RK 06	RK 05	ESCOLA [1]	CIDADE	PAÍS	GMAT MÉDIO TOTAL	SELETIVIDADE [2] (VAGAS/ POSTULAÇÕES) %	PODER DE REDE REGIONAL [3]	INOVAÇÃO CURRICULAR [4]	PRESTÍGIO DA ESCOLA (PROFES.) % [5]	NÚMERO DE ALUNOS [6]
1	2	STANFORD GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS	STANFORD	EUA	712	10,8	REGULAR	ALTA	51	378
2	1	WHARTON SCHOOL, U. OF PENNSYLVANIA	FILADÉLFIA	EUA	714	21,0	BOM	MÉDIA / ALTA	56	794
3	4	HARVARD BUSINESS SCHOOL*	BOSTON	EUA	707	16,0	EXCELENTE	MÉDIA	70	914
4	5	INSEAD	FONTAINEBLEAU	FRANÇA	702	N.D.	REGULAR / BOM	MÉDIA / ALTA	50	882
5	3	MIT SLOAN SCHOOL OF MANAGEMENT	CAMBRIDGE	EUA	710	20,1	BOM	MÉDIA / ALTA	37	372
5	6	KELLOGG, NORTHWESTERN UNIVERSITY	EVANSTON	EUA	700	24,2	REGULAR / BOM	MÉDIA / ALTA	40	533
7	7	COLUMBIA BUSINESS SCHOOL, GSB	NOVA YORK	EUA	706	15,0	REGULAR	MÉDIA	29	515
8	9	UNIVERSITY OF CHICAGO	CHICAGO	EUA	701	N.D.	REGULAR / BOM	MÉDIA / BAIXA	30	549
9	8	LONDON BUSINESS SCHOOL	LONDRES	INGLATERRA	680	N.D.	REGULAR / BOM	MÉDIA / ALTA	48	325
10	12	IESE BUSINESS SCHOOL	BARCELONA	ESPANHA	674	38,3	EXCELENTE	MÉDIA	26	223
11	10	IMD	LAUSANNE	SUÍÇA	680	26,8	REGULAR	ALTA	26	90
12	14	HAAS SCHOOL OF BUSINESS, BERKELEY	BERKELEY	EUA	702	23,1	FRACO	MÉDIA	15	247
13	13	FUQUA SCHOOL OF BUSINESS, DUKE UNIVERSITY	DURHAM	EUA	705	N.D.	REGULAR	BAIXA	13	410
14	11	NEW YORK UNIVERSITY, STERN SCHOOL OF BUSINESS*	NOVA YORK	EUA	694	27,0	FRACO	MÉDIA	18	419
15	17	TUCK SCHOOL OF BUSINESS AT DARTMOUTH	HANNOVER	EUA	699	23,7	REGULAR / FRACO	MÉDIA	14	245
16	15	MCCOMBS, UNIVERSITY OF TEXAS AT AUSTIN	AUSTIN	EUA	672	39,4	BOM	MÉDIA	8	257
17	16	UCLA, THE ANDERSON SCHOOL*	LOS ANGELES	EUA	700	30,0	REGULAR	BAIXA	19	318
18	20	UNIVERSITY OF MICHIGAN, ROSS SCHOOL OF BUSINESS	ANN ARBOR	EUA	691	32,1	FRACO	MÉDIA / BAIXA	14	423
19	19	INSTITUTO DE EMPRESA (IE)	MADRI	ESPANHA	685	28,6	BOM	MÉDIA	13	360
20	18	DARDEN GRADUATE SCHOOL, U. OF VIRGINIA	CHARLOTTESVILLE	EUA	680	49,1	REGULAR / BOM	MÉDIA	10	304
21	21	CARNEGIE MELLON*	PITTSBURGH	EUA	692	35,0	FRACO	MÉDIA / ALTA	3	163
22	23	U. OF NORTH CAROLINA AT CHAPEL HILL, KENAN-FLAGLER	CHAPEL HILL	EUA	680	49,2	REGULAR / BOM	MÉDIA	3	281
23	22	ROTMAN SCHOOL OF MANAGEMENT, U. OF TORONTO	TORONTO	CANADÁ	642	53,1	REGULAR	MÉDIA / ALTA	4	257
24	26	HEC SCHOOL OF MANAGEMENT	PARIS	FRANÇA	650	24,0	REGULAR / BOM	MÉDIA / BAIXA	8	180
25	24	YALE UNIVERSITY*	NEW HAVEN	EUA	683	28,0	FRACO	MÉDIA	7	211
26	27	ESADE BUSINESS SCHOOL	BARCELONA	ESPANHA	650	45,2	BOM	MÉDIA	15	113
27	25	CORNELL UNIVERSITY, JOHNSON SCHOOL*	ITHACA	EUA	660	36,0	FRACO	MÉDIA / BAIXA	5	300
28	28	RICHARD IVEY SCHOOL OF BUSINESS (WESTERN ONTARIO)	LONDON, ONTÁRIO	CANADÁ	653	68,4	REGULAR / FRACO	MÉDIA	15	241
29	29	RSM, ERASMUS UNIVERSITY	ROTTERDAM	HOLANDA	640	58,8	REGULAR / BOM	MÉDIA / BAIXA	2	106
30	30	BABSON COLLEGE	WELLESLEY	EUA	623	68,7	REGULAR	BAIXA	6	162
31	31	GOIZUETA BUSINESS SCHOOL, EMORY UNIVERSITY	ATLANTA	EUA	681	39,7	REGULAR / FRACO	MÉDIA / BAIXA	1	147
32	35	JUDGE INSTITUTE OF MANAGEMENT, CAMBRIDGE UNIVERSITY*	CAMBRIDGE	INGLATERRA	670	23,9	FRACO	MÉDIA / BAIXA	2	56
33	34	SAÏD BUSINESS SCHOOL, UNIVERSITY OF OXFORD*	OXFORD	INGLATERRA	676	52,0	FRACO	MÉDIA	6	221
34	33	MCGILL UNIVERSITY	MONTREAL	CANADÁ	652	40,1	REGULAR / FRACO	MÉDIA / BAIXA	4	110
35	36	CRANFIELD SCHOOL OF MANAGEMENT	CRANFIELD, BEDFORD	INGLATERRA	660	55,8	REGULAR / FRACO	MÉDIA	3	64
36	32	TULANE UNIVERSITY, FREEMAN SCHOOL	NOVA ORLEANS	EUA	654	63,6	REGULAR	MÉDIA / BAIXA	4	91
37	37	WASHINGTON UNIVERSITY IN ST. LOUIS	ST. LOUIS	EUA	639	55,7	FRACO	MÉDIA / BAIXA	1	119
38	39	SDA BOCCONI	MILÃO	ITÁLIA	660	35,1	FRACO	BAIXA	4	115
39	38	GEORGETOWN UNIVERSITY*	WASHINGTON	EUA	658	47,0	FRACO	MÉDIA / BAIXA	1	241
40	40	UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA (MARSHALL)*	LOS ANGELES	EUA	677	38,0	FRACO	BAIXA	0	222
41	41	SIMON GRADUATE SCHOOL, UNIVERSITY OF ROCHESTER	ROCHESTER	EUA	659	40,0	FRACO	BAIXA	1	122
42	43	THUNDERBIRD (THE GARVIN SCHOOL)	GLENDALE	EUA	602	65,4	REGULAR / BOM	MÉDIA / BAIXA	6	249
43	42	PURDUE UNIVERSITY (KRANNERT)	W. LAFAYETTE	EUA	657	49,1	FRACO	BAIXA	1	118
44	44	INDIANA UNIVERSITY	BLOOMINGTON	EUA	646	39,7	FRACO	MÉDIA / BAIXA	1	192
45	45	WAKE FOREST UNIVERSITY (BABCOCK)	WINSTON-SALEM	EUA	630	72,2	REGULAR	BAIXA	2	88
46	47	WARWICK BUSINESS SCHOOL*	COVENTRY	INGLATERRA	620	52,0	FRACO	BAIXA	2	56
47	48	MANCHESTER BUSINESS SCHOOL	MANCHESTER	INGLATERRA	625	52,4	REGULAR / FRACO	MÉDIA / BAIXA	2	69
48	50	BOSTON UNIVERSITY SCHOOL OF MANAGEMENT	BOSTON	EUA	655	44,8	FRACO	BAIXA	2	143
49	.	CEIBS (CHINA EUROPE INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL)	XANGAI	CHINA	688	33,9	FRACO	BAIXA	4	124
50	46	VANDERBILT UNIVERSITY*	NASHVILLE	EUA	624	51,0	FRACO	BAIXA	1	195
51	49	UNIVERSITY OF PITTSBURGH, KATZ	PITTSBURGH	EUA	624	54,9	FRACO	BAIXA	2	97
52	54	HHL-LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT	LEIPZIG	ALEMANHA	650	51,6	REGULAR / FRACO	BAIXA	2	39
53	52	UNIVERSITY OF MIAMI, SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION	MIAMI	EUA	605	65,1	FRACO	MÉDIA / BAIXA	1	112
54	51	CASE WESTERN RESERVE UNIVERSITY*	CLEVELAND	EUA	588	65,0	REGULAR	MÉDIA	0	107
55	55	THE CHAPMAN GSB, FLORIDA INTERNATIONAL UNIVERSITY	MIAMI	EUA	523	45,2	REGULAR / FRACO	BAIXA	1	40

% ALUNOS ESTRANGEIROS	DURAÇÃO (MESES)	CUSTO TOTAL MBA US$ MIL [7]	CUSTO DE VIDA ANUAL US$ MIL [8]	SALÁRIO DEPOIS DO MBA [9] US$ MIL/ANO	OBSERVAÇÕES	INTERNET
39	20	86,8	22,6	104,9	Mudanças curriculares aprovadas. Trabalho em negócios responsáveis.	www.gsb.stanford.edu
42	18	82,9	17,7	101,6	Experiência em liderança com ênfase em habilidades de comunicação.	www.wharton.upenn.edu/mba
33	18	75,0	28,6	99,8	Contato com a região através do centro de pesquisa em Buenos Aires.	www.hbs.edu/mba
87	10	56,6	36,0	100,4	Perspectiva multicultural. Aproximação com comunidade internacional de negócios.	www.insead.edu
33	22	85,3	27,0	99,6	Estágio sobre empreendedorismo global em mais países.	mitsloan.mit.edu
26	22	77,7	15,5	96,7	Interessante curso de iniciativas globais em administração.	www.kellogg.northwestern.edu
31	20-16	76,6	22,4	96,4	Cursos sobre ética; conferência anual que busca oportunidades de negócios na América Latina.	www.gsb.columbia.edu
33	21	83,2	22,8	97,6	Incorporação de novos cursos à malha curricular.	www.chicagogsb.edu
91	21-15	76,0	41,3	106,9	Possibilidade de realizar programa em 15 meses.	www.london.edu
75	19	74,2	20,3	107,9	Programas de formação em 18 países. Criação com o Insead do 'European Entrepeneurship Accelerator'.	www.iese.edu
98	11	44,7	28,5	113,0	Pesquisa inovadora.	www.imd.ch/mba
37	21	73,1	29,1	95,5	Interessante trabalho em negócios responsáveis.	www.haas.berkeley.edu
39	22	78,7	14,2	90,2	Integração de aprendizagem, enfatizando liderança e ética em ambientes multiculturais.	www.fuqua.duke.edu
29	21	75,4	26,8	90,7	Dupla graduação com o HEC. Cursos intensivos na Argentina, Dinamarca e Austrália.	www.stern.nyu.edu
28	21	81,3	9,0	100,0	Projetos de consultoria para clientes latino-americanos.	www.tuck.dartmouth.edu
22	22	67,3	13,0	84,0	Opção de aprender idioma e cultura para desenvolvimento de negócios na região.	www.mccombs.utexas.edu
27	21	65,8	23,7	89,5	Esforço para facilitar a busca de trabalho na região.	www.anderson.ucla.edu
35	20	77,6	10,6	90,0	Mudanças na parte obrigatória da malha curricular.	www.bus.umich.edu
76	13	53,0	19,5	80,0	Programa de desenvolvimento pessoal (carreira, comunicação e negociação); boa rede de alianças na região.	www.ie.edu
26	21	79,0	16,5	91,7	Desenvolvimento de pesquisa na América Latina através do Instituto Batten.	www.darden.virginia.edu
30	21	78,1	19,8	87,5	Escolha entre oito tipos de carreira, para desenvolver programa de acordo com interesses pessoais.	www.gsia.cmu.edu
29	21	74,8	19,6	85,6	Novo curso para estudantes internacionais. Bons resultados em concorrências de casos.	www.kenan-flagler.unc.edu
45	16	39,6	11,4	75,7	Redesenho de currículo segundo pensamento integrador de negócios; cursos na região.	www.rotman.utoronto.ca
82	16	48,6	20,8	86,8	Seminários multidisciplinares.	www.mba.hec.edu
21	21	78,4	18,8	89,5	A partir ano 2006/2007, redesenho do currículo em relação ao eixo de liderança.	www.mba.yale.edu
75	18	61,7	18,2	72,9	Foco em competências, empreendedorismo e visão socialmente responsável.	www.esade.edu/mba
26	20	77,6	18,6	89,2	Aprendizagem prática; ampla gama de cursos sobre temas internacionais.	www.johnson.cornell.edu
44	12	58,7	16,9	85,3	Redução de programa para um ano.	www.ivey.uwo.ca/mba
96	15	40,8	16,8	115,0	Incorporação de especialidades em finanças, marketing, comunicação, tecnologia e estratégia.	www.rsm.nl
46	21-12	65,8	19,0	80,7	Dupla via de transferência de conhecimento e experiência através da América.	www.babson.edu/mba
35	19	72,1	15,0	83,8	Programa de liderança; viagens à região para visitar empresas.	www.goizueta.emory.edu
90	12	49,0	18,5	97,0	Foco da malha curricular em áreas de interesse pessoal, através de eletivos.	www.thecambridgemba.com
92	12	54,0	19,0	112,0	Novos eletivos para programa de um ano. Cursos opcionais sobre negócios na China e desenho de liderança.	www.sbs.ox.ac.uk
54	16	35,7	15,1	69,0	Programa de verão no Brasil.	www.mcgill.ca/mba
61	12	50,0	15,0	111,8	Reestruturação interessante do programa.	www.cranfieldmba.info
30	24-17	67,5	14,1	74,0	Programa de Ph.D. para escolas da região. Forte impacto do furacão Katrina.	www.freeman.tulane.edu
35	21	71,9	28,6	80,2	Desenvolvimento de redes de contato entre ex-alunos na região.	www.olin.wustl.edu
50	14	40,0	18,0	84,5	Introdução de áreas de especialidade em administração.	www.sdabocconi.it/mba
33	24	68,0	24,0	87,8	Currículo focado na realidade dos negócios. Curso de negócios internacionais que inclui residência.	mba.georgetown.edu
22	20	70,2	12,0	82,0	Crescimento de programas globais.	www.marshall.usc.edu
51	22-18	71,5	17,7	81,7	Redesenho da parte obrigatória da malha curricular.	www.simon.rochester.edu
44	16	64,2	21,4	72,3	Novo currículo que requer experiência global.	www.thunderbird.edu
29	24	60,0	11,0	81,1	Novas áreas de especialização: tecnologia, inovação e empreendedorismo.	www.krannert.purdue.edu
40	21	54,7	14,4	82,5	Programa prático de liderança.	www.bus.indiana.edu/mba
27	21	59,0	11,7	74,5	Viagem de verão de alunos: consultoria para pequenas empresas.	www.mba.wfu.edu
75	12	43,6	21,4	72,8	Novo curso obrigatório para desenvolvimento de habilidades em inteligência emocional.	www.warwickmba.com
86	18	55,4	16,8	93,9	Revisão do programa.	www.mbs.ac.uk
34	21	61,1	16,1	81,5	Desenvolvimento de portfólio de experiência para apresentar a empregadores e planejar carreira.	www.management.bu.edu
19	18	27,5	9,0	38,1	Boa rede de conexão na Europa e nos Estados Unidos.	www.ceibs.edu
37	18	70,4	24,7	81,0	Aprofundamento na área de interesse: empreendimento, marcas, meio ambiente, etc.	www.mba.vanderbilt.edu
48	16	46,4	10,7	67,0	Programa MBA executivo no Brasil.	www.katz.pitt.edu
62	15	28,7	7,7	65,0	Incorporação de maior flexibilidade ao programa; períodos de estudo no exterior.	www.hhl.de/mba
29	21	61,4	15,1	63,9	Maior gama de cursos focados em negócios internacionais.	www.bus.miami.edu/grad
38	21-11	66,8	16,5	65,0	Possibilidade de especializações em várias áreas.	www.weatherhead.cwru.edu
45	12	31,5	14,4	43,9	Ampliando laços com a região.	business.fiu.edu/chapman

RANKING
MBAs GLOBAIS

O Ranking dos Melhores MBAs Globais para Latino-Americanos procura servir de guia sobre os programas que agregam mais valor para os executivos da região. Para isso, são medidos os benefícios potenciais de estudar em uma destas pós-graduações nessas instituições. As escolas foram selecionadas em uma amostra de 75 instituições que, seja pela sua qualidade geral e/ou seu foco global, foram julgadas interessantes.

O passo seguinte foi o desenvolvimento de um questionário ad-hoc para obter informação sobre cada MBA. Além de coletar dados essenciais sobre as características de cada programa, este questionário identifica as principais variáveis que intervém no momento de ranquear as escolas. Todas essas variáveis têm o mesmo peso dentro da avaliação.

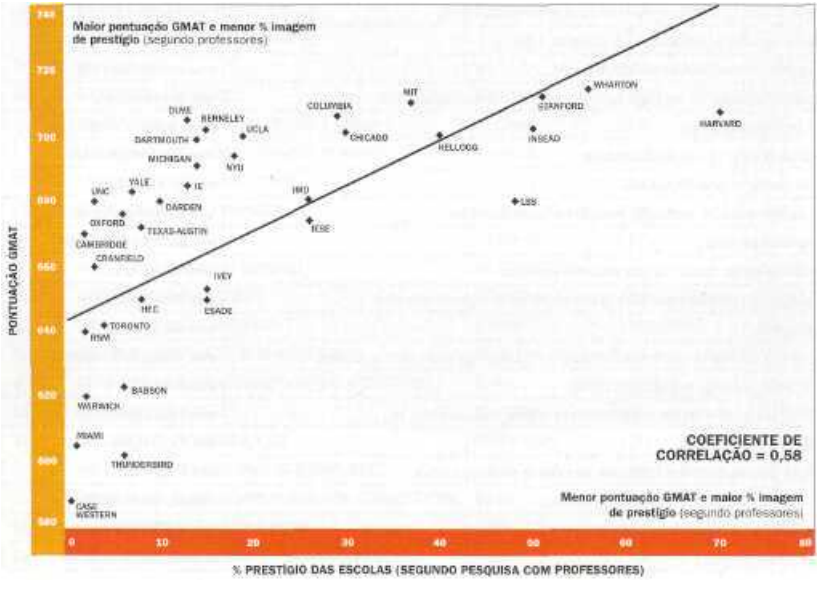
Excelência na seleção dos melhores candidatos: variável determinante da qualidade de um programa que reflete um compromisso com cumprir altos padrões educativos e nao centrar a atenção somente em encher salas de aula comprometendo a qualidade. É medida através de dois indicadores: média da pontuação GMAT da última geração que ingressou ou programa Full Time e sobre a base do nível de seletividade (% de candidatos aceitos no programa).

Relação da escola com a América Latina: expressada nos esforços por fortalecer e ampliar seus vínculos com a região (poder de rede). Análise com base nos seguintes fatores: 1) Esforço por fortalecer o network na região; avalia o tipo de trabalho que foi feito nos últimos cinco anos para melhorar a rede de trabalho e contato na América Latina. Ganham melhor avaliação as relações que implicam maior colaboração mútua com instituições locais e, portanto, se traduz em uma maior presença na região. 2) Atividades acadêmicas relacionadas com a América Latina: sua análise vai desde as atividades mais frágeis ou isoladas do âmbito acadêmico (eventos de promoção), atividades que não têm continuidade no tempo até as atividades mais fortes ou de maior continuidade e relevância acadêmica (pesquisa conjunta). 3) Experiência acadêmica relacionada com a região: essa análise considera os professores latino-americanos que formam parte do corpo docente MBA (quanto a quantidade de professores e sua relação com o total de professores e o tipo de relação entre eles e a escola, caso sejam parte do staff ou se são apenas professores visitantes) e a outros professores com experiência na região (considerando quantidade e diversidade de relações, de acordo ao tipo de laço entre este e a região e os países nos quais tiveram experiência). 4) Relação com escolas de negócio latino-americanas: considera trabalho conjunto, graduação conjunta e intercâmbio de alunos e professores, nessa ordem de importância, sob o suposto que na medida em que a relação é mais complexa implica maior interesse em introduzir-se, conhecer e gerar conhecimento sobre o mundo dos negócios latino-americano. 5) Associação de estudantes latino-americanos: considera-se a existência ou não desse tipo de associação e as atividades organizadas no último ano, como proxy do impacto no mundo latino-americano da educação de negócios de uma escola global. Nesse item, se considera a participação nessas atividades de reconhecidos homens e mulheres do mundo dos negócios e do mundo político latino-americano.

Inovação curricular: consiste na análise de 1) metodologia de ensino através do método de estudo (é analisada a existência de uma boa combinação de métodos, não só concentrada em casos) e a revisão do currículo acadêmico e 2) as mudanças significativas introduzidas no currículo nos últimos dois anos: incorporação de novos conteúdos e estrutura do programa de estudos.

Internacionalização: considera a quantidade de alunos estrangeiros no programa Full Time e sua relação com o total de alunos.

QUALIDADE FORMAL VS PRESTÍGIO DAS ESCOLAS



Adicionalmente se medem o prestígio de cada escola e os fatores determinantes do mesmo, através de uma pesquisa on-line a decanos e professores de escolas de negócios da América Latina, EUA, Canadá e Europa (se obteve um total de 373 respostas durante o mês de junho de 2006). O objetivo disso é ter outro parâmetro que permita afinar e complementar a análise, especialmente para os casos em que não há grandes diferenças entre os programas das escolas, de forma a assegurar que os critérios de avaliação também tenham uma validação externa.

Igualmente aos anos anteriores, foi testada a validade destes parâmetros. Também foram exploradas as variáveis acadêmicas dos programas, que explicavam as preferências dos professores, para assim obter um método mais objetivo de hierarquização. Foi estabelecido que os programas mais prestigiados no mercado, e aqueles preferidos pelos professores, continuam sendo os que selecionam seus alunos mais duramente (maior pontuação no teste GMAT).

VALUE FOR MONEY LATINO-AMERICANO

Embora não se tenha ranqueado os MBAs por esse critério, para uma melhor comparação a respeito dos benefícios e custos relativos, incluímos um gráfico que relaciona esses parâmetros. Este mostra o GMAT médio, somado ao prestígio da escola na região, em razão do custo total do programa e do custo de vida. Com cada variável em base 100, o indicador é o seguinte:

$$\frac{\text{GMAT médio + Prestígio regional}}{\text{Custo total MBA + Custo de vida}}$$

Este indicador corresponde ao valor obtido em qualidade acadêmica e prestígio, por pagar um determinado preço e custo de vida (custo de mudança). Embora esta equação não incorpore o custo de oportunidade e o salário potencial, esta é uma forma de isolar o valor relativo do programa, sem assumir nenhuma mobilidade internacional de trabalho em particular. Se desejar completar a análise supondo benefícios potenciais nesses mercados, a informação sobre salários está disponível no Ranking.

NOTAS DO RANKING **GLOBAL**

1. Avaliação de programas Full Time, anos 2005 e/ou 2006.
2, Correspondem ao percentual de candidatos que são aceitos nos distintos programas.
3, Avalia conexão com a região para a criação de conhecimento e alianças estratégicas.
4, Inovação em conteúdos e estrutura curricular. Desde Alta (evidente preocupação pelo conteúdo e trabalho na estrutura de um currículo inovador) até Baixa.
5. Imagem das escolas de negócios entre professores da América Latina, EUA, Europa e Canadá. Calculado sobre a base de respostas múltiplas sobre os 10 melhores MBAs para latino-americanos.
6, Corresponde ao número de alunos da última geração a ingressar ao programa Full Time.
7. Custos aproximados do programa completo.
8, Custo aproximado de alojamento, seguros, livros, alimentação e outros na cidade da escola.
9. Salário médio anual da última turma. Não inclui bônus nem compensações.

(*) Dados obtidos através do site da escola, complementados com informação da BusinessWeek.

N.D.: Não-disponível.

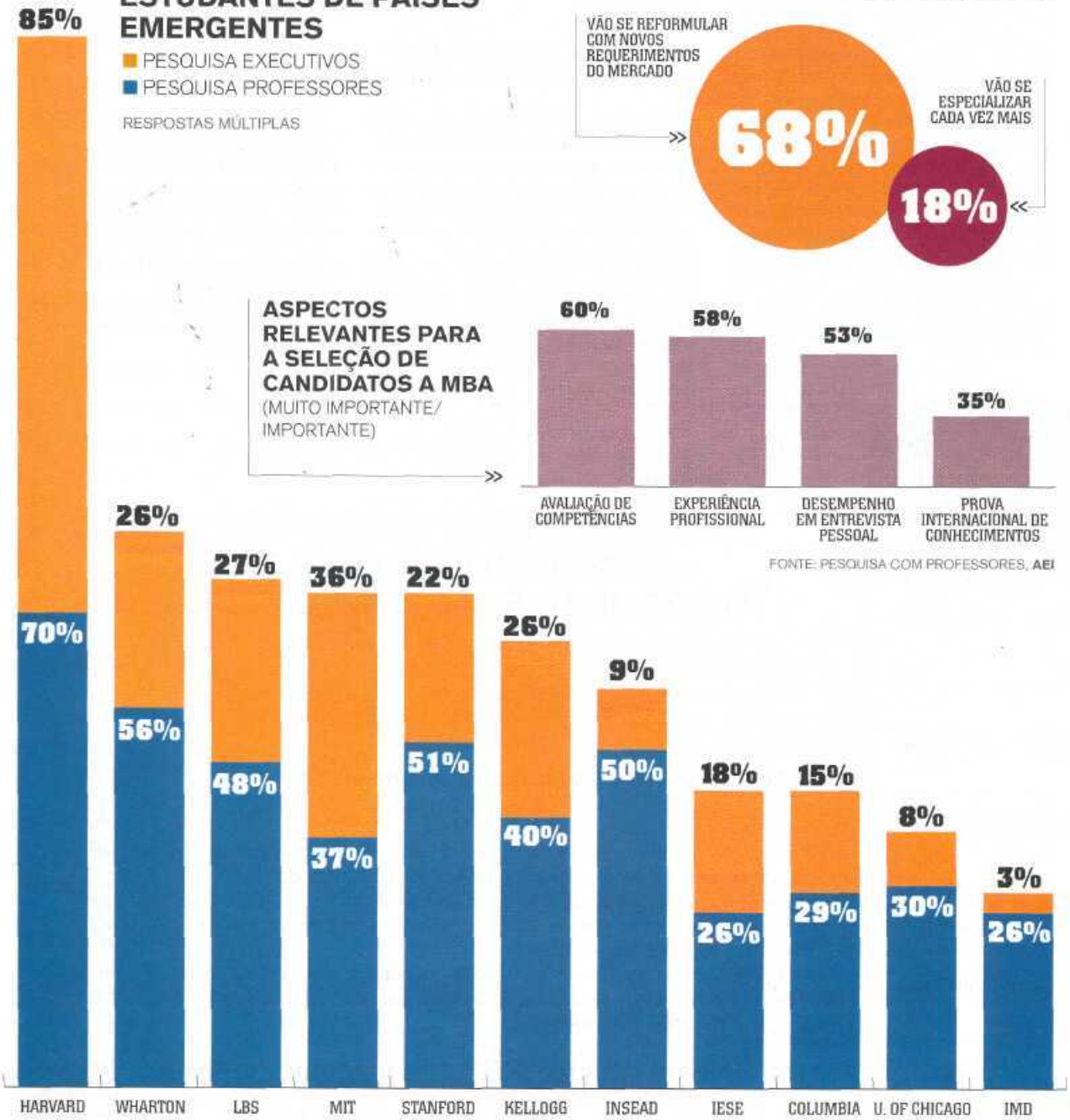
Anúncio

OUTRAS OPINIÕES...

MELHORES ESCOLAS PARA ESTUDANTES DE PAÍSES EMERGENTES

■ PESQUISA EXECUTIVOS
■ PESQUISA PROFESSORES

RESPOSTAS MÚLTIPLAS



O FUTURO DOS PROGRAMAS MBA

ASPECTOS RELEVANTES PARA A SELEÇÃO DE CANDIDATOS A MBA

(MUITO IMPORTANTE/ IMPORTANTE)

FONTE: PESQUISA COM PROFESSORES, **AEI**

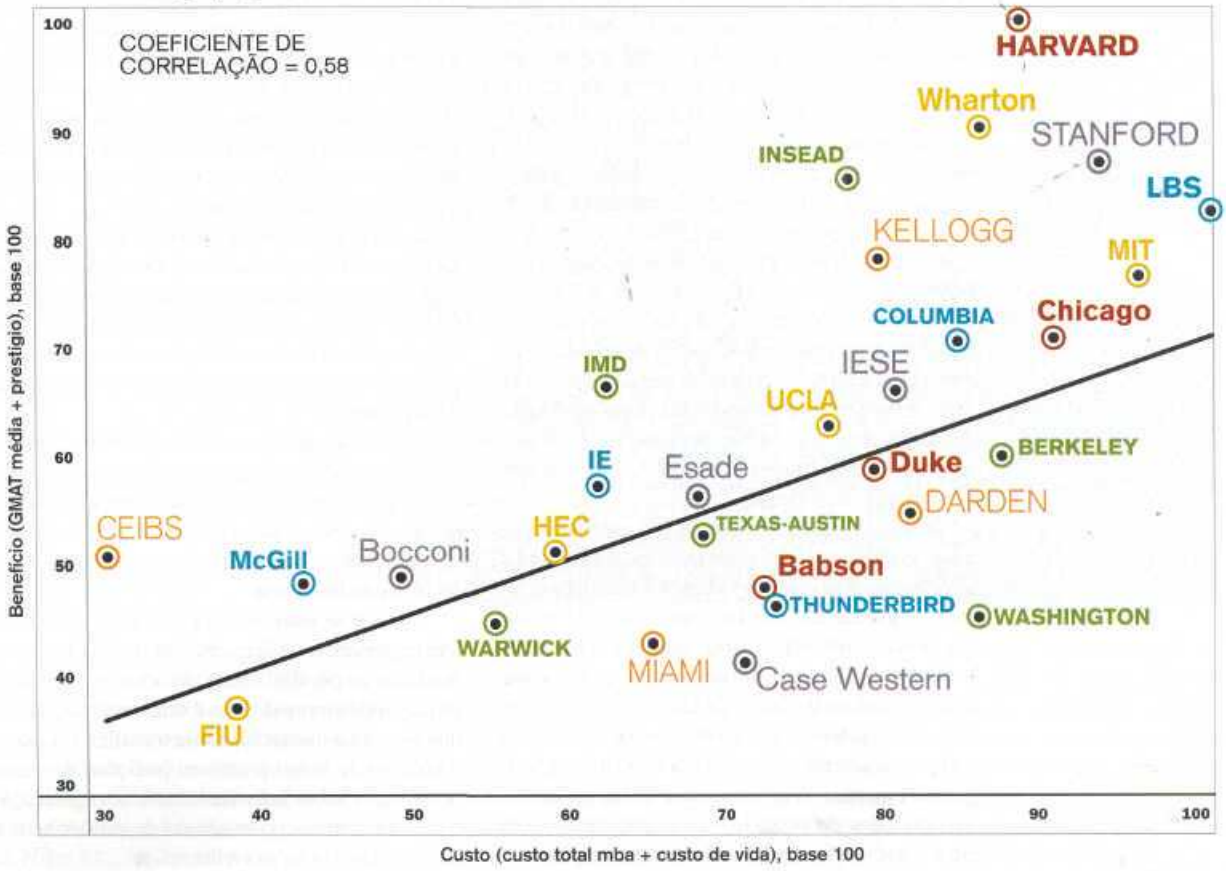
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO DE MBA OU MESTRADO EM NEGÓCIOS QUE SE CONSOLIDARÁ NO FUTURO

FINANÇAS	44%	WHARTON 52%	CHICAGO 33%	LBS 28%
MARKETING	14%	KELLOGG 43%	HARVARD 41%	IESE 16%
TECNOLOGIA	15%	MIT 70%	STANFORD 30%	HARVARD 25%
RECURSOS HUMANOS	15%	HARVARD 49%	ESADE 15%	IESE 15%
OPERAÇÕES E LOGÍSTICA	12%	MIT 39%	HARVARD 28%	STANFORD 24%

FONTE: PESQUISA COM PROFESSORES. AEI

VALUE FOR MONEY LATINO-AMERICANO:

Valor agregado oferecido pelas escolas globais aos executivos da América Latina
(ver metodologia pág. 50)



A CONSULTORIA ESTÁ DE VOLTA

Peter **von Loesecke**
Diretor-presidente e diretor-gerente
The MBA Tour

O MBA TOUR FEZ uma pesquisa entre as escolas de negócios que são suas clientes sobre o mercado de consultoria em 2006 e todos informaram um aumento na contratação por parte das empresas desse segmento.

A Wharton diz que ao menos 26% da turma de 2006 escolherá uma consultoria para trabalhar, contra 19% em 2002. ALondon Business School (LBS) divulgou um aumento de 40% em 2005, com uma atividade de contratação estável em 2006 em relação ao ano anterior. Um bom sinal de que no próximo ano os formandos das escolas tops encontrarão empresas de consultoria em seu campus mais cedo se as economias seguirem fortes na América do Norte e Europa.

Outro tema interessante é que as consultorias estão aumentando o recrutamento em todas as partes. A McKinsey foi a escolas como NYU e Cornell, por exemplo, e as empresas estão elevando lugares como Cornell à categoria de prioritários para elas. A Judge Business School de Cambridge revelou que 35% de sua turma de MBA vai a empresas de consultoria, com o dobro de empresas do setor recrutando no campus desde 2004. Georgetown registrou um aumento semelhante de empresas trabalhando em seu campus (50%).

Estas são boas notícias para os aspirantes que buscam financiar os MBAs com uma carreira nessa área. Enquanto as escolas de consultoria tradicional reportam uma atividade de recrutamento mais forte, as empresas buscam novos lugares para atrair estudantes que se destacam. Enquanto existir demanda pela consultoria, as escolas de negócios registrarão o mesmo nível - ou inclusive maior - na próxima temporada.

Os salários também estão em alta, especialmente para os formados em principais escolas, onde a seleção dos melhores estudantes é muito concorrida. Algumas escolas indicam o uso de bônus que podem aumentar a base salarial em até 50%. A Wharton divulga um modesto aumento sobre o salário médio de 2005, de US$ 110 mil ao ano. Mas, com os bônus, o salário base em consultoria pode aumentar para cerca de US$ 150 mil em uma grande empresa. A maioria das escolas informa o mesmo valor de salários – ou ligeiramente mais altos - para os formados de MBA no ano passado. Entretanto, um tímido aumento pode indicar um possível esfriamento do mercado. De fato, o sentimento da turma de primeiro ano de uma das escolas top indica tanto temor que muitos se apressaram para conseguir estágio de verão, melhor estratégia para garantir uma boa posição.

Conseguir uma colocação numa consultoria importante estando fora de uma escola de negócios é um desafio. As empresas mais competitivas têm um rigoroso processo de seleção. Para muitas, há três vias de contratação, e cada uma tem seu próprio nível de risco.

1. Ex-consultores. Este caminho consiste em ex-analistas contratados de programas universitários. As pessoas desse grupo são um forte atrativo para empresas de consultoria, já que têm experiência na profissão e compreendem a ética do trabalho e a cultura. Preparam-se para as entrevistas e sabem o que se espera deles uma vez que retornem. Esse é o grupo de risco mais baixo, especialmente para aqueles que voltam de suas primeiras consultorias. Aqueles que escolhem outra empresa serão submetidos a um processo de avaliação semelhante ao de outros caminhos de contratação, mas seu risco de falha é considerado baixo.

2. Estágios de verão. Para os estudantes dos programas bianuais tradicionais, as práticas são oferecidas no verão, entre seu primeiro e segundo ano. Esse é um caminho "prove e compre". Para aqueles que obtêm um estágio e conseguem bons resultados num projeto, é quase tão bom quanto o caso anterior.

3. Graduating Second Years. Este é o caminho mais duro para qualquer um. O domínio de idiomas e a experiência de trabalho internacional são diferenciais-chave, especialmente combinados com a experiência profissional em grandes empresas e aptidões de liderança.

Se você se interessa por consultoria mas não tem experiência na área, precisa decidir logo para melhorar as possibilidades de obter um posto em uma grande empresa. Essa é uma profissão difícil, que demanda muitas horas de trabalho. Enquanto o sucesso de longo prazo em posições de menor nível requer habilidades analíticas e de organização, o de longo prazo é o resultado de vender bem as habilidades a colegas e clientes. •

Fonte: América Economia, n.327, p.48-54, 14 ago. 2006.