gradus	55	54**
L.E.K	-	101
Mastercard Advisors	27	55
McKinsey & Co.	52	83
Monitor Deloitte	17	-
Olyver Wyman	53	64
Roland Berger	58	-
Strategy&	36	-
Value Partners	39	67
Visagio	-	63
Mediana	53	67
Média	56	78

Impulsioneamento do evento no Facebook do CCU

* Apenas estágio

** Apenas formados

No segundo semestre, também foi destaque a L.E.K, apesar de não fazer parte do top 10, a empresa conseguiu um bom resultado de público após impulsionar a divulgação do evento no nosso Facebook.

Apesar de estar na segunda posição do ranking, a McKinsey & Co ainda tem um número baixo de alunos aplicando o seu processo se comparada com as outras duas *big three*, e nós acreditamos que isso se deve a dois motivos principais:

- 1) O evento de recrutamento é realizado sempre na primeira ou na segunda semana de aula sem tempo hábil para os alunos que não conhecem consultoria tenham contato com a divulgação de cartazes e e-mails institucionais na faculdade. A primeira semana é comumente caracterizada como a "semana da ementa", na qual os professores apresentam o conteúdo programático da disciplina e de revisão ou introdutório, por isso, alguns alunos retornam às aulas apenas nas semanas seguintes e acabam perdendo a oportunidade. Nessa época há também muitas festas sendo divulgadas e acontecendo nos campi, seja para recepção de calouros, em março, ou para o retorno das aulas, em agosto, logo há muitos eventos ocorrendo simultaneamente e conseguir atrair a atenção dos estudantes se torna demasiadamente complexo quando comparado com as terceira ou quarta semanas de aula.
- 2) A fama da McKinsey a precede, por isso, os alunos tratam seu processo seletivo mais seriamente do que os outros. É como um vestibulando quando vai aplicar a Fuvest. Por este motivo,

muitos deles ficam com receio de não estarem preparados e preferem postergar a aplicação para o próximo semestre, mas conseguem um estágio nesse meio tempo e acabam nunca aplicando. Além disso, o tempo de carência de dois anos para *Business Analyst* também deixa muitos candidatos receosos e inseguros de não estarem preparados.

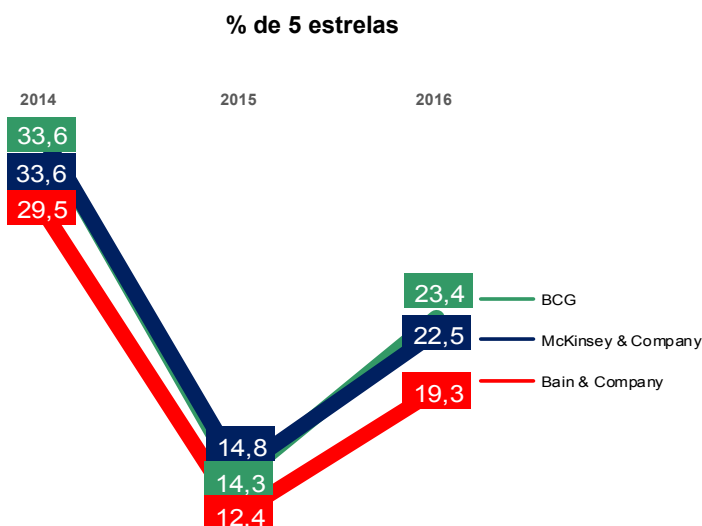
A firma tem tentado contornar esse problema e passou a adotar o tempo de carência somente para os candidatos que passaram pela etapa da prova (*Problem Solving Test*) no ano de 2016, o que de fato encoraja os candidatos, mas esse fato ainda é novo e pouco conhecido, por isso só promete trazer melhores resultados nos próximos ciclos. Em contrapartida o BCG extinguiu o tempo de carência e a Bain só o adota se o candidato passar pelas etapas de prova e dinâmica de grupo, então, para os candidatos não custa nada tentar a sorte.

Vale ressaltar que o número de participantes nas palestras de recrutamento, não necessariamente é o mesmo número de alunos aplicando o processo seletivo. Algumas pessoas estão ali presentes apenas para conhecer a carreira e a empresa, assim como há outros alunos que aplicam o processo em outros eventos realizados nos escritórios, e em outras escolas ou cidades, como São Paulo e São Carlos.

A contagem de participantes na palestras é feita pela nossa equipe executiva nos eventos de recrutamento e pode divergir algumas unidades da contagem oficial feita pelas empresas.

Top 3 - Consultoria dos sonhos

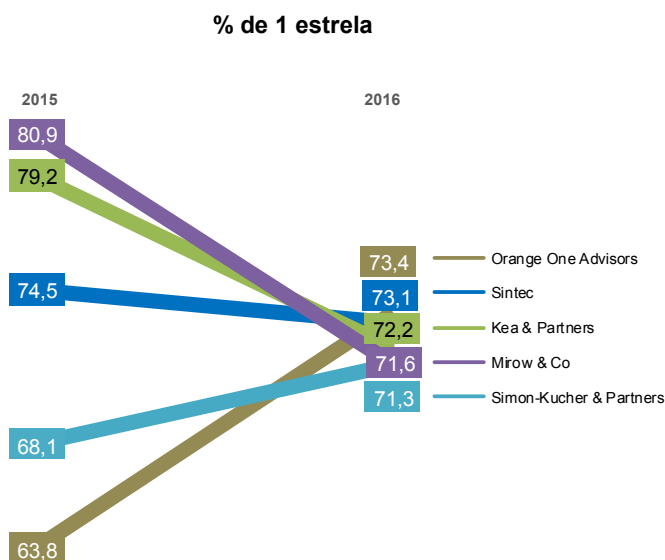
Quadro 6



Avaliando apenas o percentual de cinco estrelas de 2016, novamente as *big three* disputam as primeiras posições e mais uma vez o BCG levou a vantagem. Ele se sagrou como com a consultoria dos sonhos dos unicampers frente a McKinsey & Co que ocupava o primeiro lugar no ano anterior. As duas empresas disputam acirradamente o título, desde 2014, quando ficaram empatadas em primeiro lugar. Ambas têm se empenhado bastante para fortalecer a cultura de consultoria na Unicamp e construir uma imagem baseada em experiências e não apenas em comentários ou percepções de terceiros a respeito de suas culturas e valores..

Top 5 - Consultoria menos conhecida

Quadro 7



Os respondentes avaliaram com uma única estrela as empresas que eles nunca ouviram falar. A consultoria mais desconhecida pelos unicampers no ranking de 2016 foi a Orange One Advisors, seguida da Sintec, Kea & Partners, Mirow & Co e Simon Kucher & Partners. Essas empresas não realizam palestras de recrutamento na Unicamp e nem participam de eventos nos campi da universidade para promoverem suas marcas, além disso, não é comum ler menções sobre seus trabalhos em mídias sobre negócios, o que pode explicar as suas posições no nosso ranking.

Top 6 - Consultoria menos aceita

Na disputa por talentos nas melhores universidades do país é importante ser famosa entre os estudantes, mas a empresa precisa ter uma preocupação ainda maior em ser reconhecida como uma boa opção para iniciar e/ou fazer carreira.

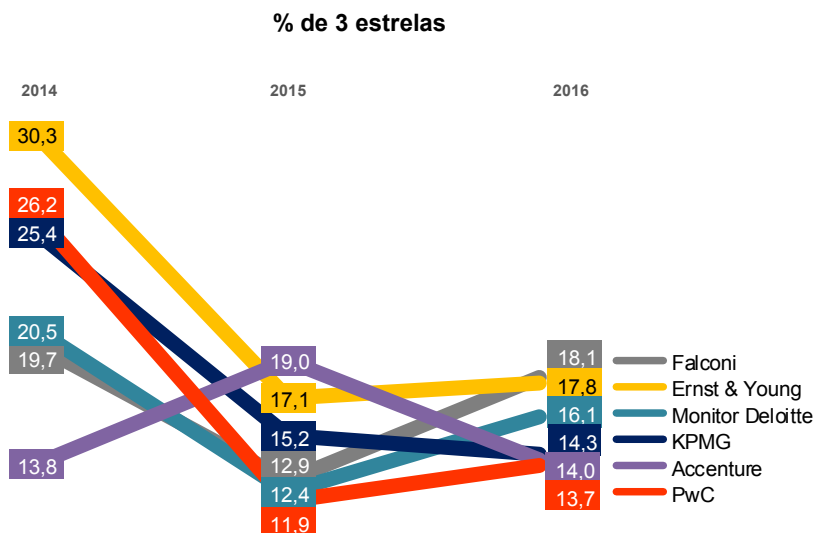
Além disso, para os unicampers também é o grande diferencial da consultoria oferecer uma carreira dinâmica e desafiadora, uma boa remuneração, oportunidades de crescimento acelerado, de fazer MBA patrocinado e de realizar projetos internacionais logo nos primeiros anos de carreira. Portanto, observa-se no ranking das consultorias mais rejeitadas a ausência de um ou mais desses diferenciais devido aos seus modelos de negócio. Isso não significa, no entanto, que essas empresas são melhores ou piores, apenas não correspondem as todas as expectativas do público alvo do CCU.

A Falconi apesar de ter ganhado posições no ranking das empresas mais desejada, também figura como a empresa que menos os unicampers gostariam de trabalhar. Isso se deve principalmente pelo fato da consultoria ser voltada a operações e implementações. Ou seja, possui uma remuneração abaixo da média, projetos pouco dinâmicos — os projetos duram anos e a rotina é repetitiva, o que é considerado para muitos pouco desafiador e com pouco retorno de aprendizado — um plano de carreira longo e as oportunidades de realização de projetos fora do país, ou mesmo de ter uma carreira internacional, são bem limitadas. A Falconi também não contrata alunos de mestrado ou doutorado como jovens consultores, e nem patrocina MBA para a sua força de trabalho, como é comum nas consultorias estratégicas.

Apesar das *big four* (Deloitte, PwC, Ernst & Young e KPMG) serem as quatro maiores empresas contábeis especializadas em auditoria e consultoria do mundo, no Brasil elas têm maior foco nas auditorias e nas consultorias contábeis e financeiras, limitando a diversidade de seus projetos realizados, tornando-as menos atrativas para o perfil dos alunos da Unicamp. Além disso, assim como a Falconi, elas também não oferecem remuneração alta ou uma ascensão rápida porque têm planos de carreira mais longos, se comparadas com as empresas só de consultoria estratégica.

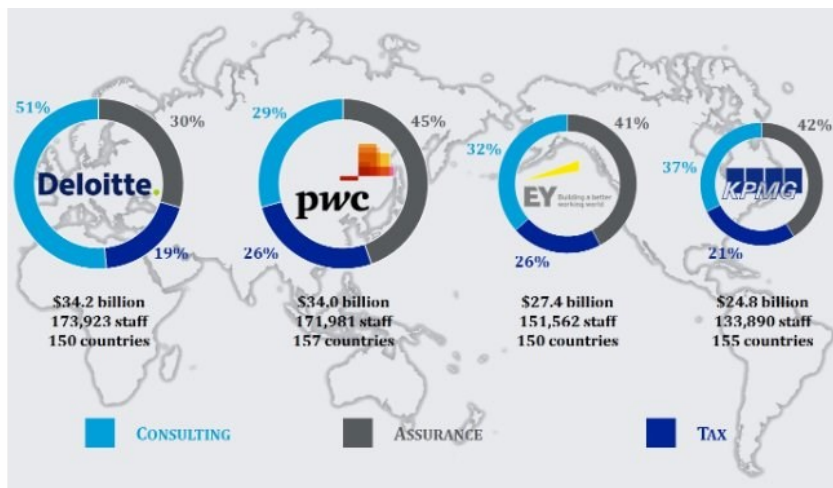
Está presente no top 6 a Accenture por sua fama de ser uma empresa predominantemente de soluções operacionais voltadas à tecnologia, apesar dessa característica ser o seu grande diferencial competitivo no mercado. A empresa também é conhecida por salários não tão atrativos e por oferecer poucas oportunidades de crescimento na carreira. A sua divisão de consultoria estratégica, Accenture Strategy, ainda é pouco conhecida no mercado da Unicamp, principalmente porque a empresa não costuma realizar palestras de divulgação e recrutamento de seus processos trainees e de estágio nas universidades do interior.

Quadro 8



Quadro 9

Panorama das práticas das empresas Big Four por receita (2014)



Fonte: Estudos Beaton Capital

A presença na Unicamp

A mídia tem grande influência na formação de opinião sobre as consultorias, mas a formação do ranking CCU está muito mais relacionada com a proximidade dessas empresas junto aos unicampers. A seguir apresentamos um compilado das ações realizadas pelas empresas do setor nos anos de 2015 e 2016. Ressaltamos outras ações na Unicamp podem ter sido realizadas, mas não chegaram ao conhecimento do CCU e portanto não estão relacionadas no relatório.

BCG

THE BOSTON CONSULTING GROUP

O BCG é o nosso maior parceiro e está presente na universidade ao longo do ano apresentando a carreira, aplicando simulados de etapas de seu processo seletivo, motivando candidatos e criando a cultura de consultoria por meio de eventos de recrutamento, eventos do CCU ou parcerias com o movimento empresa júnior.

Indubitavelmente o BCG é a consultoria que mais mantém contato com os unicampers. Foi parceiro em mais de 20 eventos de organizações estudantis da Unicamp nos anos de 2015 e 2016, ora indo até os campi de Campinas ou Limeira, ora recebendo os alunos em seu escritório. E como é esperado, a firma vem atingindo resultados cada vez mais expressivos em seus eventos de recrutamento, se consolidando como a primeira opção entre os estudantes e deixando a sua marca na história.

A consultoria realiza conosco todo início de semestre o *Crack the Test*, um simulado da primeira etapa do seu processo seletivo para que os candidatos possam se familiarizar com o modelo de provas adotado. Nos dois anos, foram realizados um evento por semestre em Campinas e, em 2016, um simulado em Limeira.

Nesse período, o BCG também participou da etapa final do *Getting the Job*, uma simulação de todas as etapas de um processo seletivo de consultoria promovida por nós. Em 2015, dois alunos da Unicamp apresentaram a empresa e avaliaram a solução do *cases* dos candidatos finalistas. Já em 2016, seis consultores simularam entrevistas de caso com os 20 finalistas do evento.

O BCG também marcou presença nas duas edições da Batalha de Casos como patrocinador da competição de *cases*. Em 2015, cinco alunos foram avaliadores dos grupos finalistas e, no ano seguinte, a consultoria recebeu os três grupos finalistas em seu escritório para tornar a experiência de resolver um problema de negócios ainda mais emocionante e próxima da realidade.

Em 2015, com o MEJ Unicamp o BCG participou da avaliação do Núcleo Destaque, a competição de *cases* entre empresas juniores promovida pelo Núcleo das empresas juniores da Unicamp e também enviou uma sócia da área de óleo e gás para palestrar sobre o tema na Semana de Engenharia Mecânica promovida pela empresa júnior do curso. Em 2016, a consultoria participou do Núcleo Conecta, junto com as outras duas *big three*, e deu dicas e orientações valiosas para os diretores das empresas juniores poderem melhorar os negócios das EJs.

No ano de 2016, em especial, o BCG não mediu esforços para estar presente nas semanas acadêmicas da Unicamp. Palestrou nas semanas de engenharia elétrica, da computação, química e da economia. Recebeu também a visita em seu escritório dos congressistas da semana de engenharia de controle e automação. No mesmo ano ainda participou de um *I am Unicamp, I am BCG* no campus de Limeira para ajudar a promover a nova unidade do clube — o evento consistiu em um painel seguido de um bate papo entre alunos e os estudantes — e com o CCU Women realizou pela segunda vez um Women@BCG em Campinas para as unicampers - ele é o único que realiza um evento só para mulheres na Unicamp. Por fim, o BCG realizou o Day@BCG e o Pride2BeBCG no escritório de São Paulo, o primeiro exclusivo para algumas organizações estudantis do interior, entre elas o CCU, e o segundo voltado ao público LGBT.

As práticas transmitem aos unicampers uma evidente valorização do aluno formado na universidade por parte da consultoria e, em contrapartida, a firma é a preferida deles. Nós também somos gratos pela confiança que o BCG deposita no nosso trabalho e por ser um grande apoiador das nossas iniciativas.



McKinsey&Company

A McKinsey & Co é a *big three* que mais tem aprovado unicampers nos últimos anos. Não obstante, também foi a consultoria que mais se empenhou para aumentar a sua presença na Unicamp recentemente. A empresa que antes apenas realizava eventos de recrutamento semestralmente e divulgava seus eventos só para mulheres na Unicamp, passou a ser a segunda consultoria que mais realiza eventos conosco.

No segundo semestre de 2014, alguns dos Alumnis da Unicamp e hoje consultores da McKinsey viram no CCU a oportunidade de fortalecer a sua marca e, por conseguinte, atrair mais talentos através da mudança de paradigmas, estereótipos e preconceitos existentes na universidade que tornavam a empresa pouco atraente para os estudantes.

A aproximação dos unicampers se deu pelo CCU e pelo MEJ Unicamp. Em 2015, a consultoria realizou um treinamento do PST (*Crack the Test*) e participou da terceira etapa do *Getting the Job* conosco. Com o MEJ a empresa participou de um evento voltado exclusivamente para os conselheiros das empresas juniores do Núcleo.

No ano seguinte, a empresa aumentou as suas ações realizando dois *Crack the Tests* em Campinas e um em Limeira para capacitar os candidatos a realizarem a prova do seu processo seletivo; um treinamento só pra mulheres em Campinas para o lançamento oficialmente do CCU Women, e participando da primeira etapa do *Getting the Job*. A empresa também organizou o transporte dos alunos de Limeira para aplicarem seu processo em Campinas. Por fim, com o MEJ a empresa participou do Núcleo Conecta.

O grande destaque da parceria entre a McKinsey e o CCU foi a realização do primeiro *Consulting Day* em julho de 2016. O evento consistiu em um dia de integração entre os ex-alunos que trabalham na empresa e os estudantes interessados pela carreira. Em um ambiente descontraído, o evento ofereceu uma ótima oportunidade para os alumnis compartilharem suas experiências e para os alunos sanarem todas as suas dúvidas sobre a carreira de consultoria, além de conhecerem melhor os consultores em um clima casual e divertido durante um churrasco. Essa abordagem nunca foi realizada antes por nenhuma consultoria e foi fundamental para que a empresa conseguisse se tornar a segunda consultoria no ranking CCU das consultorias mais desejadas pelos Unicampers. Hoje temos grande orgulho de dizer que a McKinsey é uma das nossas principais parceiras na criação da cultura de consultoria na Unicamp.



Na Unicamp a Bain & Company realiza eventos de recrutamento semestralmente, divulga alguns eventos só para mulheres e o seu tradicional Desafio Estratégico. A empresa é conhecida por causa das suas premiações relacionadas a carreira, como por exemplo, o prêmio de melhor consultoria para se trabalhar da Vault, que lhe dá grande reputação perante os alunos.

Em 2015, com o CCU, a empresa realizou um *I am Unicamp, I am Bain* e participou da final da primeira edição da Batalha de Casos. Com o Movimento Empresa Júnior (MEJ) a empresa participou do Núcleo Trainee e do Núcleo Destaque. Já em 2016, a Bain participou apenas do Núcleo Conecta.

Entrar na Bain não é tarefa fácil para os unicampers. Ela é a *big three* que menos aprova nossos candidatos e também não tem uma política forte de presença na universidade. Entretanto, nos dois últimos anos as equipes do CCU conseguiram chegar as finais do Desafio Estratégico mostrando que falta pouco para conseguirmos aumentar a nossa presença por lá.



A A.T. Kearney recruta talentos na Unicamp semestralmente e divulga os simulados que ocorrem no seu escritório antes dos processos seletivos, além dos seus eventos só para mulheres.

O CCU e a A.T. Kearney se reuniram em 2014 para discutir oportunidades da consultoria aumentar a sua presença na Unicamp e atrair mais talentos e, desde então, as ações nos campi estão cada vez mais frequentes.

No ano de 2015, por exemplo, a consultoria participou da final da primeira edição da Batalha de Casos e da terceira etapa do *Getting the Job*. Também estabeleceu parcerias com empresas juniores de Campinas e Limeira que resultaram em alguns treinamentos internos para os membros das EJs e uma participação na Semana de Engenharia Mecânica daquele ano.

No ano seguinte, a A.T. Kearney se tornou a primeira empresa de consultoria estratégica a participar da Talento, feira de recrutamento da Unicamp, com mais de dezessete anos, e que reúne mais de 8 mil estudantes em um único dia de exposição. Os resultados da sua participação foram surpreendente e a empresa conseguiu atrair quase 100 alunos para o seu processo seletivo de estágio do segundo semestre. Em 2016, a empresa ainda palestrou novamente na Semana de Engenharia Mecânica e organizou transporte para os alunos do campus de Limeira poderem ir a Campinas aplicar o processo seletivo.

Outro pioneirismo da empresa foi estabelecer uma parceria conosco para o desenvolvimento do programa Consultores do Amanhã. Uma frente social do clube para a realização de projetos de consultoria gratuitos por nossos alunos a organizações não governamentais. Os objetivos são desenvolver as ONGs, gerar maior impacto nas cidades onde estão os campi da Unicamp através da cidadania e oferecer uma experiência real de consultoria aos alunos envolvidos. O primeiro projeto foi voltado a uma ONG de educação de crianças, ocorreu entre setembro e dezembro, e o envolvimento dos consultores foi fundamental para o sucesso do projeto. Essa é uma das parcerias mais impactantes já realizadas entre o CCU e uma consultoria estratégica.



A Roland Berger, consultoria de origem alemã, também realiza eventos de recrutamento na Unicamp e tem um bom relacionamento com o CCU desde 2013. Na época realizou um *crack the case* e, no ano seguinte, foi a patrocinadora da primeira edição do *Getting the Job*, a nossa simulação de todas as etapas do processo seletivo de uma consultoria estratégica.

Em 2015, a consultoria realizou em seu escritório a segunda edição da Roland Berger Consulting Cup, uma competição entre os principais *consulting clubs* de São Paulo que tinha como objetivo capacitar os clubes para que eles preparassem os alunos para o processo seletivo da empresa. O CCU ficou na terceira colocação da competição, duas acima em relação ao ano anterior, e foi premiado com um jantar com os consultores da empresa. No mesmo ano, a consultoria participou também da final da primeira edição da Batalha de Casos.





A Falconi é uma consultoria brasileira de bastante reconhecimento no mercado e com uma política agressiva de recrutamento dos melhores talentos do país.

Na Unicamp a empresa começou as suas ações de relacionamento e branding somente nos últimos anos, principalmente participando da feira de recrutamento Talento e dos eventos de algumas organizações estudantis. Com o CCU, mais especificamente, a aproximação começou em 2016, quando em abril desse ano, organizou com o clube o *I am Unicamp, I am Falconi* em Campinas, um bate papo bem informal entre alunos da universidade que atuam na consultoria e os alunos. No segundo semestre, nós do CCU junto com a Liga de Mercado Financeiro de Limeira realizamos um evento para mostrar as diferenças entre as duas carreiras, para tanto convidamos alguns estagiários dos dois segmentos para conversarem com os alunos, e representando a consultoria foram alguns estagiários da Falconi. No final do ano, nós também participamos de um evento exclusivo para parceiros, realizado no escritório da consultoria, para assistir uma palestra de um sócio e conhecer melhor a empresa.



A empresa é bastante conhecida por causa do ícone professor Falconi e suas obras literárias relacionadas a negócios, também por estar sempre presente em ações da Fundação Estudar - instituição que vem ganhando mais espaço a cada dia dentro das universidades brasileiras - e pelos empresários juniores devido a sua parceria com a Brasil Júnior, confederação brasileira de empresas juniores.

OLIVER WYMAN



A Oliver Wyman também realiza eventos de recrutamento semestrais e divulga alguns eventos só para mulheres na Unicamp. O estreitamento de relações com o CCU ocorreu em 2015 com a sua participação na primeira etapa do *Getting the Job*, a etapa de aplicação da prova. Naquele ano, a consultoria enviou um alumni da Unicamp para apresentar a carreira e a empresa aos participantes do evento e aplicou um simulado do seu processo seletivo.

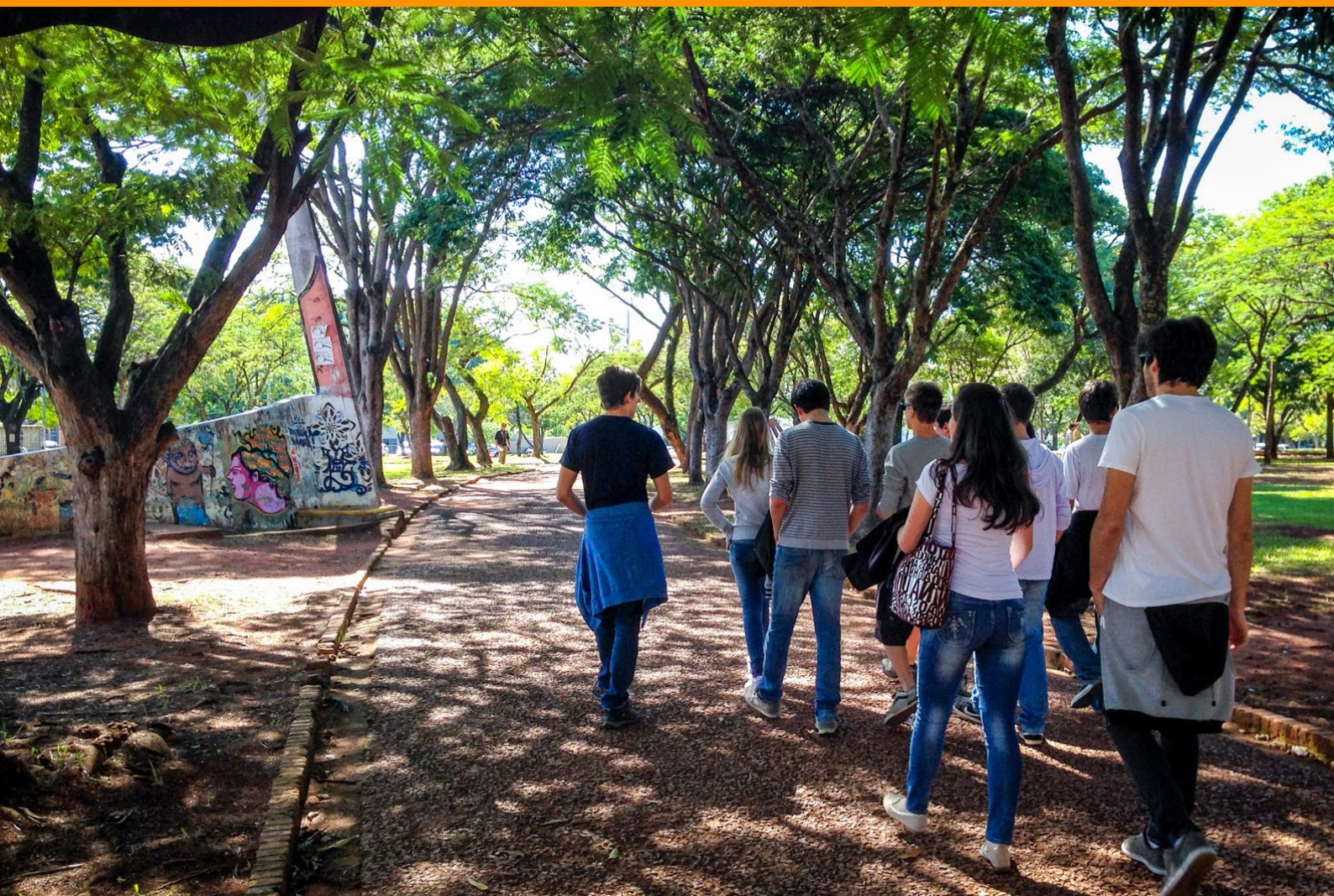
No primeiro semestre de 2016, a Oliver realizou um *Crack the Test* para capacitar os alunos para a sua seleção. Também participaram do evento dois alumni da Unicamp que compartilharam as suas experiências na empresa.

Ainda há muitas oportunidades para a empresa aumentar a sua atuação na Unicamp, fortalecer a sua marca, subir posições no nosso ranking e aumentar o número de candidatos em seus processos seletivos, mas os primeiros foram dados e demonstram o interesse da empresa pelos nossos talentos.



5 |


Unicampers



Unicampers

A seguir é apresentado as características dos alunos da Unicamp que prestam os processos seletivos das empresas de consultoria, seus objetivos, pontos forte e fracos, assim como possíveis alternativas para as consultorias atuarem mais diretamente na formação do profissional ideal para suas organizações.

Na maior parte das perguntas respondidas na pesquisa os alunos tiveram direito de escolher mais de uma opção, portanto, a maioria das porcentagens apresentadas nos gráficos e tabelas refletem a frequência que a opção foi escolhida. Por exemplo, quando perguntamos qual foi sua experiência profissional a um candidato ele pode ter respondido que fez estágio e ter trabalhado como temporário, portanto, cada uma das opções foi analisada individualmente e a porcentagem representa a frequência que elas apareceram para um universo total de 566 respostas possíveis.

Os gráficos das perguntas com apenas uma alternativa, ou seja, a soma das frequências contabilizam 100% foram identificados com o símbolo  ao lado do título.

Foram analisados no perfil dos estudantes a suas experiências pessoais e profissionais, conhecimentos de línguas estrangeiras, visão sobre a carreira de consultoria e preferências sobre os canais de comunicação utilizados pelo CCU e pelas consultorias para divulgação de oportunidades.

Eles almejam Conhecer o Mundo



Os unicampers valorizam conhecer o exterior seja a laser ou profissionalmente. Muitos deles viajam para outros países em busca de complementos à sua formação pessoal e intelectual, aprimoramento de idiomas e realização de cursos. Além das inúmeras experiências como conhecer novas culturas e aprender uma língua estrangeira, os alunos buscam o primeiro intercâmbio principalmente como um diferencial para seu início de carreira. Mas não pára por aí, os jovens universitários têm grandes expectativas de poder repetir a boa experiência de morar fora, por isso, voltam ao Brasil vislumbrando as profissões e as empresas que lhes propiciem mobilidade tanto nacional quanto internacional.

Na maioria das empresas multinacionais, em geral, somente algumas poucas pessoas com cargos mais altos (mais seniores) têm a oportunidade de visitar outros países e, esporadicamente, trabalhar em projetos globais. Já nas consultorias mais globalizadas as oportunidades são reais, comuns e frequentes, um diferencial que pode ser melhor explorado pelas firmas em suas ações de divulgação do recrutamento. Esse diferencial não é tão óbvio para os leigos em consultoria e sempre merece destaque.

54% Já fizeram intercâmbio para o exterior.

Os Estados Unidos continuam sendo o país que mais recebe intercambistas da Unicamp, seguido do Canadá e Inglaterra. Em 2014, a França era o segundo país na lista, mas foi ultrapassado pela Alemanha e Austrália. Observou-se uma maior procura dos alunos por países de língua inglesa com o intuito do aprimoramento na fluência e domínio do idioma.

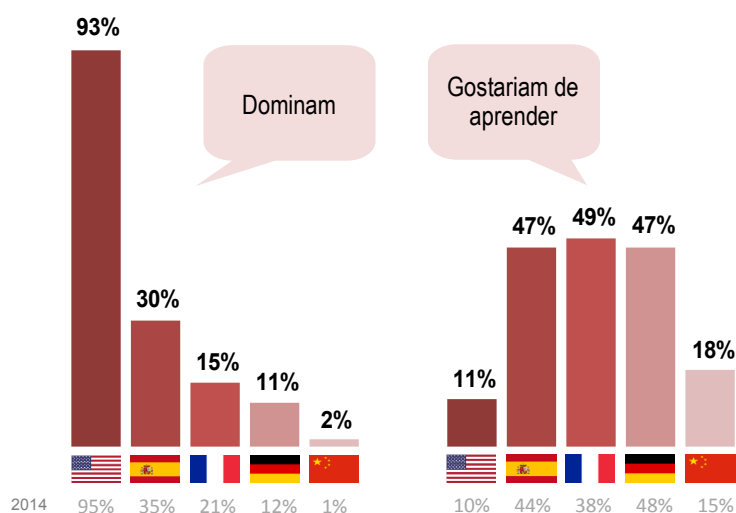
O número de unicampers que tiveram a experiência de fazer um intercâmbio em outro país caiu 9% em relação a 2014, influenciado principalmente pela redução das vagas nos últimos anos do programa Ciências sem Fronteiras do governo federal, pela retração econômica brasileira e pelo encarecimento dos intercâmbios devido à valorização do dólar frente ao real. As expectativas para os próximos dois anos é de que o número continue a diminuir por causa do fim do programa Ciências sem Fronteira no último ano, e pela lenta recuperação da economia brasileira.

Quadro 10

Países destinos dos intercambista		
PAÍS	%	EVOLUÇÃO (%)
Nunca fez intercâmbio	47	9 ▲
Estados Unidos	15	5 ▼
Canadá	9	1 ▼
Inglaterra	8	1 ▲
Alemanha	7	0
Austrália	6	1 ▼
França	6	5 ▼
Espanha	3	4 ▼
Outros	19	2 ▼

Quadro 11

Idiomas que os Unicampers dominam e gostariam de aprender



30% Falam espanhol, além do inglês.

Os escritórios brasileiros das grandes consultorias costumam atender as demandas de projetos nos países latinos americanos, logo, o domínio da língua espanhola pode ser mais um ponto positivo durante a seleção do candidato. Por isso, o Espanhol continua sendo a segunda língua estrangeira mais falada pelos unicampers, que reconhecem a sua importância no mundo globalizado e almejam futuras atuações em países latino-americanos.

A redução dos intercâmbios também afetou diretamente o percentual de alunos que dominam outras línguas estrangeiras, como o Francês, mas em contrapartida, aumentou a demanda pelo aprendizado de novos idiomas.



71% Gostariam de morar nos EUA

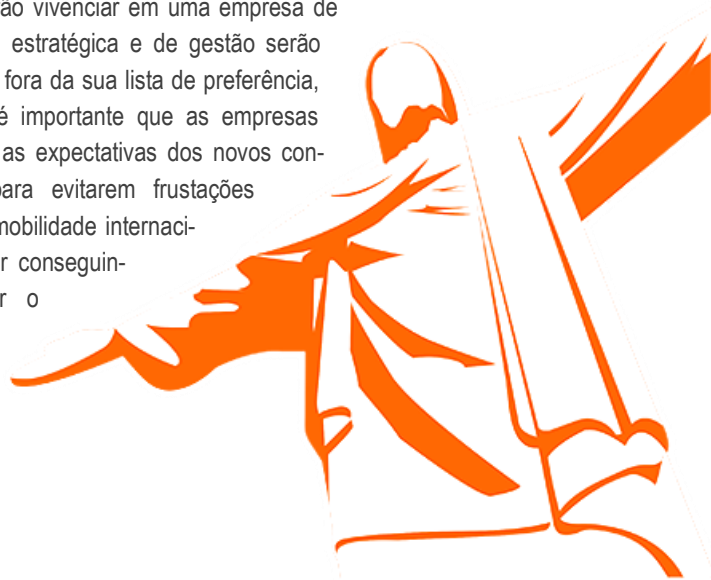
Morar fora do Brasil tem uma importância individual para cada unicamper. Pode ser um sonho, ou a procura por uma melhor qualidade de vida, quiçá pela aventura ou simplesmente pela vontade de mudar de ambiente. E seis, em cada dez alunos, gostariam de morar nos Estados Unidos por alguns anos ou definitivamente, um número 6% maior do que a primeira pesquisa CCU X-Ray.

São inúmeras as razões para se explicar essa enorme e crescente atração pelo país norte americano, principalmente porque no Brasil a cultura estadunidense é promovida desde a infância como um modelo a se seguir. Não obstante, a possibilidade de fazer um MBA patrocinado ou de trabalhar em um escritório nos Estados Unidos através da carreira de consultoria torna esse país cada vez mais atraente, assim como a própria carreira.

Em segundo e terceiro lugares estão a Inglaterra e a Alemanha, respectivamente. Esse dois países representam os modelos europeus de desenvolvimento e encantam pelas oportunidades de carreira, mesmo não sendo os países com os melhores IDHs do continente. Já o Brasil é desejado como local para viver ou trabalhar por apenas 40% dos alunos, evidenciando os problemas estruturais do país e o baixo sentimento nacionalista do povo brasileiro, principalmente entre as classes mais ricas.

Configuram na preferência dos unicampers os países mais desenvolvidos e ricos do planeta, afinal, é comum que as pessoas busquem morar em países melhores que o seu. Entretanto, é importante ter a noção de que os consultores do Brasil costumam fazer bastante projetos em países latinos, principalmente os sul-americanos, devido a localização e a proximidade geográfica dos escritórios brasileiros.

Também são outros importantes destinos para os consultores brasileiros os países africanos que foram colonizados por Portugal porque lá a cultura brasileira que é bastante difundida e aceita pelos habitantes locais, facilitando assim a realização e o sucesso dos projetos de consultoria. Em suma, a maior parte da experiência internacional que os unicampers irão vivenciar em uma empresa de consultoria estratégica e de gestão serão em países fora da sua lista de preferência, por isso, é importante que as empresas trabalhem as expectativas dos novos consultores para evitarem frustrações quanto a mobilidade internacional e, por conseguinte, reduzir o turnover.



Quadro 12

Qual país(es) você gostaria de trabalhar e/ou morar?

PAÍS	%	EVOLUÇÃO (%)
Estados Unidos	66	6 ▲
Inglaterra	47	19 ▲
Alemanha	44	24 ▲
Canadá	43	24 ▲
Brasil	40	18 ▲
Austrália	34	21 ▲
França	32	14 ▲
Suíça	27	20 ▲
Holanda	25	19 ▲
Suécia	21	19 ▲
Itália	19	14 ▲
Espanha	19	14 ▲
Irlanda	16	15 ▲
Noruega	15	12 ▲
Bélgica	14	12 ▲
Portugal	13	12 ▲
Dinamarca	13	12 ▲
Japão	10	3 ▲
Chile	7	2 ▲
Argentina	6	5 ▲
Sem preferência	6	3 ▲
Islândia	5	5 ■
Coréia do Sul	3	0 ▲
Israel	3	1 ▲
México	3	2 ▲
Rússia	3	2 ▲
China	3	1 ▼
Índia	2	1 ▲
Reino Unido	2	2 ▲
Outros	5	16 ▼

Eu quero, mas não sei bem O que é o MBA!

Vivemos um momento de crescimento do interesse dos estudantes da Unicamp pela carreira de consultoria, assim como a vontade de fazer um MBA depois da graduação. Mas são poucos os alunos que realmente sabem do que se trata essa pós graduação, quais são as melhores escolas de negócios do mundo, como são estruturados os programas e como é o processo de admissão.

Essa realidade se deve principalmente ao

predomínio das carreiras industriais sobre as de negócios dentro da universidade, impulsionado pela localização no interior de São Paulo e pela proximidade à grandes indústrias, que constantemente estão em contato com os alunos a fim de preencher suas vagas de estágios e trainees.

Mesmo sem conhecer tudo sobre o programa, os unicampers têm as suas preferências quanto às escolas de negócios que gostari-

am de estudar, sabem que o investimento é bastante recompensador para a carreira profissional, que custa caro e que não é nada fácil de entrar. E a tendência é que os alunos se interessem ainda mais pelo MBA com o crescimento do CCU em Campinas e em Limeira, por isso, é importante que o clube se alie aos alumnis que estão estudando nas escolas de negócios e às consultorias para explorar esse assunto que é um dos grandes diferenciais da carreira em relação às outras indústrias.

O unicamper gosta de aprender, quer morar fora do país, quer se aprimorar e ter uma carreira promissora, por isso, o MBA brilha tanto aos seus olhos. Estratégias como desmistificar e evidenciar os benefícios do programa na vida profissional dos consultores; detalhar algumas características e diferenciais de cada escola; relatar em matérias, vídeos, palestras ou mesmo videoconferências como é o cotidiano de um aluno de MBA são importantes porque abarcam alunos interessados em carreiras de negócios como um todo (consultoria, bancos de investimentos, etc.) e alguns curiosos, se tornando uma ótima oportunidade para apresentar a consultoria estratégica aos leigos e conquistar alguns indecisos ou adeptos do mercado financeiro. Esses temas, se bem explorados, podem se tornar um diferencial competitivo no mercado de talentos da Unicamp.

O ranking das escolas de negócios mais desejadas pelos unicampers difere significativamente do ranking dos melhores MBAs do mundo, reflexo da falta de domínio sobre o assunto por parte dos alunos. A renomada universidade Harvard continua em primeiro lugar, seguida das inglesas Cambridge e Oxford (3ª e 5ª posição em 2014, respectivamente). A escola Francesa Insead que foi eleita como o melhor MBA do mundo pelo ranking de 2016 da Financial Times aparece na 15ª posição. Já o MIT, bastante prestigiado pelos engenheiros, ficou na 6ª posição e não figura mais o top 5 do ranking.

Quadro 13

Universidades que os Unicampers gostaria de fazer MBA		
ESCOLA	%	VARIAÇÃO
Harvard Business School (HBS) - EUA	66,6	11,1 ▼
Cambridge University – Reino Unido	55,3	11,5 ▲
Oxford University – Reino Unido	40,5	5,1 ▼
Stanford Graduate School of Business - EUA	37,5	13,3 ▼
Yale School of Management - EUA	35,3	3,8 ▲
Massachusetts Institute of Technology (MIT) – Sloan - EUA	35,2	7,1 ▼
Columbia Business School - EUA	28,3	3,7 ▲
Boston University School of Management – EUA	25,1	4,3 ▲
London Business School – Reino Unido	23,7	3,2 ▼
University of Califórnia Berkeley - EUA	16,4	3,6 ▼
University of Chicago – Booth - EUA	9,7	0,3 ▼
Imperial College Business School - Reino Unido	9,5	3,4 ▲
Cornell University - EUA	9,4	0,9 ▲
Universidade da Califórnia – Berkeley - EUA	9,2	0,0 ■
Insead – França	8,7	1,3 ▼
University of Pennsylvania – Wharton - EUA	8,0	4,4 ▼
Rotterdam School of Management (Erasmus University) = Holanda	6,9	0,7 ▲
ESCP Europe - França, Reino Unido, Alemanha, Espanha e Itália	6,7	3,6 ▲
IMD – Suíça	6,2	5,4 ▲
Anderson School of Management (Universidade da Califórnia) - EUA	5,7	2,6 ▲
HEC Paris - França	5,1	1,8 ▼
University of St Gallen – Suíça	3,5	1,2 ▲
IE Business School – Espanha	3,4	0,5 ▼
Northwestern University: Kellogg - EUA	3,2	4,5 ▼
Saïd Business School (University of Oxford) - Reino Unido	2,8	0,5 ▲
SDA Bocconi – Itália	2,5	0,9 ▲
Edhec Business School - França	2,3	■
EMLyon Business School - França	2,1	0,6 ▲
Dartmouth College – Tuck - EUA	1,9	4,2 ▼
Fuqua School of Business (Duke University) – EUA	1,9	0,4 ▼
Vlerick Business School - Bélgica	1,9	1,2 ▲
George Washington University – EUA	1,6	0,1 ▲
Cass Business School (City University) - Reino Unido	1,4	■
Iese Business School - Espanha	1,4	0,6 ▲
TiasNimbas Business School (Tilburg University) - Holanda	1,4	0,1 ▼
Esade Business School - Espanha	1,2	0,5 ▲
Ross School of Business (University of Michigan) - EUA	1,2	■
Essec Business School – França	1,2	0,5 ▲
Leonard Stern School of Business (New York University)	1,2	0,3 ▼
Mendoza College of Business (University of Notre Dame) - EUA	1,2	■
Cranfield School of Management - Reino Unido	0,9	0,1 ▲
Darden Business School (Universidade de Virgínia) – EUA	0,7	1,6 ▼
McCombs School of Business (University of Texas) - EUA	0,4	■
Kenan-Flagler Business School (University of North Carolina) - EUA	0,2	■
Marriott School of Management (Brigham Young University) - EUA	0,2	■
McDonough School of Business (Georgetown University) – EUA	0,2	■
Owen Graduate School of Management (Vanderbilt University) - EUA	0,2	■
Tepper School of Business (Carnegie Mellon University) - EUA	0,2	■

Eles têm Experiências

Quadro 14

Experiência profissional		
ATIVIDADE	%	EVOLUÇÃO (%)
Estágio	42,4%	10,7% ▼
Nunca trabalhei	28,8%	5,0% ▲
Profissional com carteira assinada	17,3%	3,5% ▼
Trabalhei com meus pais ou parentes	15,7%	7,3% ▲
Profissional sem carteira assinada "bico"	11,3%	1,0% ▼
Menor aprendiz	3,2%	2,4% ▲
Empresa Júnior	1,2%	1,8% ▼
Empreendedor	1,1%	0,3% ▲
Trabalho voluntário	0,9%	0,1% ▼
Pesquisa/Iniciação científica	0,7%	0,1% ▲
Exército Brasileiro	0,2%	■
Funcionário público	0,2%	-0,6% ▼

Quadro 15

Quais atividades extracurriculares você participa ou participou?		
ATIVIDADE	%	EVOLUÇÃO (%)
Pesquisa/Iniciação Científica	36,9	12,3 ▼
Empresa Júnior/ Núcleo/ Federação/ Confederação.	33,6	8,0 ▼
Trabalho Voluntário	27,6	25,3 ▲
Esporte	18,0	17,3 ▲
Projetos sociais	17,1	16,4 ▲
Comissão de Eventos	16,4	13,4 ▲
Atlética acadêmica	15,7	1,2 ▼
Centro acadêmico/DCE/órgão político representativo	15,0	3,5 ▲
Competições Universitárias	12,7	11,2 ▲
Auxiliar didático (PAD)	12,0	4,9 ▼
Grupos de competições técnicas (Guerra de Robôs/ Fórmula SAE/ BAJA/ Aeromodelismo/ etc)	11,7	3,0 ▼
Nenhum	6,4	1,7 ▲
MTE - Mercado de Trabalho em Engenharia	6,2	3,0 ▼
Clubes ou Grupos de estudos	6,0	2,9 ▲
Grupo de Mercado Financeiro da Unicamp (GMF)	4,9	1,1 ▲
Bolsista SAE	4,4	2,1 ▲
Liga Empreendedora	2,3	0,8 ▲
AIESEC	2,1	1,7 ▼
Enactus	1,6	■
Auxiliar Didático (PED)	1,2	1,2 ▲
Museu Exploratório de Ciências da Unicamp	0,7	0,1 ▼
PET - Programa de Educação Tutorial	0,7	■
Comissão de Estágios	0,5	■
Engenheiros sem Fronteiras	0,5	■
Eureca	0,5	■
Liga do mercado financeiro da unicamp Limeira	0,5	■
SPE Unicamp Student Chapter	0,5	■
Trote da Cidadania	0,5	■
Bateria	0,4	■
Choice	0,4	■
CVU (Centro de Voluntariado Universitário)	0,4	■
EJA - Educação de Jovens e Adultos	0,4	■
Liga das Engenharias da Unicamp	0,4	■
Outros (24 atividades)	0,4	■

71,2% Já tiveram alguma experiência profissional

Em relação a pesquisa de 2014, o número de alunos que já tiveram uma experiência profissional caiu 5% e o número de alunos que já fizeram estágio 10,7%. Em outras palavras, houve um aumento de alunos dos primeiros anos de graduação se associando ao CCU a fim de conhecer a carreira de consultoria mais cedo e não apenas na hora de procurar de emprego.

Já em relação a experiência de ter participado de extracurriculares, o número de alunos também diminuiu de 95% para 93,6%. Em contrapartida, observou-se nos novos associados do CCU uma maior abrangência em relação a participação de atividades extracurriculares não relacionadas a negócios, como por exemplo, projetos sociais, esporte e política. Trinta e sete novas atividades extracurriculares foram citadas e relacionadas no quadro 15.

Sob a óptica dos alunos: A carreira em consultoria

Primeiro contato

Quadro 16

O grande destaque do estudo feito sobre os primeiros contatos dos unicampers com a carreira de consultoria é a evolução da relevância e importância que o CCU adquiriu frente a outros canais.

No seu primeiro de ano de atuação como uma organização estudantil verdadeiramente estruturada, em 2014, o clube foi apontado por apenas 1,5% dos entrevistados como sendo um canal de primeiro contato com a consultoria estratégica e de gestão. Dois anos depois, o CCU já é apontado como o quarto principal canal de contato e capilarização, a frente dos próprios eventos promovidos pelas empresas em seus escritórios. Essa crescente visibilidade do clube é uma importante conquista para a consolidação da entidade como a ponte entre os alunos e esse mercado.

As feiras de recrutamento também ganharam relevância no que tange à divulgação (aumento de 9,1%). Com destaque para a Talento que, desde 2013, tem a Falconi e a Deloitte como expositoras e, no último ano, teve a grande surpresa da participação da A. T. Kearney. O número de empresas expositoras do ramo ainda é pequeno se comparado com a feira Workshop Integrativo da Poli, mas evidencia que a Unicamp vem ganhando destaque com uma fonte de talentos e que merece um investimento maior por parte dessas empresas nesse tipo de evento.

Outro importante canal, com um crescimento de 6%, foi a palestra realizada nas semanas acadêmicas da universidade. Esses eventos são realizados anualmente em quase todos os cursos das áreas de exatas e alguns das humanas, são voltados aos alunos dos primeiros anos de graduação e se mostram como uma ótima oportunidade de despertar a curiosidade e o interesse pela carreira nesse público tão jovem. A participação das consultorias nas semanas é bastante recente e uma consequência do crescimento do CCU, por isso, ainda há muitas oportunidades para as empresas aderirem a essas palestras. Em 2016, por exemplo, o BCG esteve presente nas semanas de economia, engenharias elétrica, da computação e química e recebeu ainda uma visita dos alunos da semana de engenharia de controle e automação. A A.T. Kearney palestrou na semana de engenharia mecânica e a Visagio na semana de engenharia de Limeira.

Também se destacou a promoção da consultoria estratégica nas aulas de graduação, com um aumento de 7,0%. Esse resultado se deve ao crescente número de associados do CCU que são alunos de Limeira, devido a expansão do clube para o novo campus, no qual há um número significativo de alunos das administrações pública e de empresas que são mais facilmente expostos a carreira em suas aulas.

Quando se trata de experiências com consultorias, 38% dos novos associados disseram ter nenhuma, ou seja, houve um aumento de 10% no número de alunos que buscaram o CCU para conhecer a profissão e pela proposta de valor oferecida a eles. Observa-se ainda que 57,1% dos alunos disseram que seus primeiros contatos com a consultoria foi através de amigos (crescimento de 26,3%), portanto, é possível inferir que a influência de parentes e amigos ainda continua sendo a principal maneira de disseminação da carreira na Unicamp. O que é bom, afinal, todas as ações do clube e das empresas visam exatamente o aumento da publicidade e da divulgação boca a boca porque são as maneiras mais rápidas, baratas e eficientes de capilarizar conceitos.

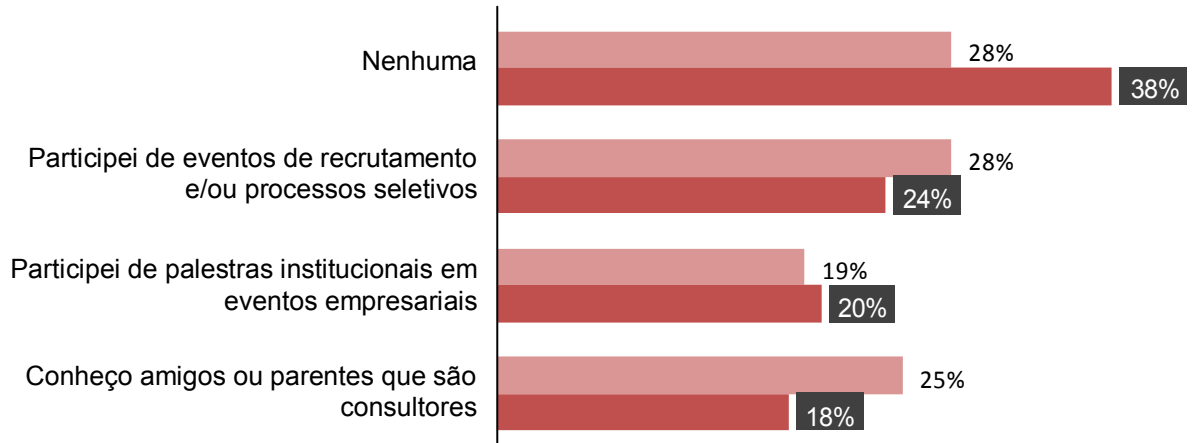
O próximo grande desafio para o CCU é conseguir fazer a promoção da carreira para os calouros da universidade, pois, se trata de um público que ainda não está preocupado com a entrada no mercado de trabalho e que possui inúmeras outras oportunidades e organizações estudantis para desfrutar nos primeiros anos de graduação.

?

Quais foram seus primeiros contatos com consultoria?

CANAL	%	EVOLUÇÃO (%)
Amigos	57,1	26,3 ▲
Palestras das consultorias na Unicamp	22,6	8,9 ▼
Pesquisas (Internet, revistas, etc)	21,9	16,5 ▲
CCU	17,3	15,8 ▲
Evento de Consultoria	13,8	12,2 ▲
MEJ	13,3	-0,6 ▼
Feira de recrutamento	9,9	9,1 ▲
Familiares	8,3	5,2 ▲
Aula	7,8	7,0 ▲
Palestras em semana acadêmica	6,0	■
MTE - Mercado de Trabalho em Engenharia	4,9	2,6 ▲
Estágio	3,7	2,2 ▲
Intercâmbio	3,4	2,6 ▲
Desafio Estratégico da Bain	3,2	2,4 ▲
Programação de orientação de carreira	2,3	1,5 ▲
E-mails	1,9	■
Cartaz	0,5	■
Ensino médio	0,5	-0,2 ▼
CVU Limeira	0,2	■

Qual a sua experiência com consultoria? 100%



Diferencial da consultoria

Pedimos para os alunos definirem em apenas uma palavra qual é o principal diferencial da consultoria em relação as outras carreiras e o quadro não se alterou em relação a 2014. O Dinamismo da carreira devido à diversidade dos projetos em muitas áreas e indústrias, somado às viagens e a uma rotina dinâmica, foi o grande escolhido com 147 menções; seguido da palavra Desafio, com 75 menções, que retrata a característica estimulante para o desenvolvimento pessoal do consultor, e, em terceiro lugar ficou o Aprendizado adquirido na carreira, com 52 menções. Confira todas as palavras citadas na pesquisa:

Palavras citadas

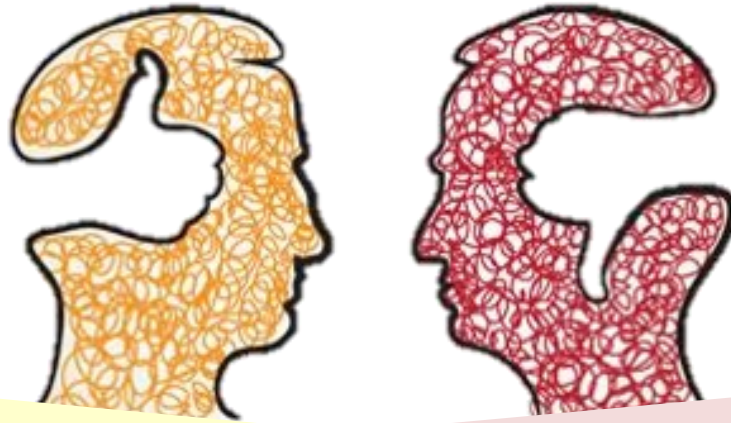
Dinamismo (147), Desafio (75), Aprendizado (52), Crescimento (23), Diversidade (22), Desenvolvimento (19), Oportunidade (15), Conhecimento (8), Versatilidade (8), Estratégia (6), Remuneração (6), Carreira (4), Exposição (4), Impacto (4), Liderança (4), Multidisciplinar (4).

Com 3 citações apareceu: Adaptação, Agilidade, Ascensão, Criatividade, Empreendedorismo, Especialização, Evolução, Experiência, Independência, Internacionalização, Mudança, Mutável, Networking, Novidade, Pluralidade, Reconhecimento, Variedade, Visionário.

E com apenas 1 citação: Afinidade, Alcance, Amplitude, Aplicação, Ascensão, Atividade, Autodependência, Avanço, Capacitação, Comunicação, Crescer, Curiosidade, Dedicção, Destaque, Dificuldade, Dinheiro, Disciplina, Eclético, Esforço, Estimulante, Flexibilidade, Generalista, Gestão, Habilidade, Implementação, Importância, Inovação, Intensidade, Interdisciplinaridade, Intuição, Liberdade, MBA, Melhoria, Mobilidade, Peculiar, Potencial, Preparação, Prestígio, Progressão, Projetos, Quebra da rotina, Rapidez, Realização, Renovação, Resiliência, Responsabilidade, Retorno, Sociedade, Técnica, Tempo, Valorização, Velocidade, Visão Estratégica, Vivência, Volatilidade.



Figura: Mapa de frequência de palavras citadas



O que é **MAIS**

Indubitavelmente os unicampers são fãs do dinamismo vivenciado pelos consultores no seu cotidiano de profissão. A característica se concretizou como o ponto mais atraente da consultoria estratégica e de gestão porque os alunos, apesar de buscarem um crescimento acelerado e um sucesso profissional, estão mais carentes por uma profissão na qual sejam felizes todos os dias fazendo o que gostam como trabalho. Querem evitar as rotinas repetitivas e processuais, ou tarefas que pouco agregam ao seu intelecto. Eles querem desafios diários.

Confira abaixo as características positivas apontadas pelos alunos na pesquisa:

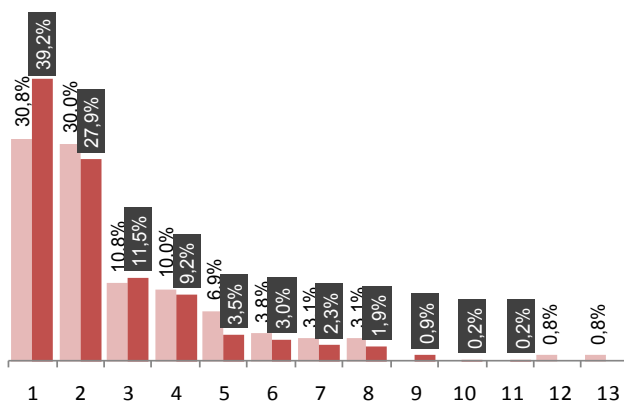
MENOS atraente na carreira?

A conciliação da alta carga de trabalho demandada pelos projetos e da qualidade de vida continua sendo uma grande preocupação para os alunos. A média de 12 horas diárias de trabalho assusta e até mesmo afasta alguns alunos que acreditam não ser possível realizar outras atividades de lazer após um expediente de trabalho como este. As consultorias estão buscando divulgar bastante seus programas de equilíbrio de trabalho e vida pessoal durante as palestras de recrutamento visando mitigar esse problema.

O estudo apontou ainda que 18,7% dos alunos não veem pontos negativos na carreira ou porque desconhecem a carreira ou por não se incomodarem com outros pontos apontados como negativos.

Quadro 19

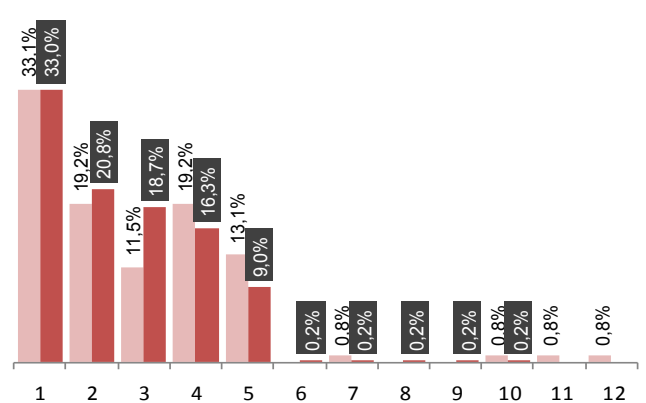
100 Característica mais atraente na carreira de consultoria



- Dinamismo (os projetos são sempre diferentes)
- Aprendizado
- Carreira internacional
- Ascensão de carreira rápida
- MBA internacional
- O networking e a visibilidade perante os CEOs
- Porta para se tornar um diretor em outras empresas
- Remuneração acima da média
- Alta carga de trabalho
- Pensar de maneira semelhante aos cabeças e acionistas de empresas
- Gerar impacto (valor)
- Resolução de problemas interessantes
- Todos acima.

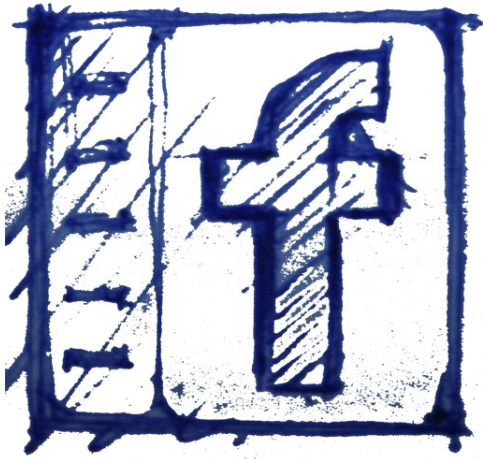
2014

100 Pontos negativos da carreira de consultoria



- Baixa qualidade de vida devido a alta carga de trabalho
- Muitas viagens que dificultam a formação e manutenção de relacionamentos e família
- Não vejo pontos negativos na carreira
- Expediente de finais de semana
- Concentração dos escritórios nas grandes capitais, não gostaria de ter que morar em São Paulo
- A ilusão que se cria em volta de uma carreira tão difícil.
- Alta carga horária de trabalho
- Millionaire's club
- Possível dificuldade de conciliar vida profissional e pessoal
- Stress
- Nada técnico
- Não é disruptiva.

2015/16



Eles curtem Mídias sociais

97% Utilizam o Facebook
diariamente

Os unicampers estão no Facebook, gostam e usam a rede social diariamente, por isso continuam apostando nela como a melhor opção para a divulgação das atividades e eventos do CCU, assim como os processos seletivos das consultorias. Na segunda pesquisa CCU X-Ray, 86% dos alunos recomendaram que o clube continue a investir no Facebook como o principal canal de comunicação com os universitários, apenas

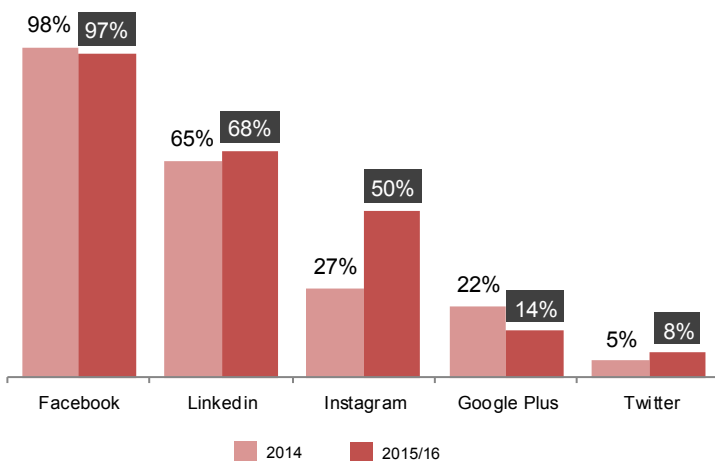
dois por cento a menos do que a pesquisa de 2014.

As empresas também reconhecem a hegemonia da rede social entre os estudantes, por isso, têm adotado estratégias virtuais específicas para o Facebook buscando aumentar o alcance das suas divulgações de processos seletivos. É cada vez mais comum, as consultorias postarem em suas páginas o calendário semestral unificado de seus eventos de recrutamento, além de chamadas específicas para cada evento e escola.

Uma vez divulgado o processo seletivo, é natural que os alunos procurem saber sobre a empresa e sobre as oportunidades em questão, por isso, algumas consultorias usam suas páginas institucionais na rede especificamente para o recrutamento, mostram os seus diferenciais como prêmios, plano de carreira, dia a dia da profissão, entre outros. Essas páginas além de serem fundamentais na atração de candidatos para as seleções, também são cartões de visita para os estudantes que estão tendo o primeiro contato com a empresa. O conteúdo acumulado das

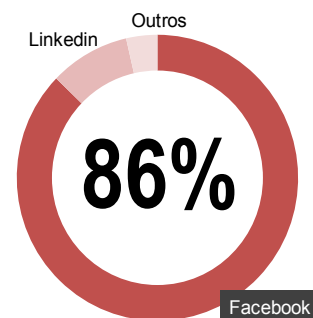
Quadro 20

Porcentual dos Unicampers usuários das redes sociais



Quadro 21

Rede social mais indicada para divulgar assuntos do CCU para o Unicampers



seguidas postagens servem para construir uma boa imagem junto aos candidatos que eventualmente ouvirem falar da empresa e buscarem saber um pouco mais sobre ela, mesmo fora do período do processo. As consultorias que mais se destacam com o uso do Facebook para recrutamento e seleção são a Bain & Company, BCG, Falconi e Integration, por manterem uma regularidade e diversidade de postagens direcionadas para o esclarecimento da carreira nessas empresas.

Nós do CCU trabalhamos como um importante aliado das consultorias na tarefa de garantir eventos de recrutamento na Unicamp sempre lotados. Para tanto, divulgamos as artes e cartazes virtuais na nossa página do Facebook, mantemos no site um calendário unificado de todos os eventos de recrutamento, tanto da Unicamp quanto de outras universidades, que é divulgado algumas semanas antes da maratona de seleção com as datas e locais. Essa prática foi muito importante para tornar nosso portal e a nossa página referências nacionais para os alunos que estão aplicando as consultorias, ou seja, estamos ajudando as empresas a se divulgarem também para outras instituições de ensino superior em todo o Brasil. Nós oferecemos ainda às empresas o impulsionamento da publicação do evento de recrutamento na nossa página, possibilitando que elas consigam alcançar 100% da nossa rede de mais de 4 mil fãs.

Apesar do LinkedIn ter sido apontado nas duas pesquisas como sendo a segunda opção de rede social ideal para o CCU se promover, nós ainda não temos uma estratégia bem definida de atuação para ele e, por conseguinte, não temos uma boa visibilidade nele. Nos próximos anos, no entanto, nosso foco será conscientizar os unicampers da importância profissional de fazer parte do LinkedIn e promover o clube nesse canal principalmente para as empresas e para os alumnis.

86% Acessam as mídias sociais no período noturno

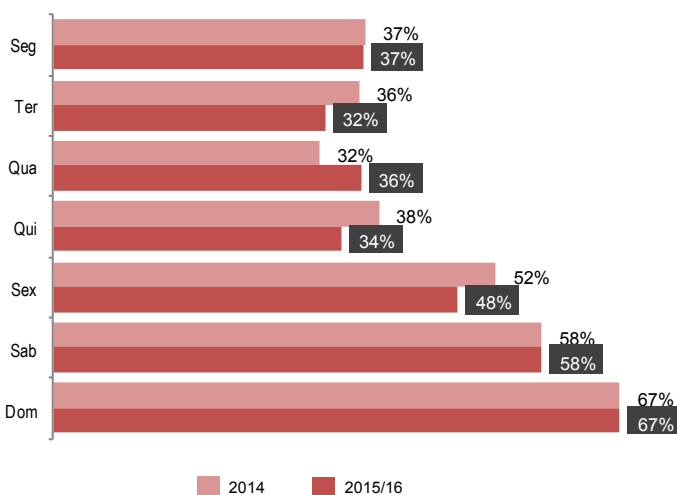
Os unicampers costumam usar as redes sociais para laser em seus tempos livres, conforme indicou a nossa pesquisa. Como a maioria dos cursos de graduação na Unicamp são integrais ou diurnos, logo, o melhor momento para os alunos usarem deliberadamente as redes sociais é o período noturno. A mesma análise pode ser feita para os dias da semana, no qual pode-se dividir a semana para assuntos acadêmicos e profissionais, enquanto que o final de semana é reservado para o descanso e laser. Portanto, os finais de semana e o período noturno aparentemente são os ideais para se ter um maior alcance na divulgação de conteúdos de consultoria nas redes sociais.

No entanto, os dados de visitas ao Portal CCU indicam o contrário. Os alunos costumam acessar as notícias e os conteúdos específicos postados mais nos dias de semana do que nos finais de semana. Podemos concluir que para eles a leitura ou estudo sobre consultoria é tratado como um assunto sério e profissional.

A pesquisa indicou ainda que os estudantes estão passando mais tempo nas redes sociais. O número de alunos que passam mais de 4 horas nas redes sociais subiu 6%, enquanto que os alunos que ficam menos de uma hora por dia caiu 12%. A geração Z, também conhecida como *iGeneration*, *Plurais* ou *Centennials*, é caracterizada por ser nativa digital, estando muito familiarizada com a *World Wide Web*, compartilhamento de arquivos, telefones móveis e MP3 players, não apenas acessando a internet de suas casas, e sim também pelo celular, ou seja, extremamente conectadas à rede. A grande pergunta que nos fazemos é “Será que as empresas de consultoria realmente sabem como se conectar com esses jovens ou continuam apostando em velhas receitas de sucesso?”

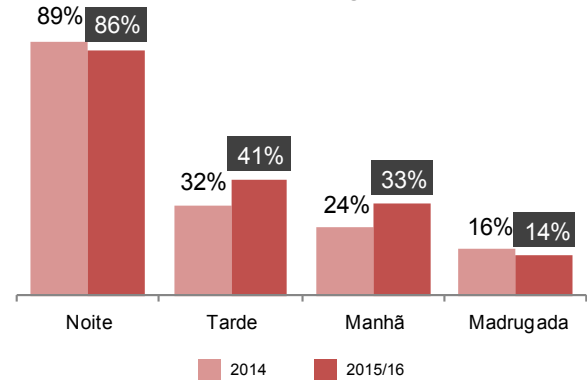
Quadro 23

Frequência dos Unicampers acessando às redes sociais



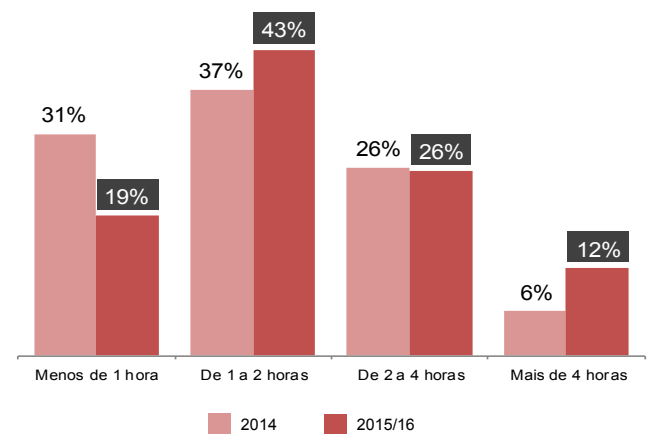
Quadro 21

Porcentual dos Unicampers acessando às redes sociais ao longo do dia



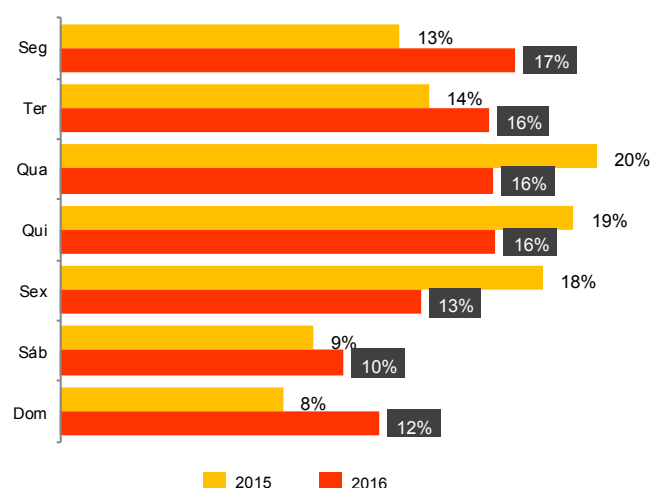
Quadro 22

Tempo médio diário de conexão dos Unicampers nas mídias sociais



Quadro 24

Frequência de visitas ao portal do CCU por dia da semana



Eles são seletivos quanto a Propagandas

Perguntamos aos alunos quais são os melhores canais de comunicação para eles receberem divulgações de empresas na faculdade, independentemente do ramo de atuação, todavia avaliamos principalmente os canais utilizados pelo CCU e pelas consultorias. A adesão dos estudantes para cada deles foi de:



86%
8%
Grupos de e-mails do CCU



56%
8%
Newsletter para o e-mail pessoal



44%
6%
Redes sociais



39%
1%
SMS/WhatsApp



22%
5%
Lista de e-mail dos institutos

O grupo de e-mails do CCU é o canal preferido pelos membros para divulgação das oportunidades das consultorias e atividades do clube. O grupo é composto por alunos que estão se preparando para aplicar os processos seletivos e ex-alunos que, por já estarem trabalhando em consultorias, compartilham suas experiências e dicas para orientar os associados quando necessário, além de divulgarem oportunidades.

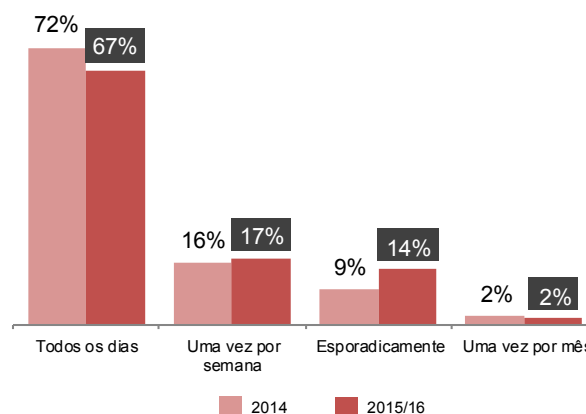
A pesquisa CCU X-Ray apontou que há uma demanda dos estudantes por uma newsletter informativa com as principais novidades do mundo de consultoria e do clube, por isso, nos próximos anos nós investiremos nessa canal para aumentar a nossa capilarização nos campi.

Os grupos do WhatsApp já são bastante explorados no CCU. Cada turma do PREP 4 Consulting, curso preparatório do CCU para os processos seletivos de consultoria, tem um grupo para agilizar a comunicação e o relacionamento entre os integrantes. Nesses grupos também são divulgados os cartazes e links dos eventos de recrutamento e processos seletivos das empresas de consultoria. Há ainda um grupo específico restrito aos associados do clube para *mock cases interview*, nele os alunos combinam horários e locais para treinarem a resolução de *cases* e trocaram dicas dos processos em andamento.

A lista de e-mails dos institutos é a principal aposta das consultorias para divulgação de seus processos seletivos, mas ela é considerada um bom canal para apenas 23% dos alunos entrevistados. Este fato se deve a grande quantidade e-mails recebidas pelos alunos — e-mails sobre processos seletivos, eventos na universi-

Quadro 25

Periodicidade de acesso às listas de e-mails dos institutos

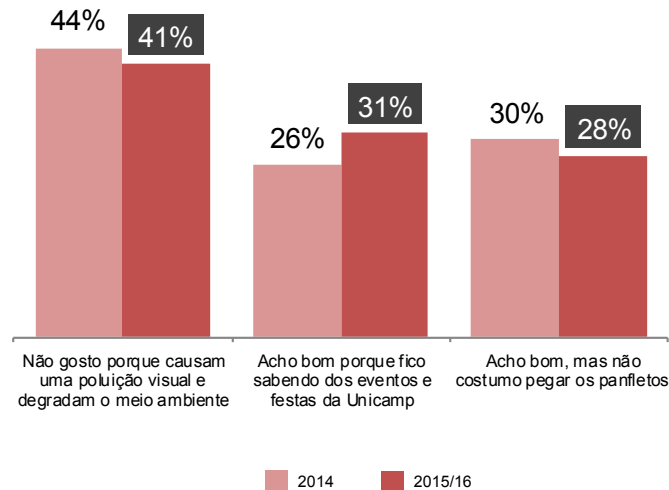
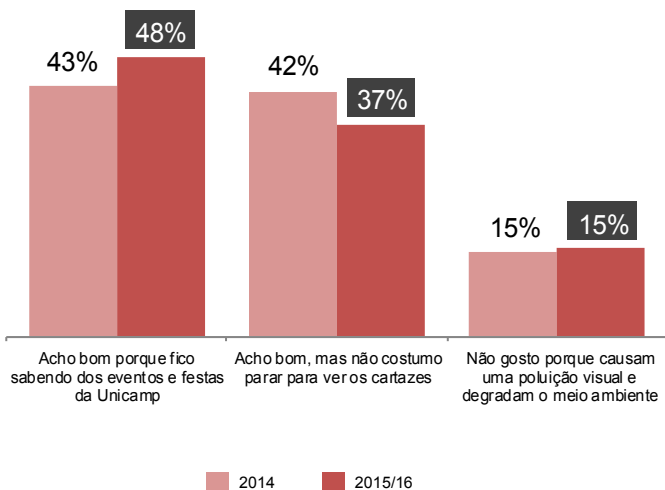


dade, programas de intercâmbio, comunicados oficiais, oportunidades de iniciação científica, entre outros — que acabam muitas vezes sendo ignorados e marcados como lidos por serem percebidos como spam por grande parte dos alunos.

É comum também os alunos adotarem o hábito de visualizar os e-mails da lista somente uma vez por semana a fim de selecionar os mais importantes, mas tal comportamento não é de conhecimento de muitas consultorias que optam por enviar seus e-mails marketing de divulgação dos eventos de recrutamento na Unicamp a poucos dias do evento. O simples fato de enviar o e-mail de divulgação com duas semanas de antecedência pode garantir um aumento de pelo menos 22% no público.

Opinião dos Unicampers sobre a colagem de cartazes nos campi

Opinião dos Unicampers sobre a panfletagem nos campi



Além dos e-mails, há alternativas para aumentar a abrangência da divulgação, como por exemplo, os cartazes impressos e afixados nos quadros de avisos dos institutos e a distribuição de folders e panfletos em pontos estratégicos do campus. Os cartazes têm uma boa receptividade pelos alunos e são bastante eficientes na divulgação, entretanto, adotar a estratégia de distribuição de folders e panfletos pode não ser tão boa, segundo os entrevistados, porque ela atinge somente 28% do público alvo e desagradam outros 41% que a considerarem uma ação poluente.



Por que eles querem ser um consultor?

Confira abaixo algumas respostas dos entrevistados a pergunta "Por que você quer ser um consultor?"

A oportunidade de conquistar os indecisos

"A empresa júnior da engenharia elétrica realizou o evento "Lightning Talk: Culturas Empresariais" com a presença do Clube de Consultoria Unicamp, CCU, Gino Di Domenico, ex-CEO da Brasil Kirim, e um funcionário da Ambev. Ao final do evento, decorridas as palestras, percebi que não me atraiu muito a ideia da carreira corporativa e me despertou um interesse na carreira de consultor. Na verdade, procurei o CCU para poder interagir mais com esse meio e ter uma melhor noção de como realmente funciona essa carreira."

Daniel Pires do Rio Terra Duarte, Eng. Elétrica

"Ainda não tenho certeza sobre a decisão de ser consultor estratégico. Tenho colocado como uma das opções e quero me adentrar nesse meio para conhecer mais, além disso, acredito que o aprendizado de participar dos processos podem ser utilizados durante toda a carreira."

Rodrigo Mendes Cavalcante, Eng. Civil

"Não tenho certeza ainda se quero ser consultor estratégico, mas a carreira me atrai bastante. Acredito que é uma forte opção por onde seguir a minha carreira."

Renan Villas Boas Nascimento, Eng. Mecânica

"Eu não tenho certeza se quero ser consultor, estou me inscrevendo para conhecer melhor o ramo e saber se essa profissão me agrada."

André Felipe Suzano Massa, Eng. Elétrica

"Ainda não tenho certeza se quero ser uma consultoria estratégica, mas como gosto de me atualizar e saber diversos assuntos sobre distintas áreas que tenho a oportunidade de seguir, me faz querer ter mais conhecimento sobre o assunto. Tudo indica que os emails com atualizações podem ajudar, além do site que é informativo."

Patricia Charin Nunes Sanchez Portal, Administração

Porque a consultoria me fascinou

“Acredito que a carreira de consultor estratégico é diferenciada das demais, visto a grande variedade de projetos que se pode trabalhar, assim como, os diferentes locais de trabalho, contribuindo para o crescimento tanto intelectual quanto cultural. No meu caso, estudante de Geografia, é importante e também interessante ter uma formação multidisciplinar, tendo conhecimento das mais diversas áreas, como economia, sociologia, educação, geologia e outras, e é justamente na área de consultoria que é possível trabalhar com projetos que envolvem diferentes áreas.”

Thiago Chiquetto Rubem, Geografia

“Pois essa área me deixa muito fascinado. Os desafios impostos nela exigem de você uma capacidade raciocínio que pouquíssimas outras carreiras tem. O dia-a-dia do profissional também é algo que me empolga bastante, uma vez que a cada projeto, você tem que lidar com uma área completamente diferente da área de seu último projeto, e que você pouco sabe sobre ela. Assim, não sendo um trabalho no qual você faz as mesmas coisas todos os dias e também exige de você muito estudo, o que acaba por qualificar o profissional ainda mais, funcionando como uma escola em que a cada projeto realizado, seu conhecimento sobre mercado e os diversos setores da economia aumentam de maneira exponencial. Assim, faz com que essa atividades seja, sem dúvidas, uma das mais desafiadoras que conheço.”

Daniel Fortes Bustamante Martins Miguel, Eng. de Produção

“Gostaria de impactar de forma mais efetiva no desenvolvimento de outras empresas, movimentando o mercado e alavancando instituições com planos reais e eficientes. Também gostaria de trabalhar em um ambiente colaborativo, de alto nível de aprendizado, realizando projetos e podendo ter trabalhos diferentes ao longo do ano.”

Raquel Furbino Marques Nascimento, Eng. Química

“Ao longo de todo dia consultamos as pessoas sobre determinados assuntos, ou somos consultados, seja para perguntar se uma roupa está boa, se deve fazer tal coisa, etc. Isso mostra que a consultoria está presente no nosso dia e sempre temos que estar preparados para resolver problemas, o que leva a a consultoria estratégica como uma área a se seguir”

João Pedro Ducatti , Eng. Química

“A resolução de cases com amigos despertou um grande interesse pela carreira. Sinto-me realizado podendo solucionar cases, oferecendo as melhores soluções para pessoas e empresas renomadas.”

Felipe Eiji Hanao, Eng. Química

Porque quero me desenvolver pessoal e profissionalmente

“Consultoria estratégica é para mim um meio para chegar ao fim de entrar na política brasileira de uma maneira limpa, levando conceitos do mercado e implementando questões de gestão dentro do serviço público brasileiro. Nesse caso consultoria seria uma fase de aprendizado.”

Micael Waldhelm, Eng. Química

“Para desenvolver minha capacidade analítica e técnica voltada a auxílio de decisões, não só para um enriquecimento de experiências mas principalmente para me sentir inspirada pelo trabalho e ser inspiradora de mudança.”

Suelen Cristine Janes de Moraes, Eng. Mecânica

“Porque eu tenho paixão por empreender e, ao meu ver, com consultoria eu teria a oportunidade de trazer o empreendedorismo para o meu dia a dia.”

Jéssica Piva Santos, Eng. De Alimentos

“Porque eu gosto de lidar com problemas e solucioná-los, é o que me motiva na engenharia. Gosto de fazer novas amizades e contatos profissionais, as pessoas me consideram carismático, gosto de trabalhar de terno e gravata. Além disso tenho vontade de ser empreendedor um dia na minha área, e acredito que conhecendo os diversos problemas que empresas enfrentam e como solucioná-los será uma experiência importantíssima.”

Diogo Schuarz , Eng. Elétrica

“Busco crescimento e amadurecimento profissional através de trabalho que me possibilitem gerir e trabalhar com projetos, para em um futuro próximo possa administrar minha própria empresa”

Yuri de Araújo Barros, Básico Integrado em Matemática, Física e Matemática Aplicada e Computacional

“Creio que gostaria de ser um consultor estratégico, pois gostaria de me desenvolver e ter aprender sobre os assuntos pertinentes a liderança e à gestão, além de ser uma grande oportunidade em um início de carreira.”

Felipe Ferrer Santos de Campos , Eng. de Produção

Por causa do desafio

“Porque desejo sempre fugir da minha zona de conforto, superando meus limites com desafios constantes. Quero sempre estar ao lado de pessoas ambiciosas e que se destacam no que fazem, que gostam de desafios e que, principalmente, acreditam poder superá-los. Quero estar motivado todos os dias no trabalho e participar de projetos relevantes. Também sou fascinado pela utilização de raciocínio lógico em diferentes dimensões da vida. A carreira de consultor estratégico poderá me fornecer, dentre outras coisas, o que acabo de mencionar.”

Amaro de Lima Mendes, Administração

“Acredito ser um tipo que carreira interessante, desafiador. Seria um tipo de trabalho que mesmo que eu tivesse que ficar horas extras trabalhando ou com carga horária bem alta, eu não me importaria, e gostaria do reconhecimento e da qualidade de vida optativa, e/ou melhor garantida para o futuro”

Rodrigo Nagamine, Eng. da Computação

“Acho super interessante essa carreira pois você é desafiado constantemente a criar e buscar algo que melhore efetivamente uma empresa e é estimulado por ter um grupo de pessoas altamente qualificados trabalhando para que isso aconteça ao seu lado, além disso o desenvolvimento de carreira em consultoria é um dos melhores.”

Nicolas Eiki Sakurai, Administração

“Desejo ser uma consultora estratégica por trabalhar com projetos desafiadores que causarão diferença/grandes melhorias nas empresas em que se realizou consultoria. Gosto de trabalhar com desafios, com novos projetos periodicamente, gosto muito de estudar e aprender, sou workaholic e a meritocracia também me atrai na área da consultoria.”

Camila Alves Arruda, Eng. de Alimentos

“A profissão em consultoria me desperta grande interesse pelo elevado nível de desafios envolvidos. Projetos em diferentes áreas, de diferentes negócios sendo guinados por princípios estratégicos semelhantes focados sempre em ganho de eficiência e competitividade me fascinam.”

Matheus Antônio Estevão Rech, Eng. Mecânica

Porque me identifico com o perfil do consultor

“Para ser feliz com meu trabalho.”

Bruna Rossi Corrales, Ciências Econômicas

“Descobri que esta era a área que queria seguir quando entrei na Empresa Júnior e vi que tenho uma empolgação, entusiasmo e brilho no olho quando se trata de projetos. Fui gerente e diretora de projetos por 1 ano na EJ, obtive um pouco de experiência e posso dizer com propriedade que quero ter consultoria estratégica como carreira.”

Marcella Roquette Valentim , Eng. de Produção

“Meu perfil se encaixa com o dia a dia a dia de empresas de consultoria pois eu gosto de trabalhar com números e tenho facilidade em me relacionar em grupo. Tenho experiência em realizar projetos e gosto do ritmo em que temos que aprender e sempre se inovar pra conseguir fazer um projeto diferente. Sou motivada e consigo motivar meus colegas o que torna as atividades ainda mais prazerosas. “

Barbara Helena de Antônio Cruz, Administração

“Acredito que na carreira de consultor vou poder aproveitar toda minha capacidade para resolução de problemas e ter uma evolução profissional que não poderei ter em nenhuma outra carreira. Outro ponto que me atrai é o dinamismo proporcionado pelas atividades de um consultor, característica da qual sinto muito falta atualmente. Além disso, essa é a uma das únicas carreiras cuja remuneração considero satisfatório.”

Christian Leomil de Paula , Eng. Mecânica

“Eu sempre gostei muito de problemas interessantes, de soluções elegantes, de estar sempre aprendendo algo novo, de sempre me superar. Acredito que sejam qualidades interessantes em um consultor estratégico, pois penso que é um trabalho que requer criatividade, dinamismo e sempre se empenhar ao máximo para que a solução final seja a melhor que você consiga criar. “

Pedro De Nigris Vasconcellos, Eng. da Computação

Por causa das oportunidades, aprendizado de gestão e da remuneração

“Primeiramente porque poderei aplicar muito dos conhecimentos e habilidades adquiridos no curso de Engenharia em múltiplos setores diversificados da indústria. Além disso, poderei contribuir com informações estratégicas relevantes para as lideranças das empresas, além de poder participar ativamente delas. Me atrai o fato da carreira possuir uma rápida ascensão e várias oportunidades de networking.”

Chan Wai Tak, Eng. de Controle e Automação

“Acredito que trabalhar em uma empresa de consultoria estratégica representa a melhor oportunidade de aprendizado e crescimento que se tem no mercado de trabalho. “

Fabricio Kendi Kojima, Eng. Mecânica

“Obviamente, pelo lado financeiro. Mas, mais que isso, por ser uma profissão que exige bastante do profissional, tornando-a única. Se pararmos para pensar, a principal coisa que as consultorias tem a vender são pessoas inteligentes, o que um consultor é, de fato, um profissional diferenciado no mercado, que merece todo o prestígio que recebe.”

Maurício Cavalcanti Sá de Abreu, Eng. Elétrica

“A carreira de consultoria estratégica proporciona uma rotina dinâmica, lidando com diferentes empresas e mercados e sempre num plano de tomada de decisão muito elevado, propiciando a um estagiário ou jovem analista já ter contato com altos gestores. Além disso, o plano de carreira bem definido e acelerado são fatores muito importantes na minha decisão.”

Flavio Rodrigues Alves, Eng. Química

“Pois adoro o dinamismo que a vida de consultor proporciona, as oportunidades de conhecer novos lugares, novas pessoas, novos projetos, novas empresas e vivências diferenciadas. Além disso, me interessa muito pelo retorno financeiro.”

Alexandre Theizen Novaes, Eng. de Produção

Porque é meu sonho

“Quero ser uma consultora estratégica pois me apaixonei pelo trabalho realizado em questão na empresa júnior que faço parte (Integra). Sinto que me encontrei com o que faço lá dentro, as tarefas me estimulam a sempre dar o meu melhor e ir em busca de mais conhecimento sobre o assunto. Além disso, a cada palestra sobre consultoria que participo, me deixa cada vez com mais brilho no olho de querer trabalhar com consultoria.”

Fernanda Mitie Kondo Serradura , Administração

“Gosto de resolver problemas difíceis, gosto de não ter que resolver o mesmo problema todos os dias, cada dia é um caso diferente. Além disso, gosto de trabalhar com números, e me atraio pelo mundo corporativo. Mercado de Consultoria me interessa muito mais do que a graduação em si, e é aonde pretendo seguir carreira.”

Lorenzo Cano Cesconetto, Eng. Civil

“Minha paixão é resolver problemas de maneira eficiente e rápida, e acredito poder fazer isso o tempo todo em consultoria.”

Luis Filipe Oliveira Silva , Eng. Química



6

Missão dada
é missão cumprida



Nós agora estamos em Limeira!

A nossa principal conquista em 2016 foi conseguir abrir uma nova unidade do Clube de Consultoria Unicamp na FCA - Faculdade de Ciências Aplicadas, no campus de Limeira. Desde o início das nossas operações em 2014, esse objetivo já estava definido no planejamento estratégico por causa da importância dos cursos presentes na cidade, mas antes era necessário a consolidação do clube em Campinas e a criação de uma estrutura sólida o suficiente para suportar a expansão.

Na nova unidade estão os cursos de engenharia de produção, engenharia de manufatura, administração de empresas, administração pública, ciência dos esportes e nutrição. Em Limeira também estão na FT - Faculdade de Tecnologia os cursos de engenharia de telecomunicações e ambiental, e os tecnólogos em análise e desenvolvimento de sistemas, sistemas de informações, construção de edifícios e saneamento ambiental. Todos esses alunos agora podem se preparar presencialmente conosco e contribuir para tornar a Unicamp a escola com o maior número de alunos dentro das consultorias.

Apesar da diferença geográfica das unidades, nós somos um único clube, uma única marca e um único time. Todos os membros do nosso time trabalham em atividades gerais, como por exemplo, as atividades de gestão, de comunicação e de desenvolvimento dos produtos. Já para atividades regionais, como eventos e os próprios cursos, as equipes de cada campus são responsáveis pela suas execuções. Para coordenar as atividades em Limeira há uma vice-presidência e semestralmente são selecionados novos alunos para compor o time.

Os desafios em Limeira são ainda maiores no que se refere a cultura de consultoria. Ainda somos uma organização nova e desconhecida pelos universitários, a profissão de consultor também é novidade, então, há muito trabalho a ser feito. Começamos anunciando a nossa chegada ao campus, no início de março, em um estande montado na FCA para batermos um papo com os alunos que passavam por ali e explicar um pouco mais sobre o clube e a carreira. Realizamos ainda ao longo do ano quatro eventos: *What's Consulting?*, *What's CCU?*, *I am Unicamp*, *I am BCG* e uma palestra sobre consultoria e mercado financeiro. Também ajudamos a A.T. Kearney e a McKinsey a organizarem transporte para os candidatos poderem ir a Campinas aplicar os seus processos seletivos, além de apoiarmos a divulgação do *Crack the Test* do BCG e da palestra da McKinsey realizados com o MTE de Limeira.

Em 2017, nós queremos consolidar a nossa marca como uma das maiores organizações estudantis da Unicamp Limeira e aumentar o número de associados dos cursos de administração e de engenharias de produção e manufatura no clube, por isso, a parceria das consultorias e alumnis nesse desafio será fundamental e muito bem vinda.



Os unicampers são os nossos principais clientes, por isso conhecê-los é fundamental para garantir um alinhamento das suas expectativas em relação a nossa missão de “promover a carreira de consultoria no ambiente universitário, preparar os alunos para o ingresso na carreira e aproximar os alunos da Unicamp dos profissionais dessa indústria. Nesse contexto, a CCU X-Ray mapeou as expectativas dos alunos com o os objetivos de validar as estratégias adotadas e desenvolver planos de ações e outras estratégias para eliminar os pontos fracos identificados. Veja a seguir como o CCU vem trabalhando para garantir a satisfação das necessidades e expectativas dos unicampers.

Preparar

97% Dos alunos esperam preparação para os processos seletivos

O nosso principal programa de preparação dos unicampers para os processos seletivos de consultoria é o *PREP 4 Consulting (P4C)*. Ele tem como foco principal desenvolver algumas competências e *softskills* (conhecimentos, habilidades e atitudes) importantes e necessárias para cada uma das etapas das seleções. O preparatório ocorre em Campinas e Limeira e é desenvolvido em aproximadamente 35 encontros de 90 minutos ao longo do semestre letivo.

Para os unicampers o P4C não é destinado apenas à consultoria, é um preparatório para qualquer processo seletivo do mercado de trabalho, porque no programa são trabalhados principalmente os conceitos de resolução de problemas aplicado a negócios, o desenvolvimento do senso de negócios e a preparação para os testes de raciocínio lógicos baseados em *business cases* e GMAT. Além de consultoria, 53% dos nossos associados também acreditam que a nossa preparação os ajudará com os processos de trainee e 46% com os processos do mercado financeiro.

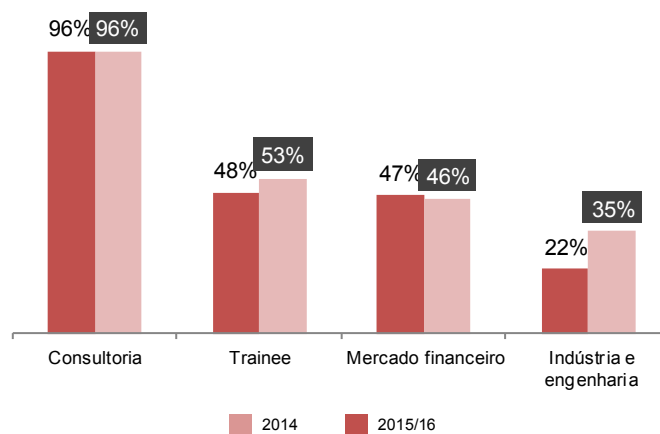
O programa virou um grande atrativo para os estudantes que estão em busca de estágio e para os alunos formados que procuram uma vaga de efetivo ou trainee. Com um crescimento médio de 35% no número de alunos inscritos no programa por semestre, nós alcançamos o patamar de mais de 200 alunos no ano de 2016. O programa também virou um grande atrativo para as consultoria que aproveitam a reunião dos alunos para exporem conteúdos específicos de preparação, negócios ou mesmo compartilhar experiências dos alumnis com seus processos seletivos.

Nosso método de ensino mescla atividades práticas nos encontros e virtuais por meio da plataforma Moodle, é baseado em metodologias modernas de ensino, como *flipped classroom* e *peer instruction*, utilizadas em conceituadas universidades europeias e americanas. Todo o conteúdo programático do P4C foi desenvolvido pensando principalmente nos alunos que não estudam negócios na faculdade, característica predominante dos nossos associados, mas que querem fazer carreira nesse segmento.

No período de férias nós também oferecemos o *PREP Intensive* para os alunos que irão aplicar os processos seletivos de março ou de agosto no início do semestre letivo. O programa tem o foco um pouco mais prático e intenso na simulação das provas da primeira fase do que o P4C, mas os participantes também participam de simulações de dinâmica de grupo e de entrevistas de casos através de *mock case interviews*. A procura pelo *PREP Intensive* tem crescido 9% ao semestre e chegou a 59 alunos participantes no segundo semestre de 2016.

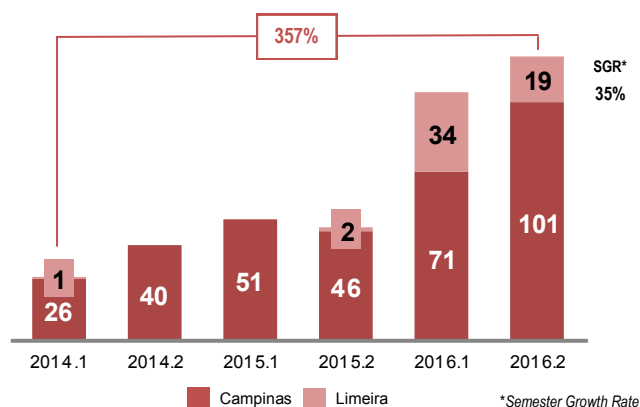
Quadro 28

Objetivo dos alunos com a preparação para os processos seletivos



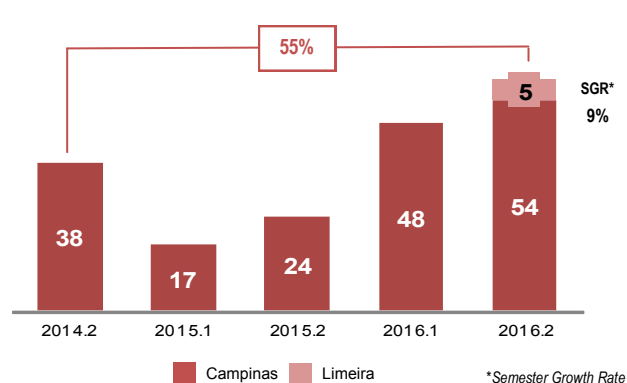
Quadro 29

Número de alunos inscritos no P4C (2014-2016)



Quadro 30

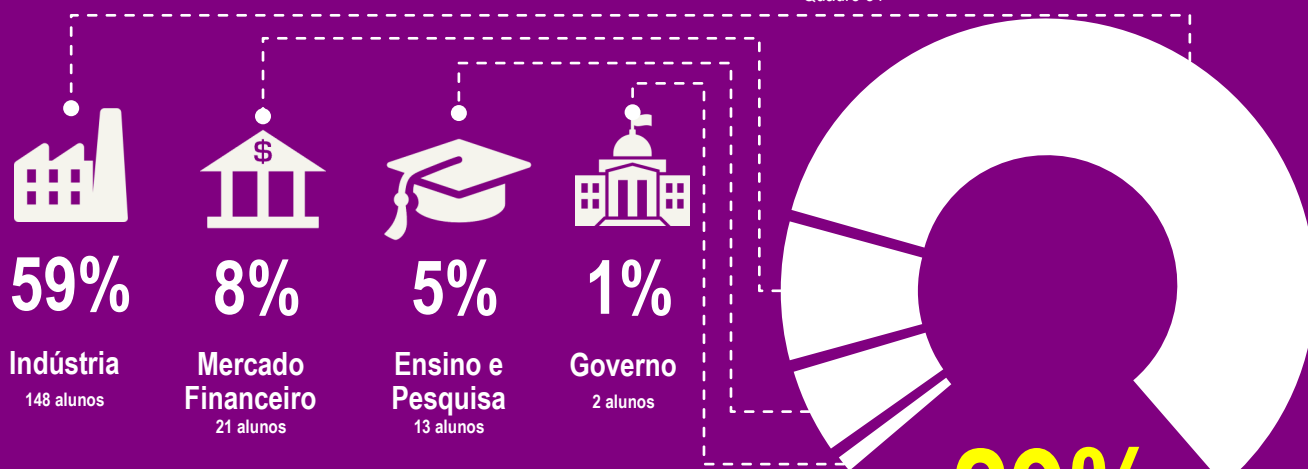
Número de alunos inscritos no P4C Intensive (2014-2016)



#GoGoCCU!

Para mensurar o impacto do nosso trabalho de orientação e de preparação dos unicampers para a entrada na carreira de consultoria, nós buscamos o perfil no LinkedIn de cada um dos nossos 710 associados com o objetivo de saber onde eles estão trabalhando. Consideramos associações de janeiro de 2014 até dezembro de 2016, quando nossos programas foram efetivamente postos em prática. Conseguimos encontrar 587 deles (83%) e identificamos que 257 deles estão no mercado de trabalho (44% dos associados encontrados no LinkedIn). Confira a seguir onde estão trabalhando esses unicampers.

Quadro 31



Quadro 32

Nº de unicampers que aceitaram ofertas nas Big three*

Ano	Sem.	Bain & Co.	BCG	McKinsey & Co.
2014	2º	1	5	3
2015	1º	0	4	4
	2º	0	3	2
2016	1º	0	0	3
	2º	1	4	2

* Dados do levantamento realizado no grupo de e-mails do CCU. Os valores oficiais não são divulgados pelas empresas e podem divergir algumas unidades.

Dos nossos associados ativos no mercado de trabalho, 29% deles conseguiram entrar em uma consultoria, representando um resultado bastante expressivo para os nossos primeiros anos de atividades. A grande maioria no tanto (59%) está na indústria porque é o segmento que mais oferece vagas e que recruta na Unicamp.

A nossa média semestral de aprovações nas empresas de consultorias é de 11 alunos, sendo que 66% deles foram alunos do *PREP 4 Consulting*. Isso comprova que os unicampers que se preparam conosco têm um diferencial em relação aos outros candidatos e, por conseguinte, têm maiores chances de conquistarem uma vaga.

Os dados apresentados são referentes apenas aos nossos associados encontrados no LinkedIn, porém, sabemos que alguns alunos que se tornaram consultores não chegaram a se associar ao clube, logo, o resultado real estimado de aprovações é um pouco maior do que as nossas estatísticas.

Por exemplo, comparando o número total de alunos que aceitaram ofertas nas *big three* nos últimos três anos percebemos que o valor é maior do que o do levantamento via LinkedIn.

Estamos no caminho certo, agora o desafio é aumentar a taxa de aprovações para finalmente ser a escola que mais aprova nas consultorias.

CONSULTORIA	%	#
McKinsey & Company	14	10
BCG	13	9
Falconi	11	8
Value Partners	6	4
Advisia OC&C	6	4
Bain & Company	4	3
Deloitte	4	3
Ernst & Young	4	3
MasterCard Advisors	4	3
Dextron Management Consulting	3	2
ILOS	3	2
L.E.K.	3	2
ED&F Man Capital Markets	3	2
A.T. Kearney	1	1
Accenture	1	1
Alvarez & Marsal	1	1
Bridge Consulting	1	1
Cosin Consulting	1	1
HealthBit	1	1
Indra Consultoria	1	1
Integration	1	1
Maksen	1	1
Monitor Deloitte	1	1
Oliver Wyman	1	1
Peers consulting	1	1
Porsche Consulting Group	1	1
PwC	1	1
Roland Berger	1	1
Strategy &	1	1
Visagio	1	1
ZS Associates	1	1





INDÚSTRIA	%	#
Ambev	6,8	10
3M	3,4	5
Siemens	3,4	5
Bosch	2,7	4
Eaton	2,0	3
Genera Conceito & Inovação	2,0	3
Hypermarcas	2,0	3
P&G	2,0	3
GE	1,4	2
Google	1,4	2
IBM	1,4	2
LinkedIn	1,4	2
Mars	1,4	2
Nielsen	1,4	2
NXP Semiconductors	1,4	2
Pagar.me	1,4	2
PraxON - Projetos em Automação Residencial	1,4	2
Strategy Manager Software Ltda.	1,4	2
Tetra Pak	1,4	2
usimple	1,4	2
Votorantim	1,4	2
AC Nielsen	0,7	1
AKA General	0,7	1
Akz oNobel Pulp and Performance Chemicals	0,7	1
Ampliar-se	0,7	1
Artemisia	0,7	1
Atonus	0,7	1
Bayer	0,7	1
Be My Guest App	0,7	1
Bosch Power Tools	0,7	1
BrainWeb	0,7	1
BRP	0,7	1
BYD	0,7	1
Cargill	0,7	1
Celipa	0,7	1
Cia Ultragaz	0,7	1

INDÚSTRIA	%	#
Clan Soft	0,7	1
Clube da Entrega	0,7	1
Concessionária RB	0,7	1
Continental	0,7	1
Danone	0,7	1
Dell	0,7	1
Denso	0,7	1
Duratex	0,7	1
Eldorado	0,7	1
Elekeiroz SA	0,7	1
ELEKTRO	0,7	1
Embraer	0,7	1
EPTV	0,7	1
Ericsson	0,7	1
Evino	0,7	1
ExxonMobil	0,7	1
FlexSim	0,7	1
GEA Group	0,7	1
Griault Biometrics	0,7	1
Grupo São Martinho	0,7	1
HP (Hewlett - Packard)	0,7	1
Hidrogood Horticultura Moderna	0,7	1
I. Systems	0,7	1
I.Systems	0,7	1
Inova Unicamp	0,7	1
Instituto Sonho Grande	0,7	1
IQ Kids by IQ Friends	0,7	1
John Deere	0,7	1
Johnson & Johnson	0,7	1
Kleffmann Group	0,7	1
Kraft Heinz	0,7	1
Kraton Polymers	0,7	1
Kroton	0,7	1
KSB Bombas Hidraulicas S/A	0,7	1
Labmetro - UFSC	0,7	1
Mahle	0,7	1

INDÚSTRIA	%	#
Matemática em Movimento	0,7	1
Medley	0,7	1
Megassolar Energias Renováveis	0,7	1
Microsoft	0,7	1
Mobile	0,7	1
Mozilla	0,7	1
Natura	0,7	1
Neosolar Energia	0,7	1
Núcleo de Economia Agrícola e Ambiental	0,7	1
Omega Energia	0,7	1
Oracle	0,7	1
Padtec	0,7	1
Paperless Post	0,7	1
Pátio Limeira	0,7	1
Petrobrás	0,7	1
Pitzi	0,7	1
Pomares	0,7	1
Programa Ampliar-se	0,7	1
Raizen	0,7	1
RFsense	0,7	1
Sales Support Specialist	0,7	1
SAP	0,7	1
Solstar	0,7	1
Solsticio Energia	0,7	1
Solvay	0,7	1
Sulzer Brasil S.A.	0,7	1
Suzano Papel e Celulose	0,7	1
Syngenta	0,7	1
Tetra park	0,7	1
TRW	0,7	1
Umicore	0,7	1
Unilever	0,7	1
Vale	0,7	1
Ypê	0,7	1
Zumtobel Group	0,7	1



MERCADO FINANCEIRO	%	#
Itaú Unibanco	47,62	10
Banco PAN	9,52	2
Citi	9,52	2
Banco Votorantim	4,76	1
BTG Pactual	4,76	1
Credit Suisse	4,76	1
Goldman Sachs	4,76	1
Morgan Stanley	4,76	1
Safra	4,76	1
Santander	4,76	1



ENSINO E PESQUISA	%	#
Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais (CNPEM)	15,4	2
CPqD	15,4	2
Unicamp	15,4	2
CNPEM	7,7	1
CPO - Unicamp	7,7	1
CTC - Centro de Tecnologia Canavieira	7,7	1
Instituto GPP	7,7	1
Universidad Peruana Cayetano Heredia	7,7	1
Universidade São Francisco	7,7	1
University College Cork	7,7	1



GOVERNO	%	#
Prefeitura Municipal de Valinhos	100	2



IMPACTO . PROGRESSO . CIDADANIA

Além do *PREP 4 Consulting*, nós oferecemos algumas atividades complementares à preparação, voltadas ao desenvolvimento de *softskills* importante para a profissão de consultor, como por exemplo, a vivência empresarial, o senso de negócios e a comunicação. Dentre elas, vamos destacar o programa Consultores do Amanhã.

Propósito do programa

Somos um grupo de universitários da Unicamp que se preocupa com o desenvolvimento e bem-estar da nossa sociedade. Acreditamos que para vivermos em um ambiente mais justo e igualitário, onde todas as pessoas possuem as mesmas oportunidades de crescimento e desenvolvimento, é necessário agir e utilizar o conhecimento que temos para fazer o bem e exercer o nosso papel de cidadão.

Diante disso, em setembro de 2016, decidimos criar o programa Consultores do Amanhã, em parceria com a consultoria estratégica A.T.Kearney, como uma forma de ajudar as ONGs próximas aos campi da universidade e possibilitar aos alunos participantes um aprendizado direto sobre um projeto real de consultoria. A nossa contribuição se dá na forma de serviços de consultoria prestados à instituições de cunho social, de forma totalmente voluntária.

A nossa atuação se concentra em entender todas as dificuldades que a ONG esteja vivenciando, além de identificar quais oportunidades ela poderia aproveitar para alcançar o seu objetivo. Através desse conhecimento podemos diagnosticar os possíveis obstáculos que impedem a evolução e a prosperidade da organização.

Com o diagnóstico em mãos, nós trabalhamos para criar soluções sustentáveis a curto, médio e longo prazo. Desde o entendimento até a solução, conversamos com as pessoas responsáveis

pelo funcionamento da ONG e com as pessoas atendidas por ela, através de visitas, para que possamos vivenciar o dia a dia da instituição e oferecer uma solução que esteja de acordo com os seus anseios.

Os consultores do amanhã

Os consultores são alunos selecionados dentre os participantes do *PREP 4 Consulting* que desejam realizar um projeto social e complementar a sua experiência extracurricular na faculdade.

Nosso impacto

O programa foi lançado em setembro de 2016, e as primeiras ONGs a receberem os consultores do amanhã foram a Pró Menor e a Minha Campinas.

A Pró Menor está localizada em Barão Geraldo, muito próximo ao campus da Unicamp e vem trabalhando a 36 anos com crianças carentes da região. O objetivo da ONG é despertar nas crianças e adolescentes a consciência de cidadania, suas responsabilidades e o desejo de ser membro ativo para tornar a sociedade mais justa. O quadro de profissionais qualificados e em constante formação proporciona um trabalho educacional estruturado e comprometido com o processo de aprendizagem.

A primeira equipe de consultores do amanhã finalizou o projeto de diagnóstico em dois meses. Ela fez o levantamento dos principais problemas da organização e fez recomendações para o recrutamento de novos voluntários, para a melhoria da governança da ONG e das gestões finan-



ceira e de marketing. Em 2017, novas equipes de consultores do amanhã serão alocadas para ajudar a Pró menor a implementar as recomendações e levantar novas oportunidades.

Na Minha Campinas, a equipe de consultores do amanhã está desenvolvendo um planejamento de divulgação para a promoção do Mapa do Acolhimento aos cidadãos da cidade. O Mapa envolvendo várias cidades do Brasil tem como objetivo oferecer assistência psicológica à mulheres que sofreram violência sexual.

Uma parceria de sucesso

A A.T. Kearney é a parceira oficial do programa Consultores do Amanhã. Por meio dos seus próprios consultores, a empresa auxilia e orienta cada um dos times de universitários durante a execução dos projetos com as ONGs. Também oferece treinamentos de capacitação antes do início de cada projeto, desta maneira, nós conseguimos garantir o profissionalismo e a qualidade do projeto final. Os alunos ganham experiência de vivência empresarial e ainda realizam um projeto social.



Outra atividade complementar que merece destaque é o CCU Oratória, um grupo de treino de oratória baseado em práticas consagradas de comunicação em público e tem como objetivo a prática de discurso em público e a melhoria da comunicação dos membros.

Realizamos encontros semanais nos quais os membros praticam a sua comunicação, desenvolvem apresentações e recebem feedbacks e orientações de melhoria. Oferecemos palestras sobre os componentes de uma boa comunicação e apresentação, como exemplo, estruturação das ideias, estratégia de apresentação das ideias, composição e apresentação de slides, *dress code*, gesticulação, vocabulário, etc. O objetivos desses treinamentos é desenvolver as habilidades de comunicação dos membros para que possam fazer apresentações impecáveis nos processos seletivos e na vida.

Outro destaque para a nossa preparação foi a extrapolação dos nossos produtos que chegaram aos alunos de outras universidades. O CCU foi contratado pela Dinâmica treinamentos para ministrar uma versão reduzida do *PREP 4 Consulting* para os universitários das universidades de Guaratinguetá e região, como por exemplo, a Unesp Guaratinguetá e a USP Lorena.

O módulo fazia parte de um programa de capacitação nas principais áreas de negócio, como Finanças, Estratégia, Marketing, Qualidade, Projetos, e Habilidades Gerenciais com o conteúdo baseado em tópicos de um MBA em Gestão Empresarial. O curso tinha como foco principal o desenvolvimento da capacidade analítica do aluno, integrando conhecimento com prática.

Superando até mesmo as nossas expectativas, o indicador de satisfação NPS - *Net Promoter Score* da turma para o módulo foi de 90, um resultado muito alto para os padrões de mercado. Esse fato nos mostrou que o CCU pode atender demandas externas à Unicamp e preparar universitários que sonham em se tornar consultores. Por isso, em 2017, o clube abrirá as portas a alunos de todo o país e aprimorará os produtos para o ensino a distância.



Promover



com a universidade.

72%

Esperam fornecimento de informações sobre a carreira e empresas

O nosso segundo pilar de atuação estratégica é a promoção da carreira de consultoria entre os universitários com o objetivo de aumentar o interesse dos estudantes por essa profissão. As principais ferramentas utilizadas para esse fim são o website (Portal CCU) e a página do Facebook.

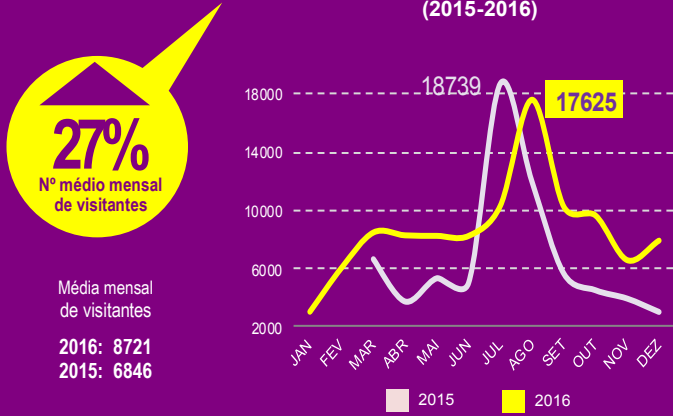
O Portal CCU reúne todos os sites do clube e atende a três objetivos principais: 1) reunir o máximo possível de informações para os alunos sobre a carreira de consultoria no Brasil e no mundo, assim como dicas e informações de como se preparar para os processos seletivos; 2) apresentar à sociedade o clube e as suas principais iniciativas enquanto uma organização estudantil (cursos, eventos, pesquisas, etc.) e 3) oferecer informações às empresas para que elas possam entender a realidade da Unicamp e estreitar relações

Nós temos investido bastante no marketing de conteúdo e o uso do Facebook para garantir a atratividade dos nossos sites e uma constância no fluxo de visitantes mensais. Postamos artigos periodicamente na nossa *fan page* que têm a função de redirecionar os leitores ao Portal, como por exemplo, dicas sobre carreira, o calendário dos processos seletivos nas escolas, divulgação de eventos, notícias sobre as empresas do ramo, os principais rankings, entre outros. Lá o estudante encontra uma enorme concentração de informação para ajudá-lo a verificar se há uma compatibilidade entre o seu perfil e os requisitos para ser um consultor, a identificar a empresa que mais combina com os seus valores pessoais e entender como se preparar para entrar nessa profissão.

Sabemos que encontrar conteúdo informativo sobre a carreira em consultoria estratégica e de gestão é uma verdadeira aventura pelo Google porque são raros os sites brasileiros especializados no assunto, e muitos dos internacionais têm informações que nem sempre se aplicam ao contexto do Brasil, dada as diferenças de realidade do negócio em cada país. Diante disso, temos oferecido uma proposta de valor realmente agregadora aos estudantes e, não obstante, em 2016, o Portal CCU se tornou uma referência nacional atingindo uma média mensal de 8,7 mil visitantes oriundos de várias regiões do país. Foi um crescimento de 27% no número médio de visitantes mensais em relação ao ano anterior.

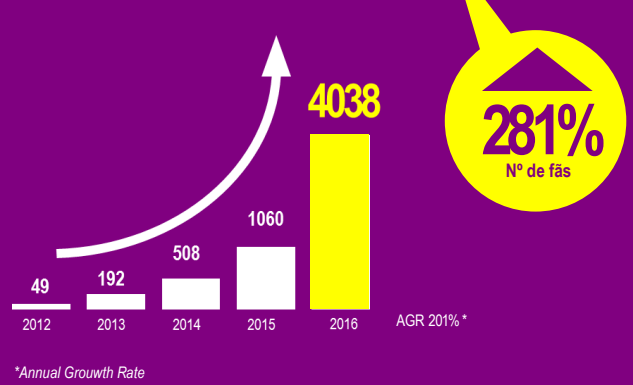
Quadro 34

Número de visitantes no portal do CCU (2015-2016)



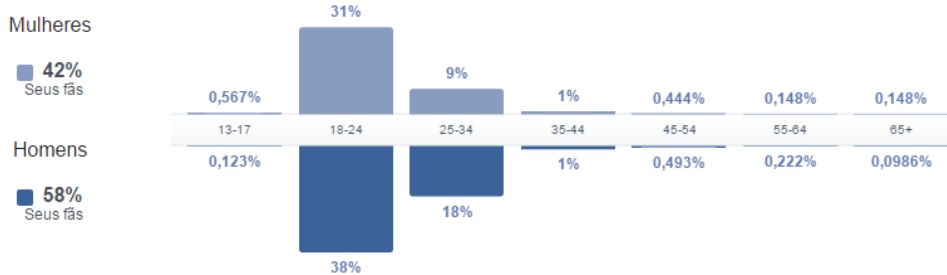
Quadro 35

Número de curtidas na fan page do CCU (2012-2016)



Quadro 36

Perfil dos fãs da página do CCU



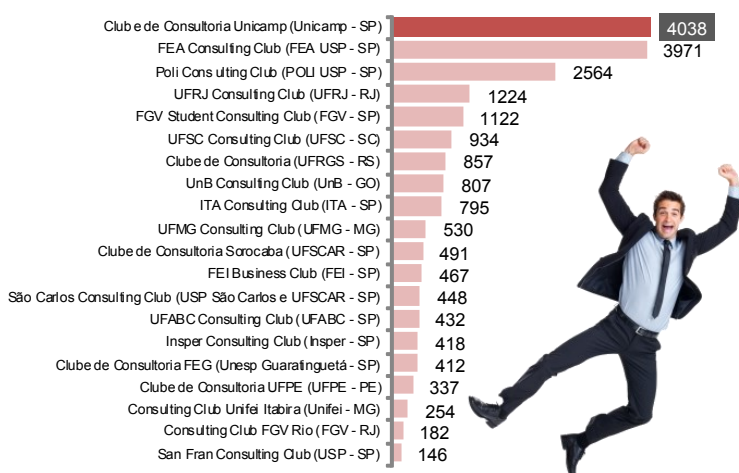
A segunda ferramenta, o Facebook, atualmente é utilizada para divulgação e fortalecimento da marca do clube perante os unicampers e como suporte para a divulgação ativa do conteúdo postado no portal. A *fan page*, criada em 2012, não tinha um papel estratégico no clube até o ano de 2015, quando a primeira pesquisa CCU X-Ray nos mostrou que os alunos queriam o CCU estivesse mais presente na rede. Naquele ano nós nos dedicamos a estudar e conhecer as estratégias utilizadas nessa mídia social para que fossemos eficientes nos nossos esforços.

As estratégias adotadas até o momento têm gerado grandes resultados para nós. Em apenas um ano, nós conseguimos aumentar o nosso número de fãs em 281% (2978 novas curtidas) e nos tornamos o *consulting club* brasileiro com o maior número de seguidores na rede. Outro importante resultado foi conseguir aumentar o número de seguidoras mulheres através das ações do *CCU Women*. Em 2014, o público de fãs femininas era de apenas 29%, enquanto que em janeiro de 2017 a representação subiu para 42%.

Mas será que esse resultado é algo realmente notório para se investir no CCU? Para responder essa pergunta nós comparamos, ao longo de 2016, mais de cem organizações estudantis com o intuito de termos um referencial comparativo do nosso desempenho. A média de curtidas das 100 organizações é foi de 3700 curtidas, e nosso desempenho foi acima disso.

Quadro 37

Nº de curtidas nas páginas do Facebook dos consulting clubs brasileiros (1 jan de 2017)



Analisando os rankings das subdivisões, *consulting clubs*, organizações da Unicamp, Movimento Empresa Júnior, clubes ou ligas de mercado financeiro externos e outras organizações estudantis externas percebemos que os nossos resultados são bastante expressivos e concorrem com organizações bastante sólidas.

Os principais rankings são o do *consultings clubs* nacionais e o das organizações da Unicamp. No primeiro nós ultrapassamos o FEA Consulting Club e nos tornamos o líder. Na Unicamp somos a sexta organização com maior número de curtidas, entre 34, a frente de entidades bastante representativas como o Núcleo das Empresas Juniores, AIESEC, Grupo de Mercado Financeiro e o MTE - Mercado de Trabalho em Engenharia.

Por fim, quando comparamos o nosso desempenho as entidades do Movimento Empresa Júnior, vemos que estamos a frente de algumas federações estaduais como a baiana e muito próximos de outras importantes como a do Paraná e Santa Catarina.

Outros referenciais comparativos

Quadro 38

#	CCU vs Unicamp	Likes
1	Talento Unicamp (Feira de recrutamento)	8053
2	Formula SAE Unicamp	5560
3	Liga das Engenharias da Unicamp	4242
4	Associação Atlética Acadêmica Kamal (Limeira)	4230
5	Urubus Aerodesign	4151
6	Clube de Consultoria Unicamp	4038
7	SAE - Serviço de Apoio ao Estudante	3982
8	Unicamp E-Racing	3534
9	Enactus Unicamp	3549
10	Equipe UNICAMP de Baja SAE	3250
11	Núcleo das Empresas Juniores da Unicamp (MEJ)	3117
12	Liga Empreendedora	3093
13	Grupo de Mercado Financeiro GMF	3053
14	Propeq (EJ)	3033
15	AIIESEC Limeira	2873
16	Engenheiros sem Fronteiras	2869
17	Enactus Unicamp Limeira	2548
18	MTE Limeira	2480
19	Conpec (EJ)	2391
20	Projec (EJ)	2323
21	Equipe Phoenix de Robôs	2145
22	Trote da Cidadania	1792
23	Integra (EJ)	1756
24	CAEMM	1552
25	Agrológica (EJ)	1444
26	All Química (EJ)	1401
27	GEPEA (EJ)	1323
28	Motriz (EJ)	1298
29	MTE	1136
30	Economica (EJ)	1097
31	CACO	1082
32	Mecatron (EJ)	1064
33	Liga do Mercado Financeiro Unicamp (Limeira)	943
34	Comestag	735

Quadro 41

#	CCU Vs Consulting Clubs EX	Likes
1	NTU Consulting Club (Taiwan)	5931
2	The Consulting & Strategy Club, IIM Lucknow (Índia)	4485
3	Consulting Club, IIM	4066
4	Clube de Consultoria Unicamp	4038
5	Wharton Undergraduate Consulting Club (WUCC)	1464
6	Cornell Consulting Club	1142
7	Columbia Graduate Consulting Club	1032
8	Club de Consultoria UBA Económicas	884
9	Consulting Club at UT Dallas	725
10	UChicago Consulting Club	302
11	Harvard Consulting Club	136

Quadro 39

#	CCU vs MEJ Brasil	Likes
1	Brasil Júnior	36478
2	Empresa Júnior PUC-Rio	13878
3	FEJEMG	10378
4	Empresa Júnior Mackenzie	7807
5	FEJESP	7632
6	Rio Júnior	6988
7	Júnior FEI	5910
8	EJ ADM UFBA	4982
9	FEJEPAR	4893
10	Poli Júnior	4860
11	FEJESC	4623
12	EESC Júnior	4315
13	Júnior FEA RP	4056
14	Clube de Consultoria Unicamp	4038
15	FEA Júnior USP	3819
16	Núcleo Unesp	3564
17	Produção Júnior Consultoria	3311
18	Empresa Júnior FGV	3008
19	Federação das Empresas Juniores Baianas	2685
20	Paulista Júnior	2662
21	Inspere Jr Consulting	2369
22	Líder Empresa Júnior	2288

Quadro 40

#	CCU vs Mercado Financeiro	Likes
1	Liga de Mercado Financeiro Fea-Usp	6861
2	Clube de Mercado Financeiro FEARP USP	5687
3	InFinance Inspere	4495
4	Clube de Consultoria Unicamp	4038
5	Poli Finance	3610
6	Liga de Mercado Financeiro UNESP	1498
7	Liga de Mercado Financeiro da UFSCar Sorocaba	1491
8	Liga de Mercado Financeiro PUC-Rio	1222
9	Liga de Mercado Financeiro - UnB	976

Quadro 42

#	CCU vs Entidades estudantis	Likes
1	Atlética Poli USP	10276
2	Papo de Consultor	9085
3	AIIESEC USP	8736
4	EESC USP - Formula SAE	7949
5	CAVC FEA USP (Centro Academico)	6761
6	Atlética FEA USP	4817
7	Rateria Poli	4449
8	Iteam USP RP	4280
9	Clube de Consultoria Unicamp	4038
10	FEA Social	4026

Aproximar

58% Buscam um ambiente de interação entre pessoas interessadas em consultorias

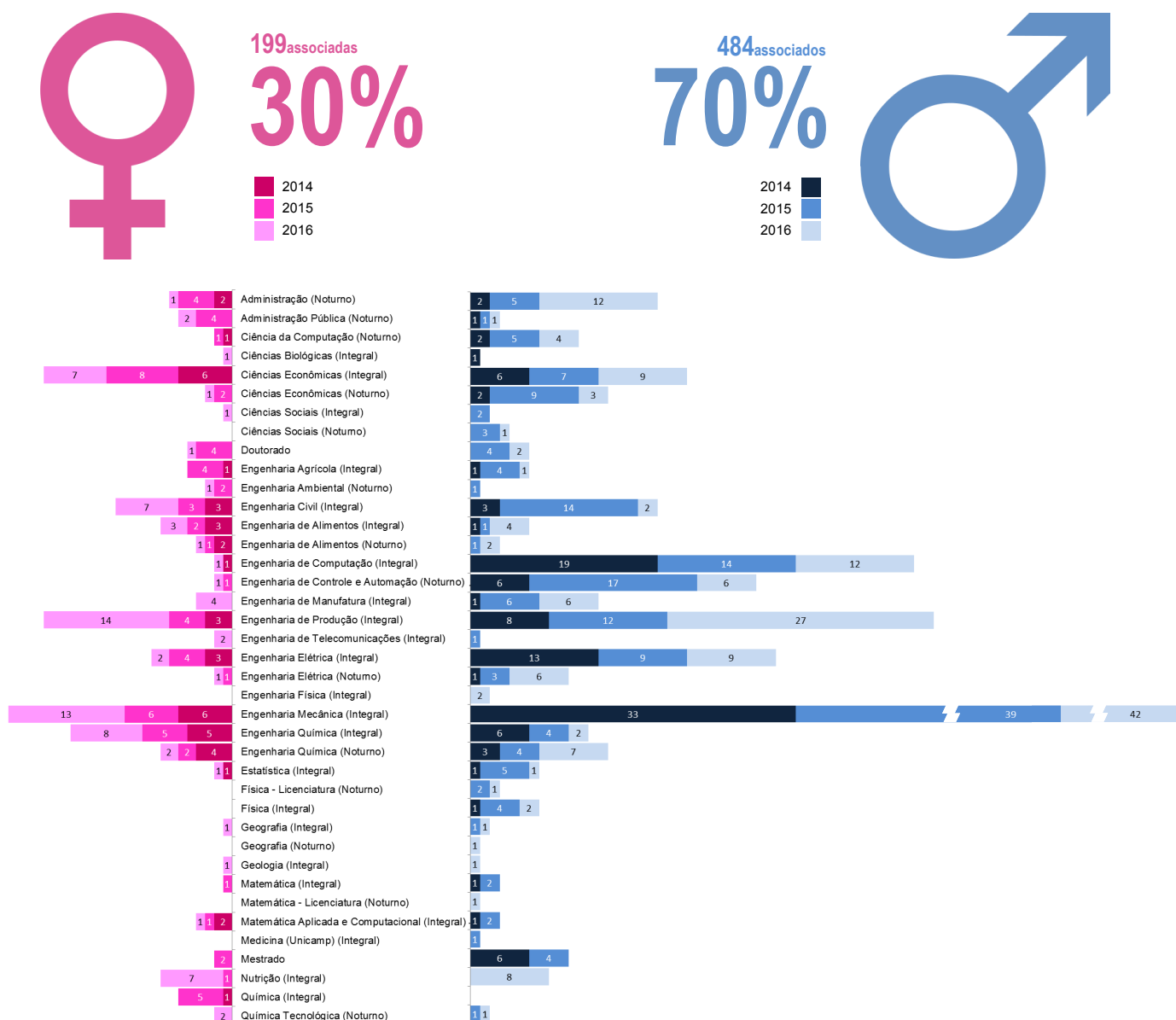
Além dos encontros semanais de preparação nos quais os alunos têm a oportunidade de conhecer outras pessoas que estão se preparando para os processos seletivos, o CCU possui um grupo de e-mails com pouco mais de 800 associados que, como já mencionado anteriormente, serve como canal de comunicação para troca experiências e dicas entre os alunos e também alumnis que trabalham ou já trabalharam na profissão. O grupo é restrito e nele são divulgados os processos seletivos e oportunidades de moradia em São Paulo.

Desde 2014, dos 711 alunos que se associaram ao CCU, 67% eram alunos de engenharia, mas apesar dessa hegemonia, nos dois últimos anos nós conseguimos aumentar a diversidade de cursos de 23% para 33%. Em 2016, também conseguimos aumentar em 3% a representatividade feminina no clube que era de 27% até 2015, mas o resultado ainda está aquém daquele que desejamos para o clube.

E falando de representatividade, os cursos com o maior número de mulheres associadas são engenharia química (26), engenharia mecânica (25), economia (24) e engenharia de produção (21). Já em relação aos homens, os cursos com o maior número de associados são engenharia mecânica (114), economia (54), engenharia química (50) e engenharia de produção (45). O curso de engenharia mecânica continua sendo o curso mais representativo no CCU e é responsável por 20,3% de todos os associados.

Quadro 43

Nº de novos associados por curso e sexo (2014-2016)



Nº de novos associados por curso (2014-2016)



161 alunos
20 cursos

253 alunos
28 cursos

297 alunos
29 cursos

2014

UNIDADE	%	#
Campinas	94	152
Limeira	6	9

CURSO	%	#
Eng. Mecânica (Int.)	24	39
Eng. de Computação (Int.)	12	20
Eng. Elétrica (Int.)	10	16
Ciências Econômicas (Int.)	7	12
Eng. de Produção (Int.)	7	11
Eng. Química (Int.)	7	11
Eng. Química (Not.)	4	7
Eng. Civil (Int.)	4	6
Eng. de Controle e Automação (Not.)	4	6
Mestrado	3	5
Administração (Not.)	2	4
Eng. de Alimentos (Int.)	2	4
Ciência da Computação (Not.)	2	3
Matemática Aplicada e Computacional (Int.)	2	3
Ciências Econômicas (Not.)	1	2
Eng. Agrícola (Int.)	1	2
Eng. de Alimentos (Not.)	1	2
Estatística (Int.)	1	2
Ciências Biológicas (Int.)	1	1
Eng. de Manufatura (Int.)	1	1
Eng. Elétrica (Not.)	1	1
Física (Int.)	1	1
Matemática (Int.)	1	1
Química (Int.)	1	1

2015

UNIDADE	%	#	EVOLUÇÃO (%)
Campinas	81	206	35,5
Limeira	19	47	422,2

CURSO	%	#	EVOLUÇÃO (%)
Eng. Mecânica (Int.)	18	45	▼ 6,4
Eng. Civil (Int.)	7	17	▲ 3,0
Eng. de Controle e Automação (Not.)	7	17	▲ 3,0
Eng. de Produção (Int.)	6	16	▼ 0,5
Ciências Econômicas (Int.)	6	15	▼ 1,5
Eng. de Computação (Int.)	6	14	▼ 6,9
Eng. Elétrica (Int.)	5	13	▼ 4,8
Ciências Econômicas (Not.)	4	11	▲ 3,1
Eng. Química (Int.)	4	9	▼ 3,3
Eng. Agrícola (Int.)	3	8	▲ 1,9
Doutorado	3	8	■
Administração (Not.)	3	8	▲ 0,7
Eng. de Manufatura (Int.)	2	6	▲ 1,8
Ciência da Computação (Not.)	2	6	▲ 0,5
Eng. Química (Not.)	2	6	▼ 2,0
Mestrado	2	6	▼ 0,7
Administração Pública (Not.)	2	5	■
Estatística (Int.)	2	5	▲ 0,7
Química (Int.)	2	5	▲ 1,4
Eng. Elétrica (Not.)	2	4	▲ 1,0
Física (Int.)	2	4	▲ 1,0
Ciências Sociais (Not.)	1	3	■
Matemática (Int.)	1	3	▲ 0,6
Eng. Ambiental (Not.)	1	3	■
Matemática Aplic. e Comp. (Int.)	1	3	▼ 0,7
Eng. de Alimentos (Int.)	1	3	▼ 1,3
Ciências Sociais (Int.)	1	2	■
Eng. de Alimentos (Not.)	1	2	▼ 0,5
Física - Licenciatura (Not.)	1	2	■
Medicina (Unicamp) (Int.)	0,4	1	■
Química Tecnológica (Not.)	0,4	1	■
Nutrição (Int.)	0,4	1	■
Eng. de Telecomunicações (Int.)	0,4	1	■

2016

UNIDADE	%	#	EVOLUÇÃO (%)
Campinas	80	238	16
Limeira	20	59	25

CURSO	%	#	EVOLUÇÃO (%)
Eng. Mecânica (Int.)	18	54	▲ 0,6
Eng. de Produção (Int.)	14	41	▲ 7,6
Eng. Civil (Int.)	9	26	▲ 2,1
Eng. Química (Int.)	9	26	▲ 5,3
Administração (Not.)	6	19	▲ 3,3
Mestrado	5	15	▲ 2,7
Ciências Econômicas (Int.)	5	14	▼ 1,2
Eng. de Computação (Int.)	4	13	▼ 1,1
Eng. Elétrica (Int.)	3	10	▼ 1,7
Eng. Química (Not.)	3	9	▲ 0,7
Eng. de Manufatura (Int.)	3	9	▲ 0,7
Eng. de Alimentos (Int.)	2	7	▲ 1,2
Eng. Elétrica (Not.)	2	6	▲ 0,5
Eng. de Controle e Automação (Not.)	2	6	▼ 4,7
Ciência da Computação (Not.)	1	4	▼ 1,0
Ciências Econômicas (Not.)	1	4	▼ 3,0
Eng. de Alimentos (Not.)	1	3	▲ 0,2
Doutorado	1	3	▼ 2,1
Química Tecnológica (Not.)	1	3	▲ 0,6
Administração Pública (Not.)	1	3	▼ 1,0
Geologia (Int.)	1	2	■
Física (Int.)	1	2	▼ 0,9
Geografia (Int.)	1	2	■
Eng. de Telecomunicações (Int.)	1	2	▲ 0,3
Eng. Física (Int.)	1	2	■
Matemática - Licenciatura (Not.)	0	1	■
Estatística (Int.)	0	1	▼ 1,6
Ciências Sociais (Not.)	0	1	▼ 0,8
Matemática Aplic. Comp. (Int.)	0	1	▼ 0,8
Ciências Sociais (Int.)	0,3	1	▼ 0,5
Física - Licenciatura (Not.)	0,3	1	▼ 0,5
Eng. Agrícola (Int.)	0,3	1	▼ 2,8
Ciências Biológicas (Int.)	0,3	1	■
Geografia (Not.)	0,3	1	■

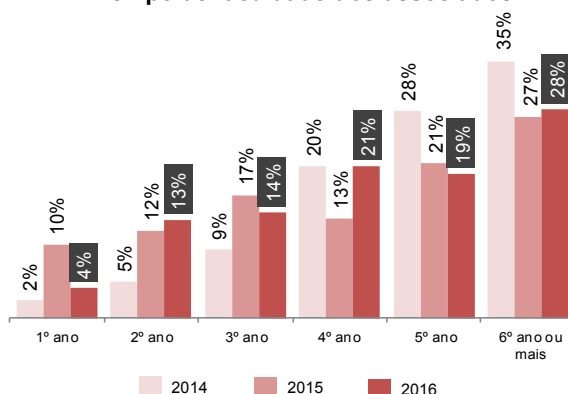
O número de novos associados ao CCU tem crescido 35% ao ano e o clube já consegue alcançar alunos de 27 dos 70 cursos oferecidos na Unicamp, mais mestrandos e doutorandos. Em Limeira a taxa de crescimento é ainda maior, 156% ao ano, e o curso de engenharia de produção é o principal protagonista desse resultado porque, apesar de termos iniciado as nossas atividades no campus a apenas um ano, o curso sempre esteve entre os mais representativos, com destaque para 2016, quando foi o segundo curso com o maior número de novos associados.

O nosso negócio está mais direcionado aos alunos dos últimos anos de graduação, logo, os unicampers que ingressaram na universidade a quatro anos ou mais representam a maior parte dos nossos associados (68% em 2016). No entanto, nos dois últimos anos, mais de 30% das novas associações foram de alunos dos primeiros anos que tiveram contato com consultoria e querem continuar conhecendo a profissão e acompanhando as novidades do Clube.

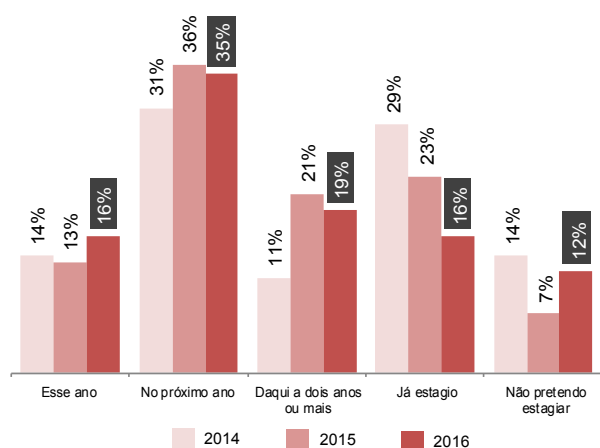
Esse indicador é muito positivo porque nos mostra que estamos conseguindo criar uma *awareness* de consultoria mais cedo do que era usual na Unicamp, principalmente por causa das nossas ações de divulgação e do nosso crescimento enquanto organização estudantil. Fato importantíssimo para que seja possível atingir a nossa visão nos próximos anos.

Quadro 44

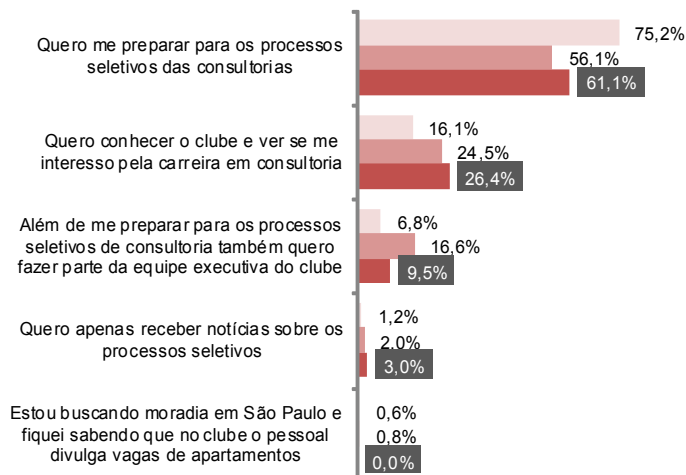
Tempo de faculdade dos associados



Período que os novos associados pretendem começar a estagiar



Razões pelas quais os alunos se associam ao CCU



Os unicampers mais novos também são fundamentais para a continuidade e prosperidade do CCU, por isso, ter ações específicas para eles é crucial e nos dá condições de recrutar novos talentos para a equipe executiva e, por conseguinte, garantir a sucessão dos cargos executivos. Menos de 10% dos nossos associados têm interesse em fazer parte da equipe executiva do clube, então, precisamos estar muito atentos a essa questão.

O percentual de estudantes que entraram no CCU pela curiosidade de saber sobre consultoria aumentou 10,3% e hoje representa 26,4% de todas as novas associações. Esse público tem o interesse de descobrir a profissão de consultor como uma opção de carreira após a graduação e nesse contexto é nosso papel mostrar os pontos positivos e negativos da profissão visando sempre conquistá-lo.

Além do grupo de e-mails, nós temos mais duas comunidades para proporcionar aos alunos um ambiente de networking, o CCU Alumni e o CCU Women.



A comunidade CCU Alumni tem os objetivos de aproximar os unicampers dos alumnis através do compartilhamento de experiências, e de homenagear os ex alunos que estão fazendo carreira e história nas consultorias.

No Portal CCU há um site exclusivo para a comunidade onde são postadas periodicamente entrevistas exclusivas com os depoimentos dos consultores formados pela Unicamp. São relatos das experiências vivenciadas por eles, antes, durante e algumas vezes depois da consultoria.

Nessas entrevistas os candidatos conseguem tirar dicas de preparação para os processos seletivos, ter uma visão melhor do cotidiano de um consultor, dos benefícios e dos pontos fracos da carreira, além de uma boa noção dos rumos naturais da profissão.

O Consulting Day é um evento voltado para reunir presencialmente os alumnis e alguns unicampers para intensificar essa troca de experiências e promover o networking.



Lançado em maio de 2016, o *CCU Women* tem a função de promover a carreira de consultoria entre as alunas da Unicamp e formar uma comunidade de mulheres que se sintam preparadas e seguras para performar no mercado de trabalho em uma situação de maior igualdade e de oportunidades.

Com isso, esperamos ser a comunidade de alunas e ex-alunas da Unicamp que promova a formação de lideranças femininas, conscientes do seu potencial e talento, motivadas a aumentar a representatividade feminina em cargos de liderança.

O grupo é aberto à todas as unicampers e oferece palestras, mesas redondas, eventos só para mulheres, treinamentos e workshops voltados a atuação da mulher no mercado de trabalho.

No primeiro ano do grupo foram realizados um treinamento de liderança da McKinsey & Co e um evento só para mulheres do BCG - Women@BCG, ambos no campus de Campinas.



56% Esperam que o CCU promova eventos para aproximar os consultores e os alunos

Para aproximar os unicampers das consultorias e criar uma *awereness* de consultoria e do CCU nós apostamos muito na realização de eventos. Além do apoio aos eventos esporádicos que as consultorias realizam em seus escritórios, nos campi em parceria conosco ou qualquer outra organização estudantil, nós também temos eventos padrões com foco em atração e outros em preparação. São eles:

WHAT'S CONSULTING?

Média de público: 40 participantes

A cada início de semestre, o CCU realiza o *What's Consulting?* para os alunos da Unicamp com o intuito de desvendar os mistérios, mitos e paradigmas da carreira de consultoria de gestão e estratégia. No evento também é apresentado o clube, o *PREP 4 Consulting* e são abertas as inscrições para a turma do semestre.

A palestra costuma ser realizado pelo CCU, mas estamos abertos a receber consultorias, assim como em 2014, quando o evento contou com a participação da KPMG, uma das *big four*, como consultoria convidada para apresentar um pouco das características desse tipo de consultoria.

CONSULTING DAY

Média de público: 30 participantes

O Consulting Day é um dia de integração entre os ex-alunos da Unicamp que estão trabalhando com consultoria e os alunos que tem interesse pela carreira e almejam trabalhar em consultoria.

Em um ambiente agradável, o evento oferece uma ótima oportunidade para os *alumni* relembrem de uma ótima época da sua vida, a faculdade; já os alunos poderão sanar todas as suas dúvidas sobre a carreira de consultoria além de poderem bater um papo com os consultores em um clima casual e divertido durante um churrasco.

BATALHA DE CASOS

Desafio. Aprendizado. Emoção

Média de público: 2015: 17 equipes, 2016: 21 equipes (2 de outros estados)

A Batalha de Casos é uma competição de resolução de casos de negócios desenvolvida para os alunos de graduação e pós graduação das universidades de Campinas e região. A competição reúne equipes, formadas por quatro universitários cada, para vivenciar a experiência do cotidiano da profissão de um consultor estratégico, além de lhes proporcionar muito aprendizado e desenvolvimento pessoal por meio dos desafios de alto grau de dificuldade.

A primeira etapa da competição é um teste online que seleciona as 10 melhores equipe para desenvolverem um *case de business plan* na fase seguinte. A terceira etapa é a final presencial que ocorre no escritório de uma consultoria com as equipes finalistas.

IAM Unicamp <consultoria>

Média de público: 50 participantes

Reunimos *alumni* formados na Unicamp para compartilharem suas experiências de vida e de consultoria com os unicampers. O evento é bastante dinâmico porque o bate papo é realizado no formato de um painel, com perguntas e respostas, e a interação é constante entre os consultores e o público. Já participaram desse evento o BCG, a Mckinsey & Co, a Bain & Co e a Falconi.

PROMOVER

eventos de exposição da carreira e do CCU.

ATRAIR
curiosos

ASSOCIAR
interessados

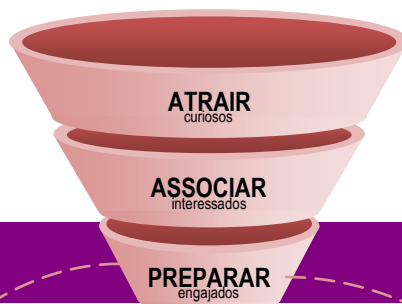
PREPARAR
engajados

APROVAR

DESPERTAR

nos unicampers o interesse por consultoria.





ORIENTAR
os estudos para os processos seletivos.

TREINAR
os candidatos realmente engajados.

APROVAR

CRACK THE TEST

Média de público: 70 participantes

Os Crack the Tests são simulados das primeiras etapas dos processos seletivos que as próprias consultorias aplicam para os unicampers na universidade, geralmente poucas semanas antes do processo verdadeiro.

O objetivo é deixar os estudantes mais familiarizados os estilos, características e tempos das provas, para que os candidatos tenham um melhor desempenho no dia da aplicação real e consigam passar para as próximas etapas do processo.

CRACK THE CASE

Média de público: Depende de cada consultoria parceira

Empresas de consultoria são convidadas a passar dicas, aplicar cases similares aos aplicados em seus processos seletivos e, principalmente passar um feedback profissional para os participantes.

O evento proporciona aos estudantes iniciantes informações e técnicas para abordar os problemas apresentados, além de uma primeira experiência de resolver um case nas mesmas condições de um processo seletivo real. Já para os alunos mais experientes com as seleções de consultoria, o evento proporciona um simulado de dinâmica de grupo e feedbacks de consultores experientes.

CONSULTING FIRM: GETTING THE JOB



Média de público: 90 participantes

O *Consulting firm: Getting the Job* é uma simulação do processo seletivo de empresas de consultoria estratégica e de gestão desenvolvido pelo Clube de Consultoria da Unicamp no ano de 2014. O objetivo é proporcionar aos alunos da Unicamp uma experiência prévia de uma seleção de consultoria.

Os participantes passam por todas as etapas mais comuns no recrutamento e seleção: provas de raciocínio lógico baseadas no GMAT, prova de *Business Case*, dinâmica em grupos e entrevistas de caso. O CCU convidada consultorias para realizarem cada uma das etapas e tornar a experiência o mais real possível..



Seja nosso parceiro
Realize o seu evento com o CCU!

Entre em contato conosco
presidencia@consultoriaunicamp.com.br

Referência bibliográfica

Eric Chin. Clash of the Titans: Big Four vs MBB vs BigLaw. [Internet]. Australia: [publicado em 16 de fevereiro de 2015; citado em 25 de janeiro de 2017]
Disponível em: <http://www.beatoncapital.com/2015/02/clash-titans-big-four-vs-mbb-vs-biglaw/>

Wikipédia, a enciclopédia livre [Internet]. - [citado em 20 de janeiro de 2017]. Disponível em: endereço https://pt.wikipedia.org/wiki/Gera%C3%A7%C3%A3o_Z

Time CCU 2015/2016

Diretoria executiva

Bruno Belarmino
Frederico Mascarenhas
Paula Fernandes
Rafaella Assolari
Ricardo Moreno
Vinícius Moya
Wilamar Valença

Equipe executiva

Bruno de Souza
Felipe Meirelles
Gabriel Zambon
Igor Scherb
Isabella Esperini
Letícia Cabral
Marcelo Trindade
Maurício Cavalcante
Mônica Carneiro
Nicolas Sakurai
Paulo Henrique Freitas
Pedro Trindade
Renan Primo
Robert Sonnemberg
Rodrigo Rosa
Rodolfo Batista
Samuel Silva
Tauan Gomes
Thais Stegmann
Vitor Saecheta
Vitor Sato

Contato para dúvidas e parcerias

Wilamar Valença
presidencia@consutoriaunicamp.com.br



Janeiro 2017

Copyright © Clube de Consultoria Unicamp
www.consultoriaunicamp.com.br