

Pesquisa FDC inédita e exclusiva

**GRANDES  
TRANSFORMAÇÕES NO  
PAPEL DAS LIDERANÇAS  
E NOS MODELOS DE  
NEGÓCIOS.**

Os efeitos do contexto  
da pandemia de Covid-19 nas  
médias empresas brasileiras



**FDC.**

## LÍDER EM SOLUÇÕES PARA MÉDIAS EMPRESAS.

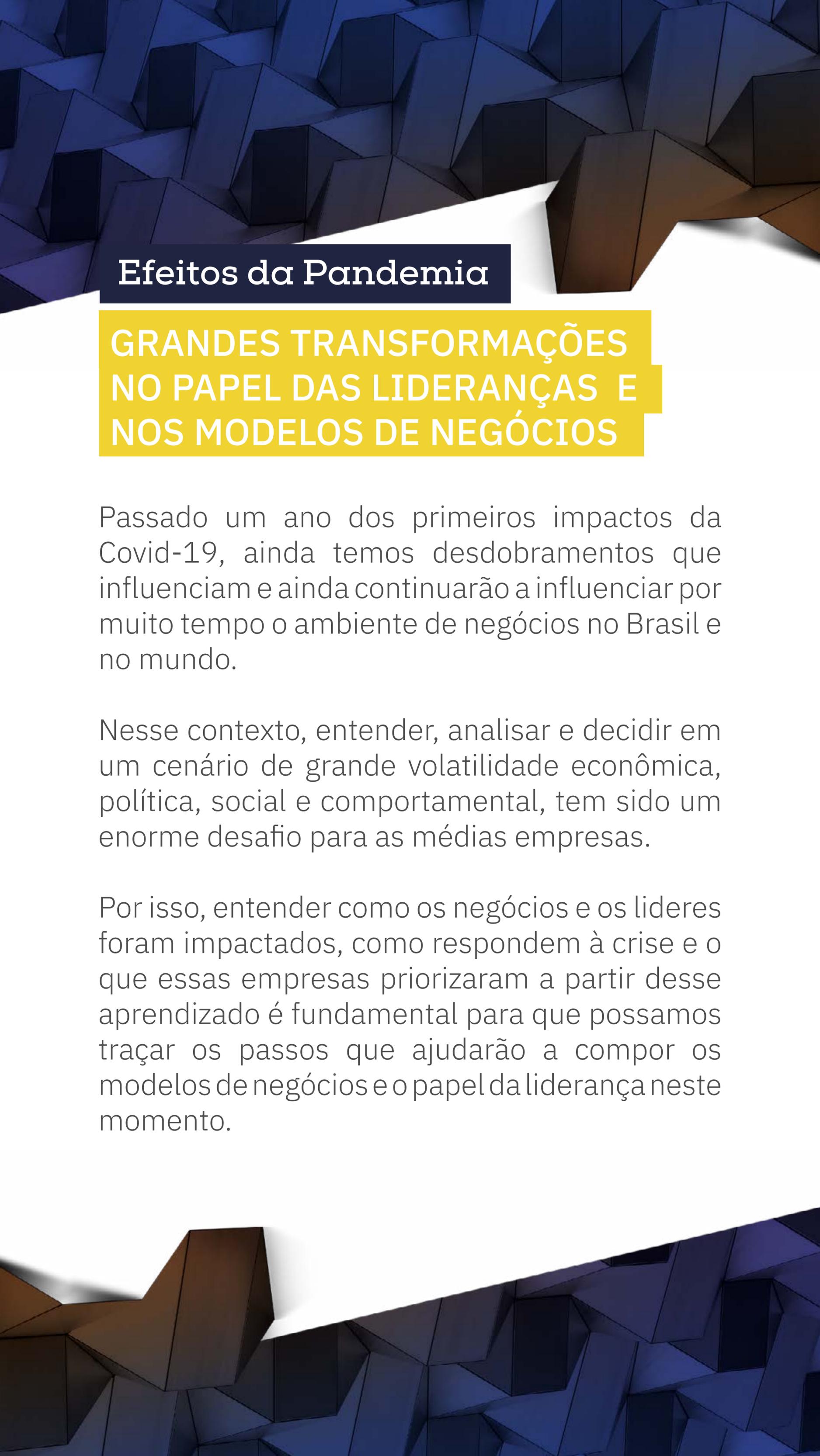
Nossas soluções educacionais e intervenções com transferência de conhecimento já implementaram ferramentas gerenciais e estratégicas para aumento da competitividade e elevação dos resultados em mais de 2.500 médias empresas de diferentes segmentos em todo o Brasil. A metodologia proprietária da FDC promove a construção continuada de conhecimento para formar equipes de alta performance. E os mais de 30 mil presidentes e gestores de médias empresas que já participaram são provas disso.



# **FDC MÉDIAS EMPRESAS**

Essa pesquisa foi realizada pela FDC Médias Empresas, um think tank inteiramente dedicado ao desenvolvimento de pesquisas, que utiliza estudos de caso, dialoga com o mercado, analisa artigos científicos e desenvolve conteúdos proprietários sobre as médias empresas.

Mais que um centro de excelência acadêmica, é um organismo vivo e dinâmico, criado para apoiar nossos especialistas e clientes na interpretação de tendências e formulação estratégica para seus negócios e para inovarmos em nossas soluções educacionais.



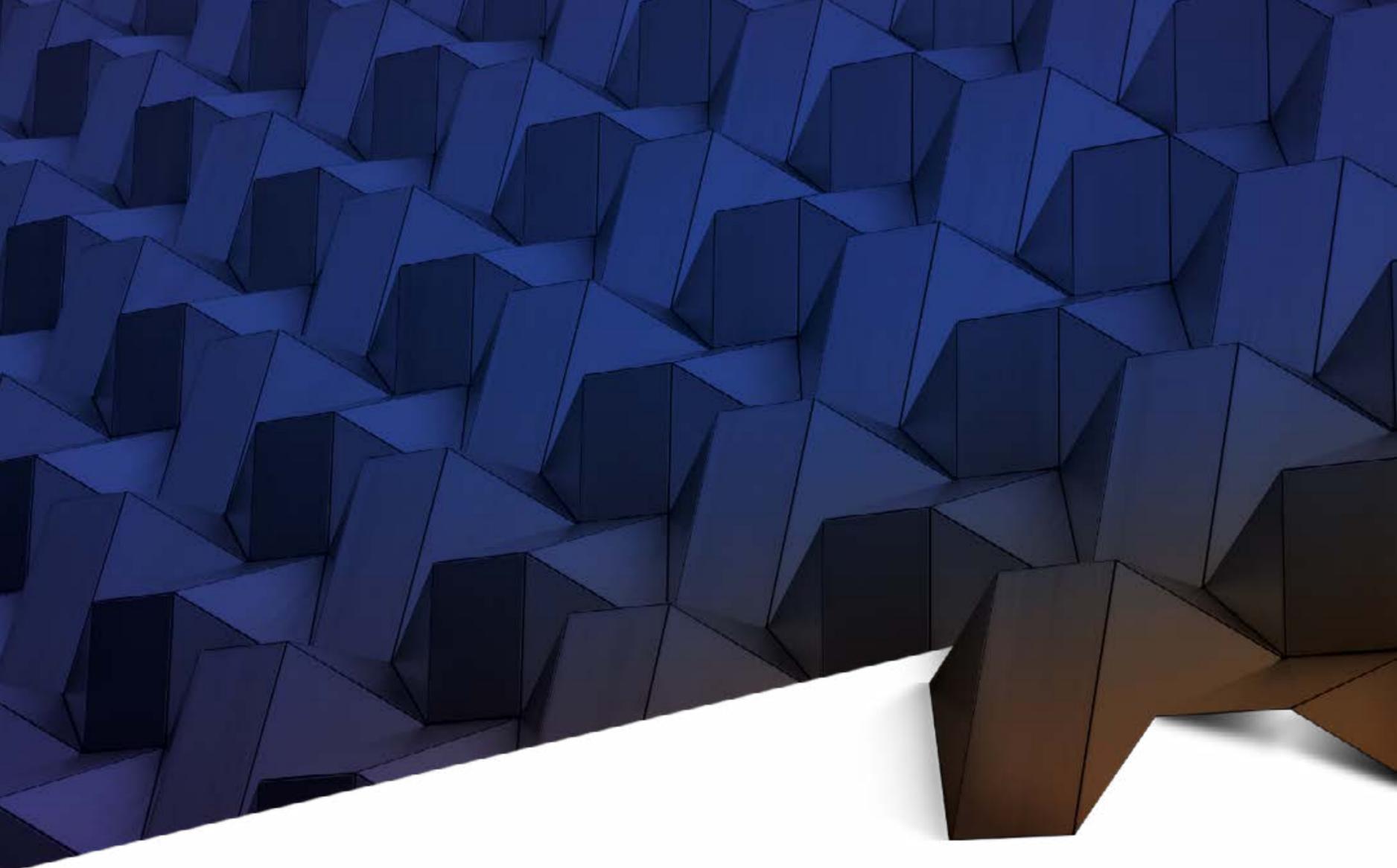
## Efeitos da Pandemia

# GRANDES TRANSFORMAÇÕES NO PAPEL DAS LIDERANÇAS E NOS MODELOS DE NEGÓCIOS

Passado um ano dos primeiros impactos da Covid-19, ainda temos desdobramentos que influenciam e ainda continuarão a influenciar por muito tempo o ambiente de negócios no Brasil e no mundo.

Nesse contexto, entender, analisar e decidir em um cenário de grande volatilidade econômica, política, social e comportamental, tem sido um enorme desafio para as médias empresas.

Por isso, entender como os negócios e os líderes foram impactados, como respondem à crise e o que essas empresas priorizaram a partir desse aprendizado é fundamental para que possamos traçar os passos que ajudarão a compor os modelos de negócios e o papel da liderança neste momento.



## **Objetivo desta pesquisa**

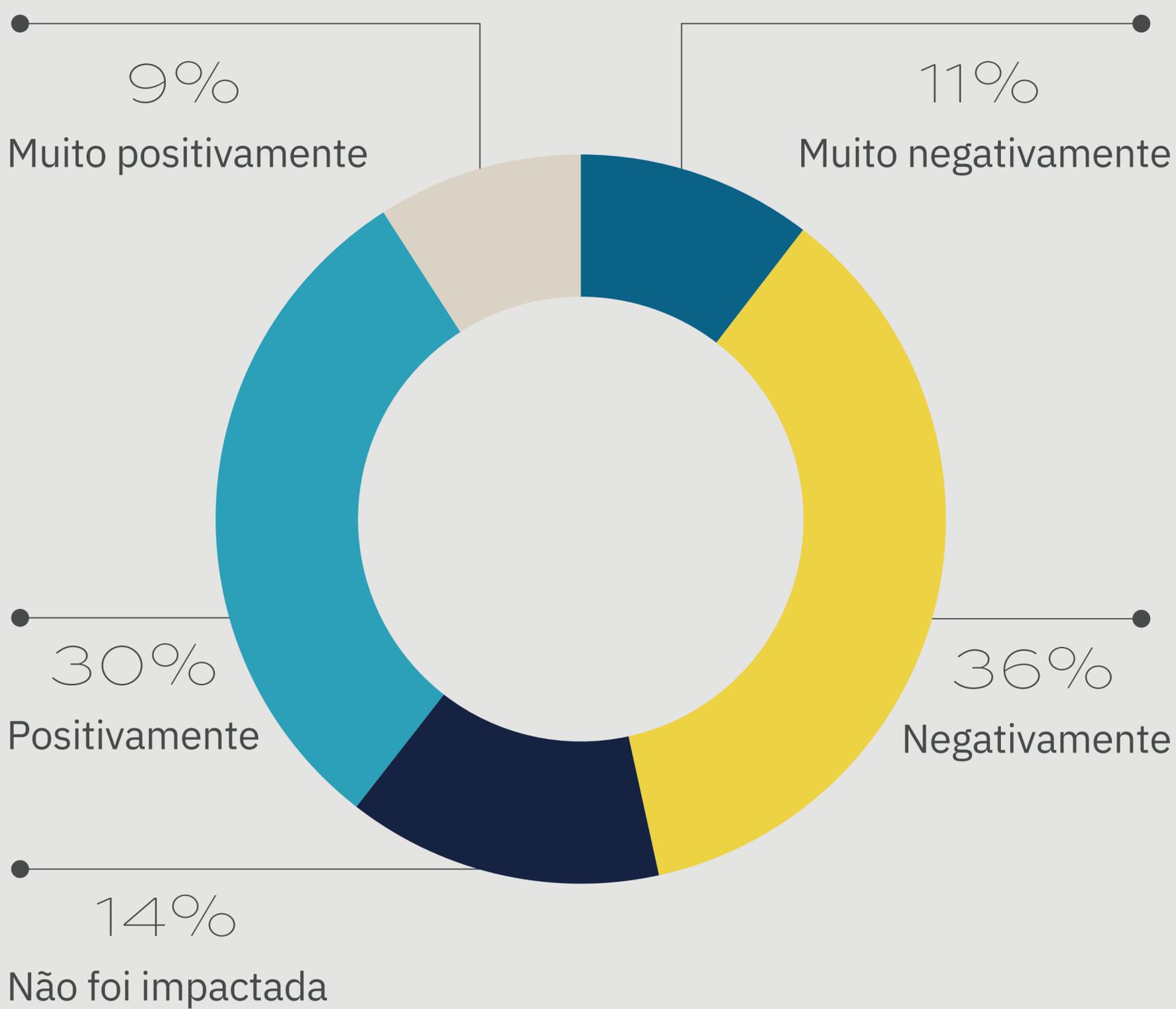
Esta pesquisa inédita e exclusiva foi concebida e desenvolvida pela FDC Médias Empresas com objetivo de ajudar acionistas, presidentes e executivos na formulação de suas estratégias a partir da visão sobre os efeitos da Covid 19 nas médias empresas abrangendo diferentes segmentos e regiões do país.

# **Impactos da crise:**

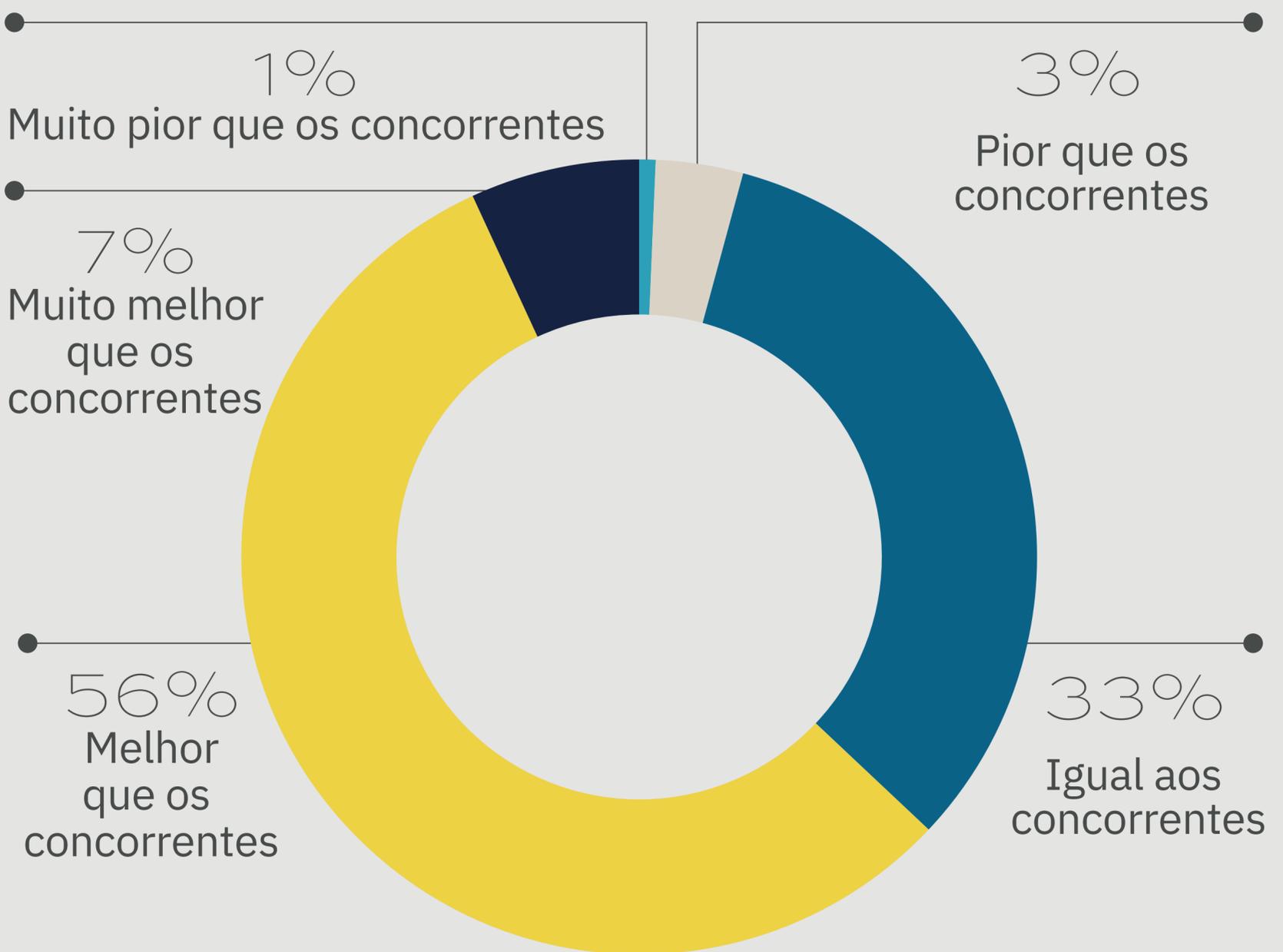
efeitos, concorrência  
e produtividade.

Em um cenário de incertezas, 53% das médias empresas pesquisadas ou não sofreram os efeitos da crise ou foram impactadas positivamente, o que demonstra a resiliência do segmento.

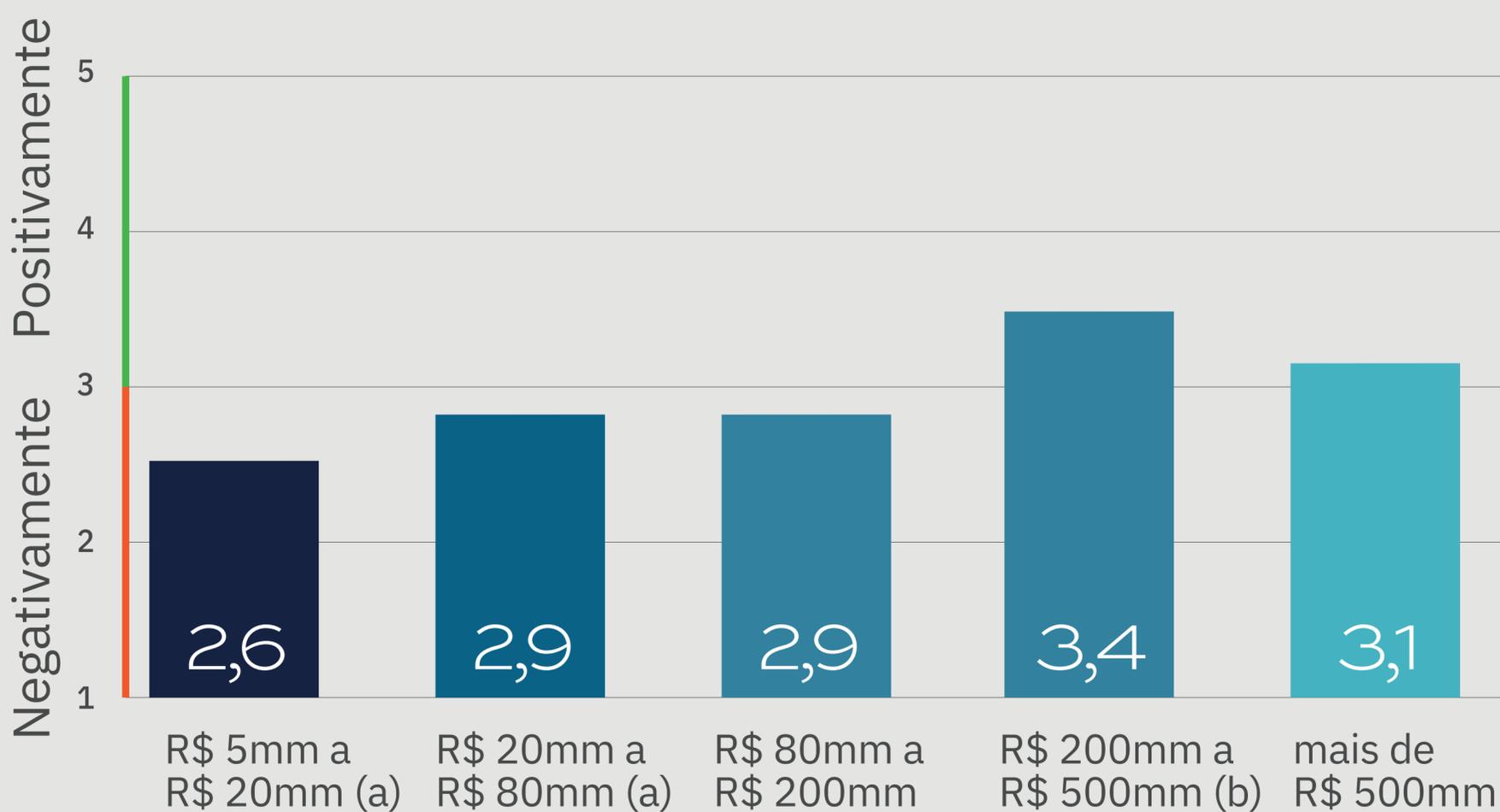
# Na crise da COVID-19 a sua empresa foi impactada:



# Uma crise com oportunidades: 63% das empresas consideram que saem da crise melhor que os concorrentes

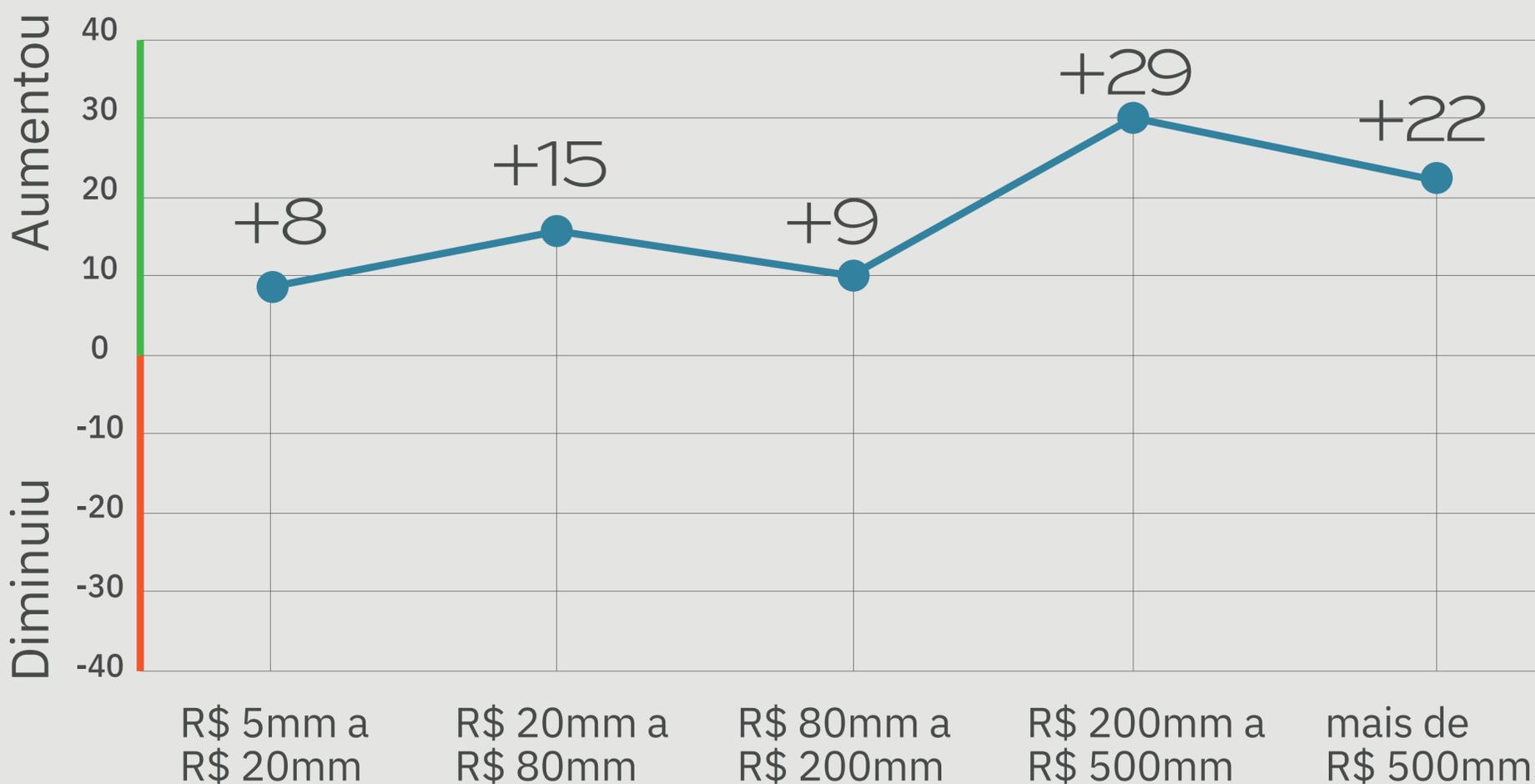


## Na crise da Covid-19 a sua empresa foi impactada:



As letras indicam categorias com diferenças significativas ( $p < 0,05$ ). Os resultados indicam que empresas maiores foram impactadas mais positivamente e tiveram maior crescimento de produtividade.

# A pandemia impactou positivamente a produtividade das empresas de todos os portes:



## Insights

39%

das empresas foram afetadas positivamente

47%

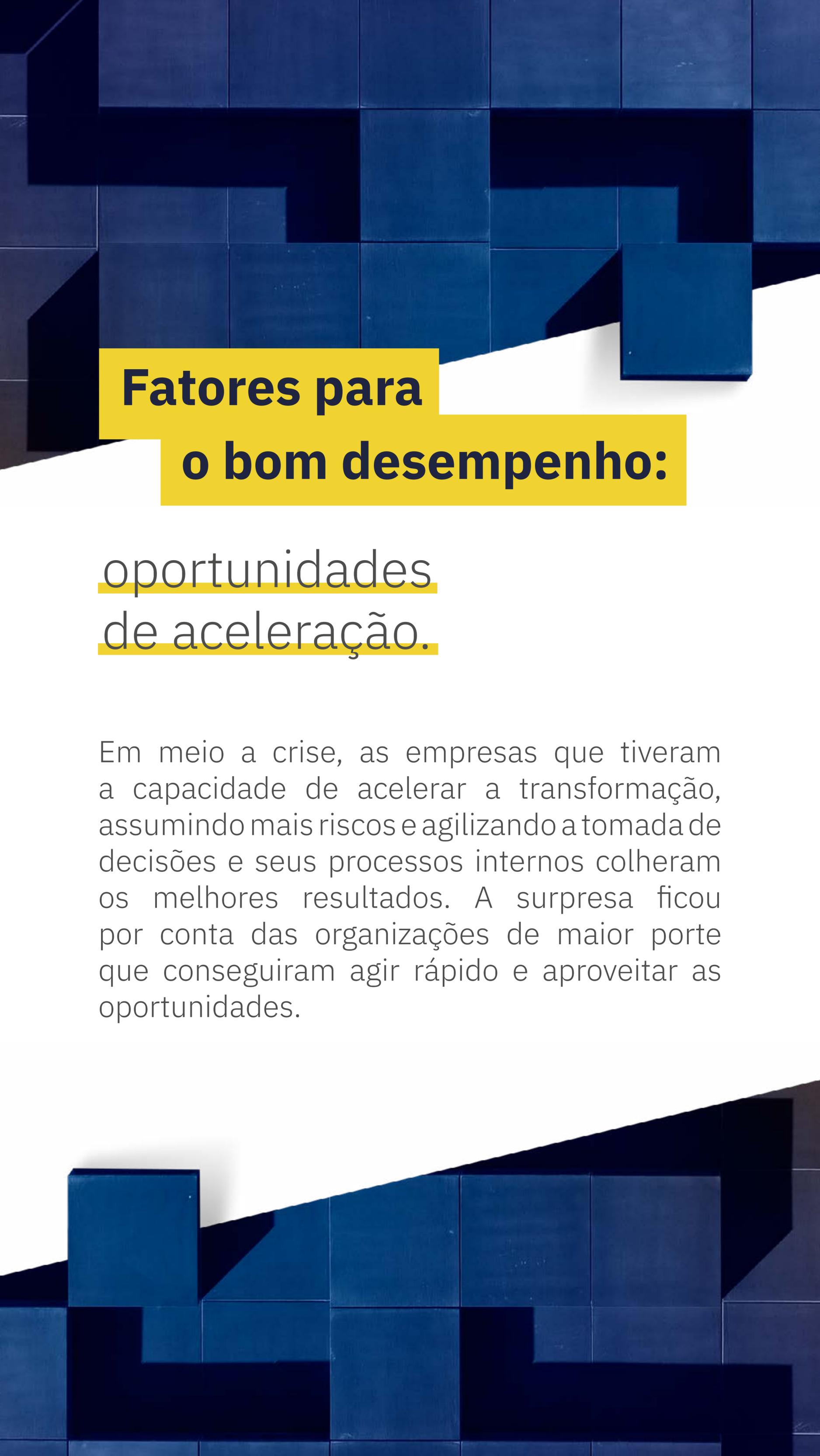
das empresas foram impactadas negativamente pela crise.

63%

das empresas acreditam ter se saído melhores que os concorrentes, enquanto 4% dizem ter saído piores.

29%

das empresas tiveram um aumento superior a 20% na produtividade, enquanto **27% tiveram queda na produtividade.**



**Fatores para**

**o bom desempenho:**

oportunidades  
de aceleração.

Em meio a crise, as empresas que tiveram a capacidade de acelerar a transformação, assumindo mais riscos e agilizando a tomada de decisões e seus processos internos colheram os melhores resultados. A surpresa ficou por conta das organizações de maior porte que conseguiram agir rápido e aproveitar as oportunidades.



## PARTICIPANTES PAEX FDC

69% das empresas que participam do PAEX – programa Parceiros para a , voltado para médias empresas – consideram ter se saído melhores na crise que seus concorrentes, contra 59% das empresas que não fazem parte do programa.



## Porte e impacto

Empresas com faturamento maior ou igual a 200 milhões tenderam a ser positivamente impactadas pela crise (58%), enquanto as que faturam menos tendem a ser negativamente impactadas (51%).



## Porte e produtividade

Empresas com faturamento entre R\$ 200 e R\$ 500 milhões tiveram sua produtividade aumentada em 29%. Dentre as empresas com faturamento acima de R\$ 80 milhões o aumento da produtividade foi de 27%, contra um aumento de 11% das que faturam até R\$ 80 milhões.



## Impacto e setor

Empresas do setor de comércio foram as que tiveram maior impacto positivo na crise, enquanto empresas de demais serviços tiveram maior impacto negativo.

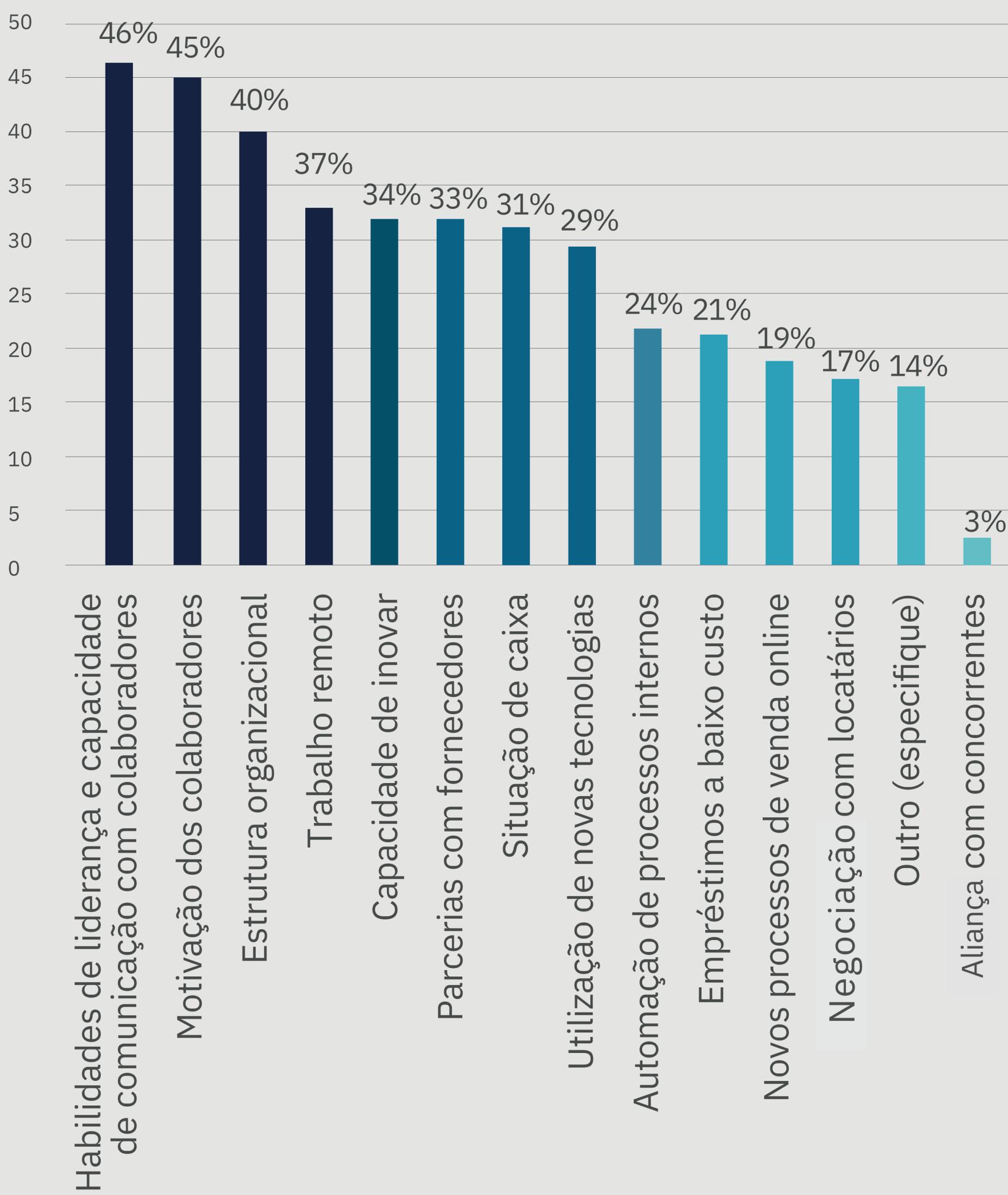


## Impacto e número de funcionários

Empresas com 20 ou mais funcionários acreditam que se saíram melhor que seus concorrentes em relação a empresas com até 19 funcionários.



## As principais competências incrementadas pelas empresas na crise estão relacionadas a pessoas, processos e tecnologia:



# Quais razões diferenciam empresas que saíram da crise piores que os concorrentes?

## PIOR QUE OS CONCORRENTES



Empresas que se saíram piores que os concorrentes:

- 1) apontaram como motivo a motivação dos funcionários;
- 2) renegociaram com os locatários;
- 3) automatizaram menos os processos internos;
- 4) têm menos capacidade de inovar;
- 5) utilizam menos o trabalho remoto e;
- 6) têm capacidade de liderança menos destacada.

# Quais razões diferenciam empresas que saíram da crise melhores que os concorrentes?

## MELHOR QUE OS CONCORRENTES



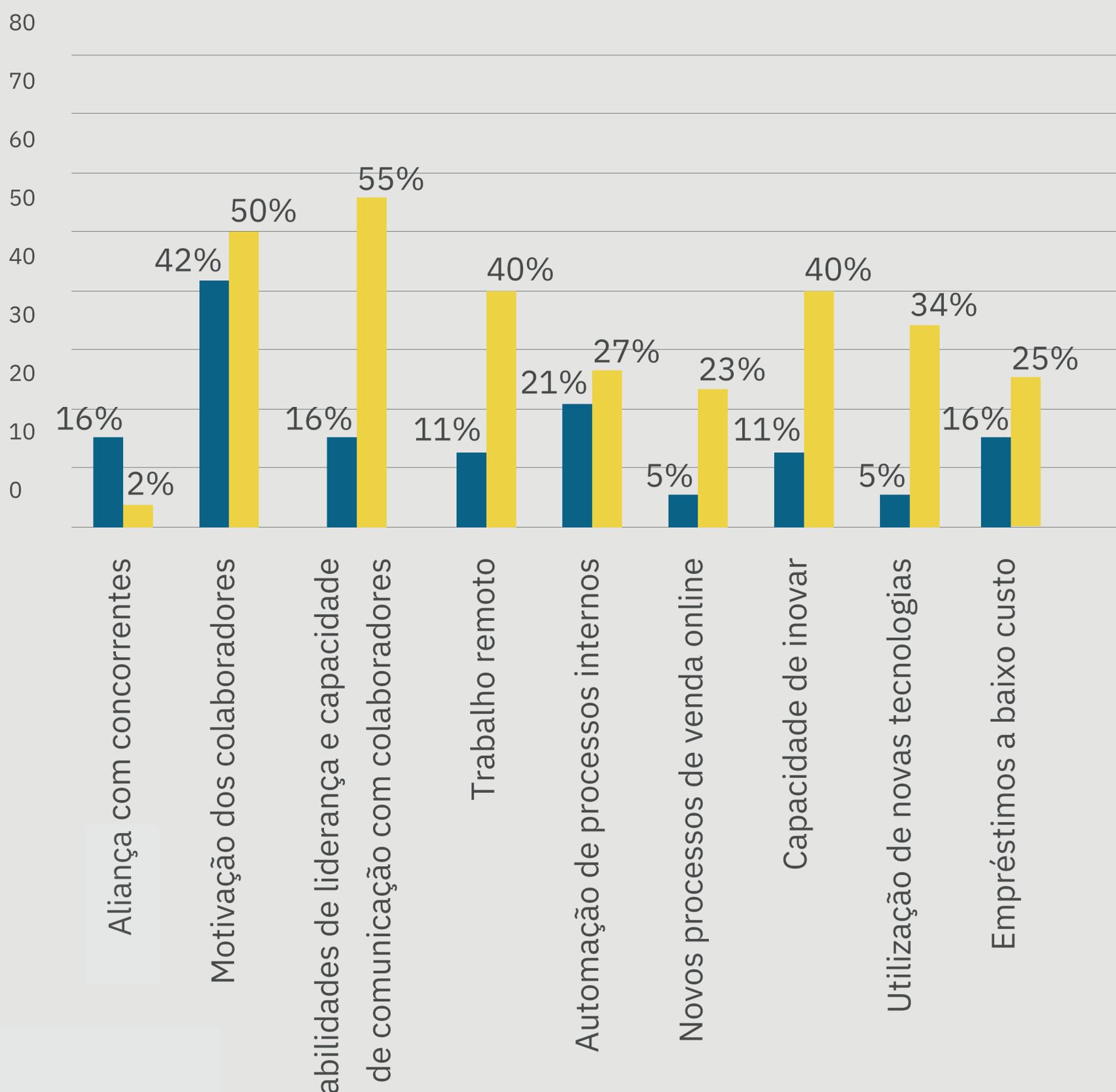
Empresas que se saíram melhores que os concorrentes:

- 1) têm mais capacidade de liderança;
- 2) maior motivação;
- 3) trabalho remoto;
- 4) capacidade de inovar;
- 5) uso de novas tecnologias e;
- 6) automação de processos internos.

# Quais razões diferenciam empresas que saíram da crise piores que os concorrentes?

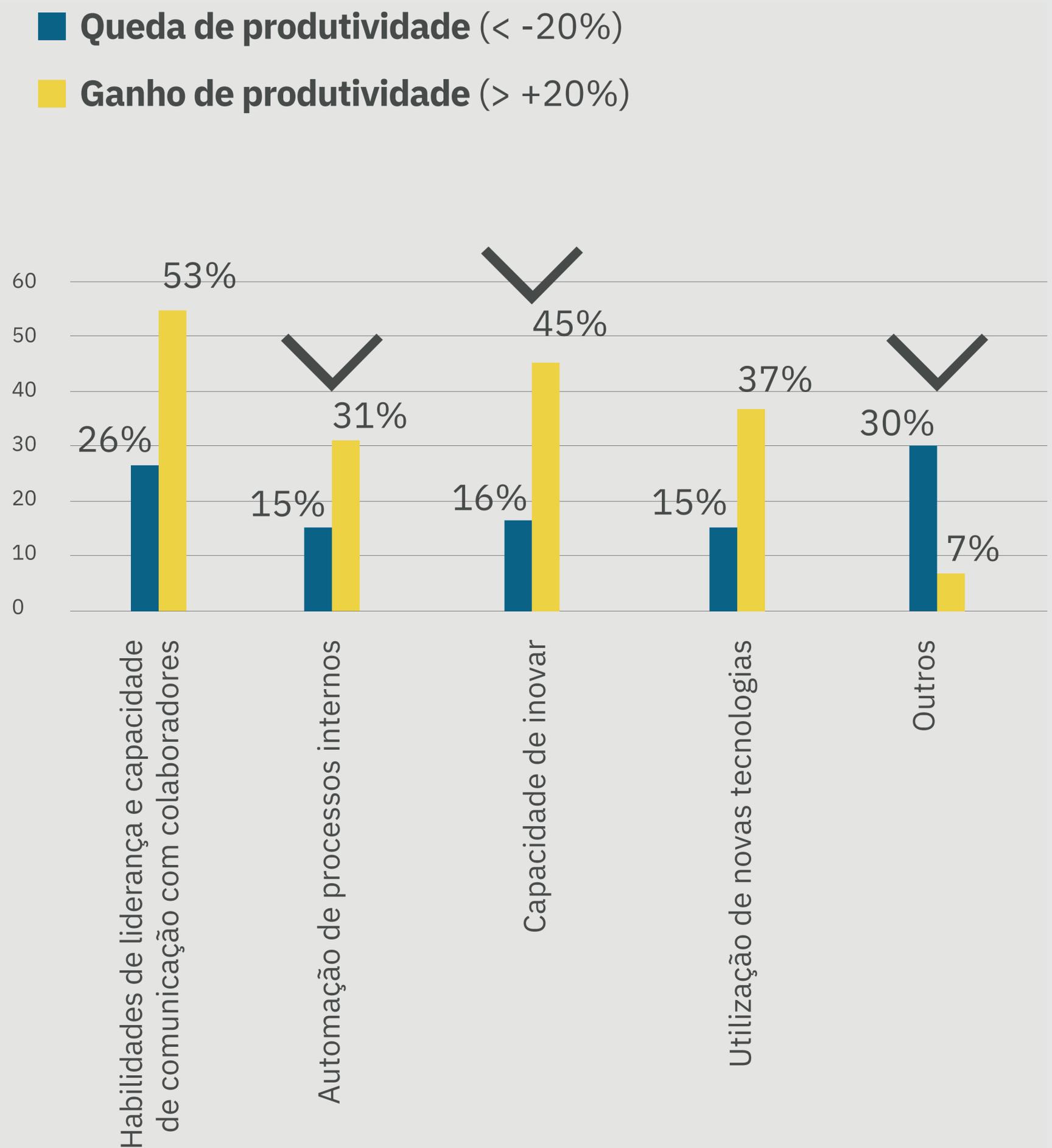
Capacidade de liderança e comunicação, bem como a inovação, a adoção de novas tecnologias e do trabalho remoto são os principais fatores que distinguem empresas que saíram da crise melhores que os concorrentes.

■ **Pior que os concorrentes**    ■ **Melhor que os concorrentes**



# Razões que diferenciaram as empresas que se saíram pior e melhor que seus concorrentes na crise.

Na visão das empresas que mais ganharam e daquelas que mais perderam produtividade.



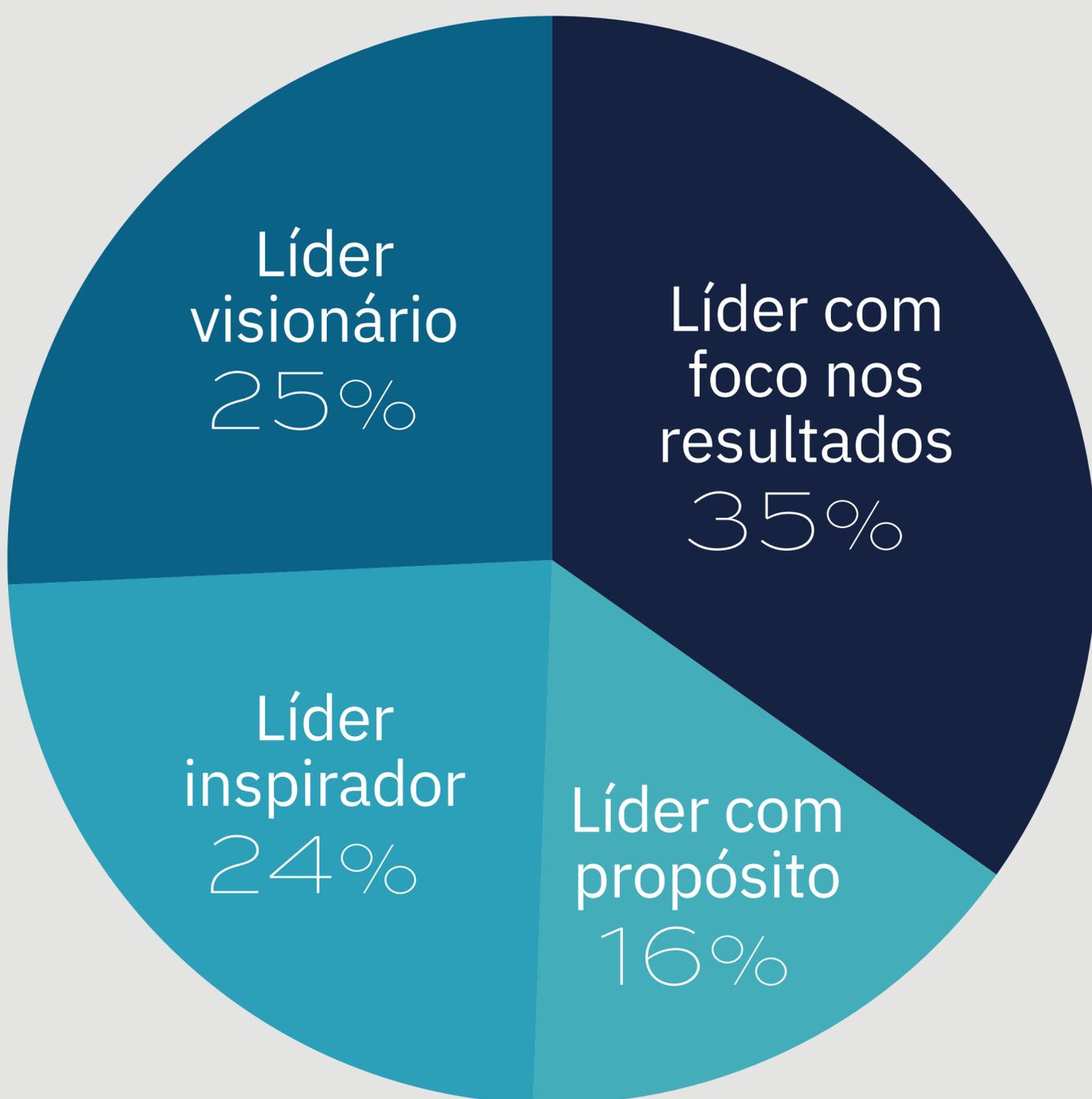
Nota: o gráfico mostra o percentual de respondentes que tiveram ganho de produtividade superior a 20% e queda de produtividade maior que 20% que apontaram as razões para o desempenho na crise. Obs.: todas as diferenças são significativas ( $p < 0,05$ )

# Liderança:

o novo perfil que  
emergiu na crise.

As lideranças foram um fator decisivo para a sobrevivência das empresas. A imprevisibilidade e um conjunto de incertezas, visto como uma tempestade perfeita para o ambiente de negócios, fez aflorar nas organizações o protagonismo de acionistas, presidentes e executivos, obrigados a apontar novos caminhos por meio de visão estratégica e sistêmica dos seus negócios.

**Que tipo de liderança emergiu em você  
diante da necessidade de criar valor  
durante o atual período de mudanças?**



# Características das empresas e tipos de liderança que emergiram durante a crise:



## Performance

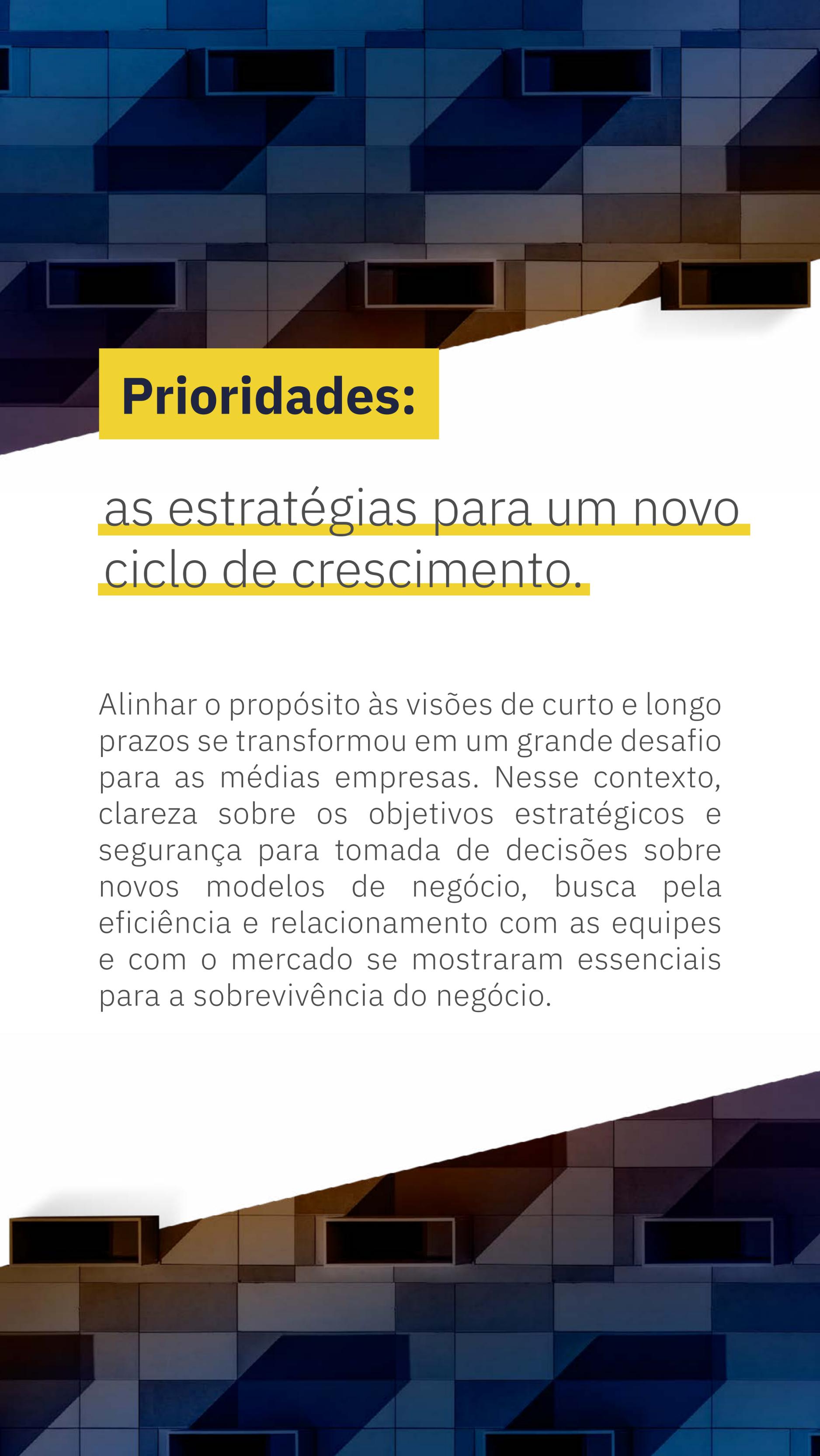
Empresas em que emergiram líderes com propósito se saíram melhores que empresas com demais lideranças, quando comparadas às concorrentes.



## Região

No Ceará, 42% dos líderes emergentes são do tipo “Com propósito”. Em Minas Gerais os líderes “visionários” e “com foco em resultados” foram os principais que emergiram com 36% e 32% respectivamente.





## **Prioridades:**

as estratégias para um novo ciclo de crescimento.

Alinhar o propósito às visões de curto e longo prazos se transformou em um grande desafio para as médias empresas. Nesse contexto, clareza sobre os objetivos estratégicos e segurança para tomada de decisões sobre novos modelos de negócio, busca pela eficiência e relacionamento com as equipes e com o mercado se mostraram essenciais para a sobrevivência do negócio.

# Prioridades estratégicas para as empresas em 2021



## Prioridade

Apostar no crescimento, aumentar a produtividade e desenvolver **colaboradores e líderes.**



## Prioridade

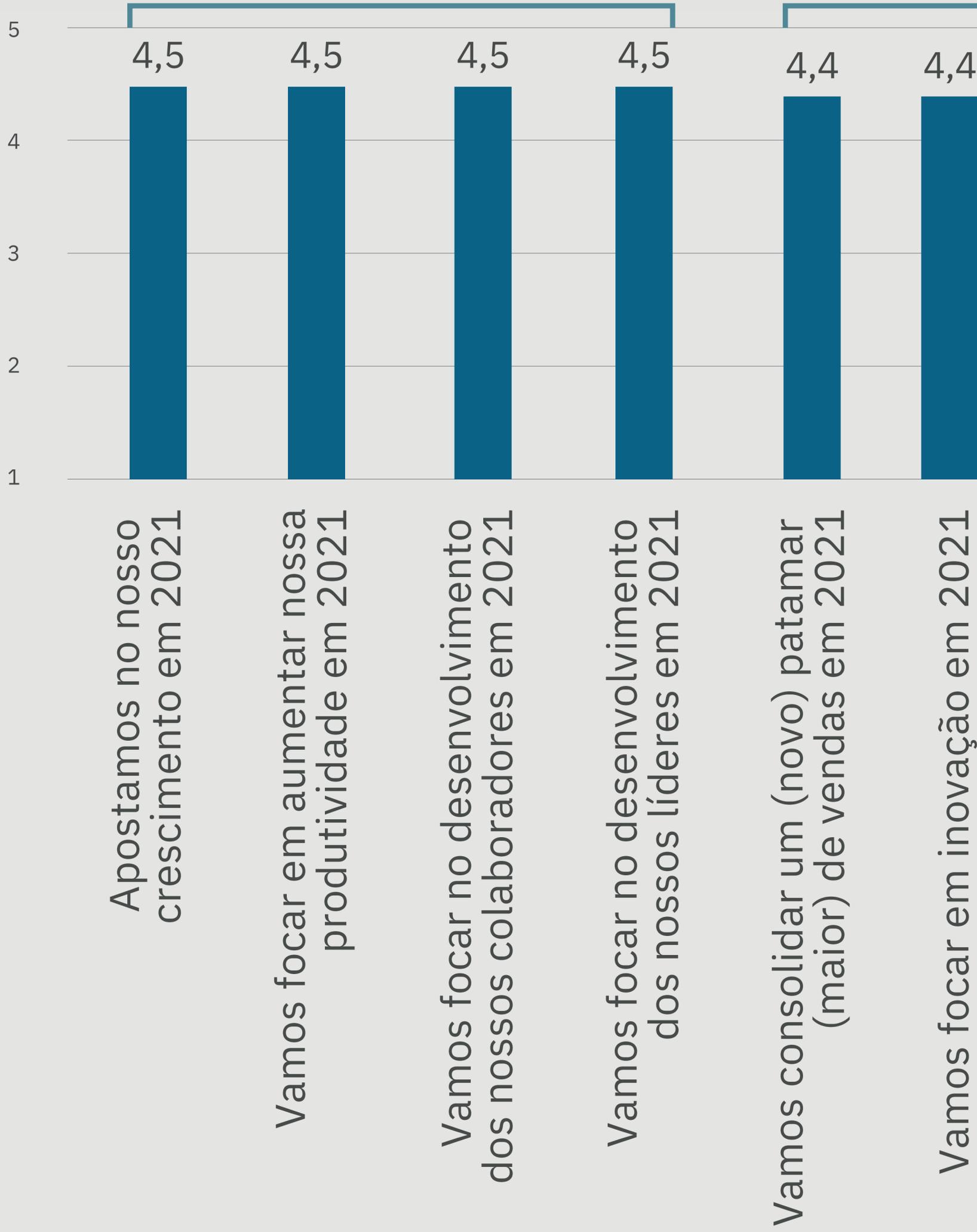
Alcançar **novo patamar de vendas e focar em inovação.**



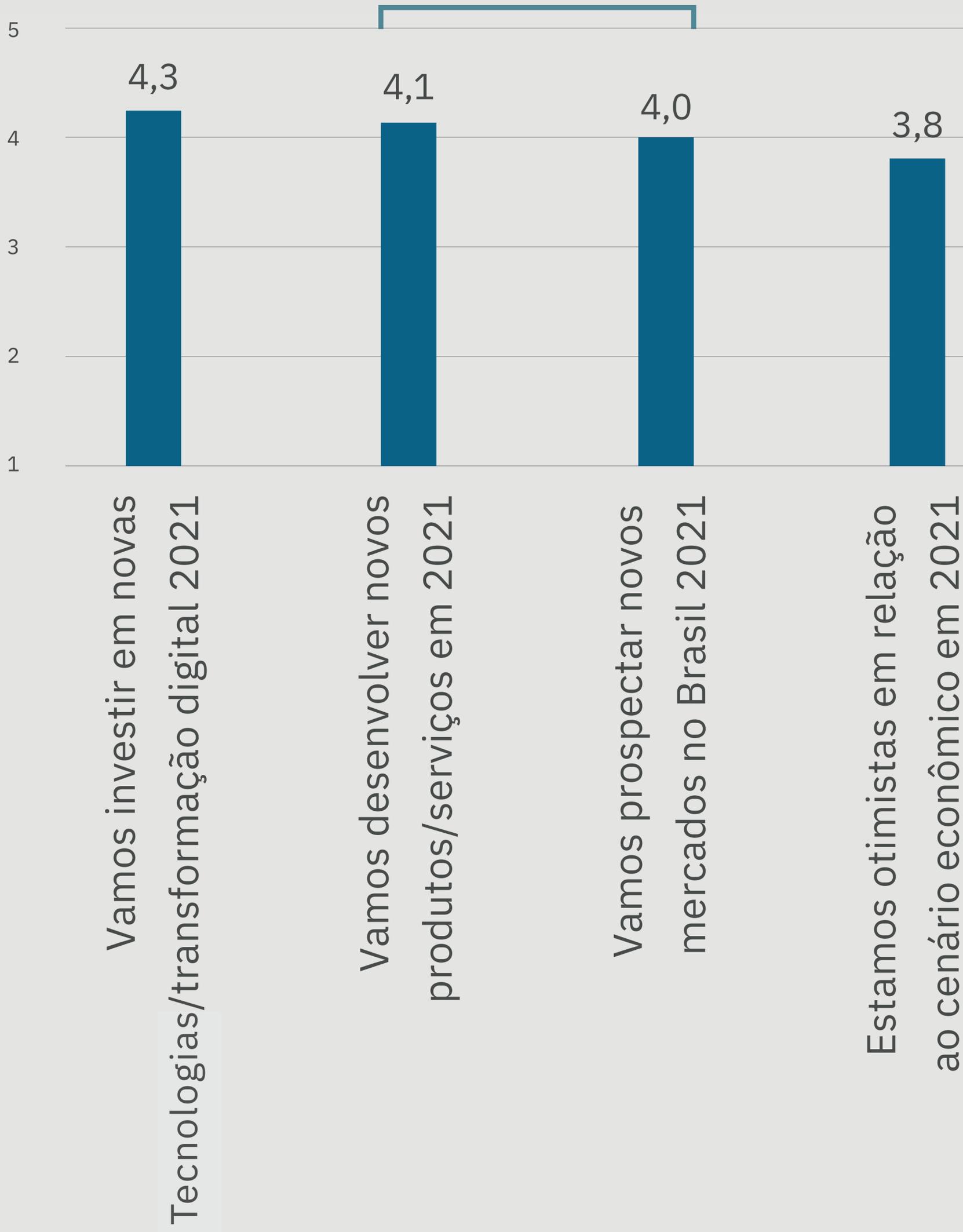
## Prioridade

Investir em novas tecnologias/  
**transformação digital.**

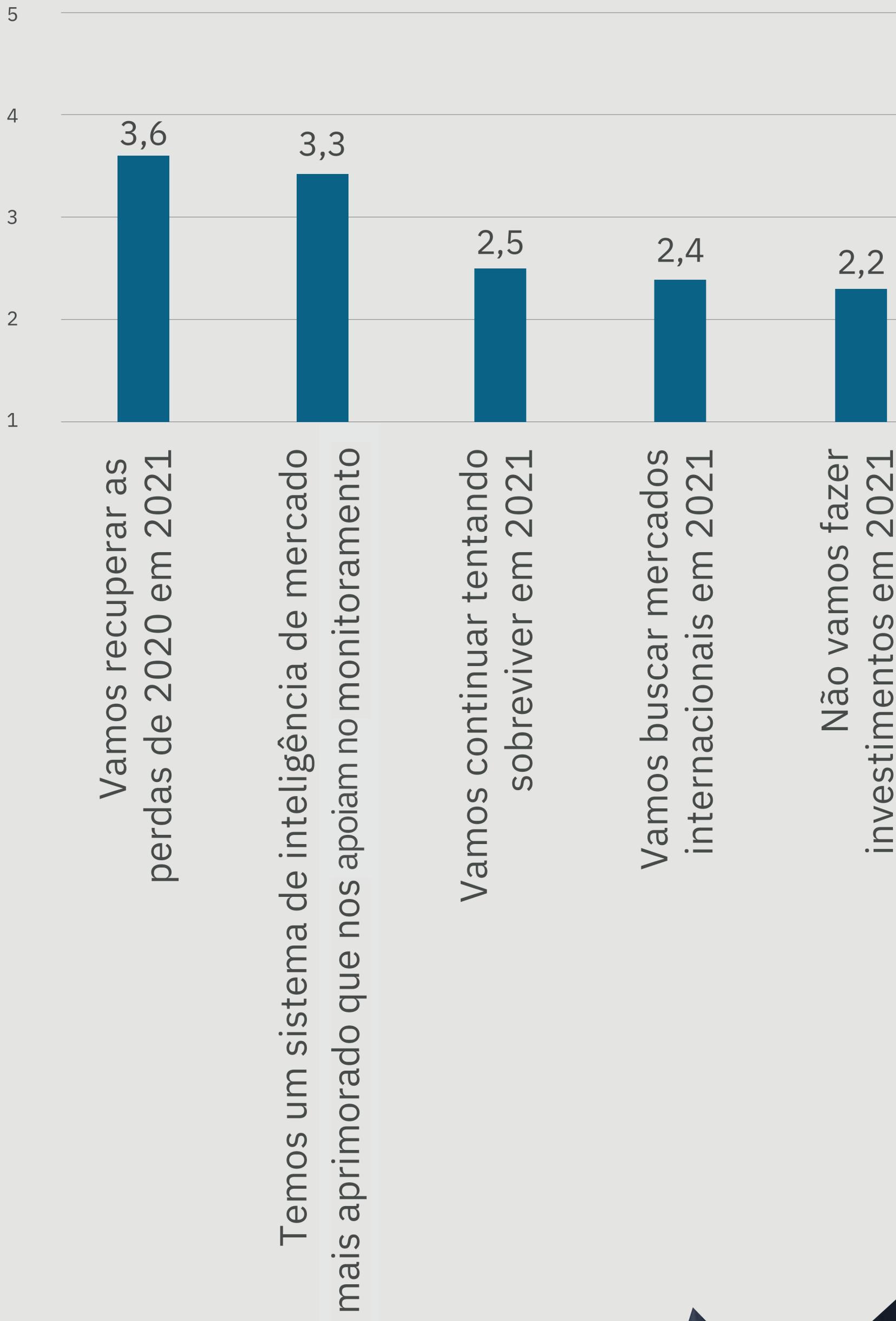
# Prioridades estratégicas para as empresas em 2021



# Prioridades estratégicas para as empresas em 2021



# Prioridades estratégicas para as empresas em 2021



# Mapa das prioridades estratégicas em cada setor:



1ª prioridade



2ª prioridade



3ª prioridade

## PERSPECTIVAS PARA 2021

Escala de 0 a 5

Agronegócio	4,6	4,6	4,6	3,1	3,8
Comércio	4,5	4,3	4,5	3,4	3,5
Construção e Serviços relacionados	4,7	4,5	4,7	3,7	4,2
Demais manufaturas	4,4	4,3	4,6	3,4	3,7
Demais Serviços*	4,5	4,3	4,7	3,9	3,7
Financeiro Bancário	5,0	4,8	4,8	3,8	4,1
Indústria de Alimentos e Bebidas	4,8	4,6	4,5	3,5	3,9
Infraestrutura**	4,3	4,1	4,6	3,3	3,5
Máquinas e Equipamentos	4,9	4,8	4,5	3,5	3,8
Saúde	4,6	4,3	4,5	3,9	3,8
Serviços a Empresas	4,6	4,3	4,4	3,5	3,8
Serviços de Tecnologia da Informação	4,6	4,8	4,5	3,8	3,8
Veículos e Autopeças	4,4	4,0	4,4	4,3	4,0
*(Educação, Serviços relativos a atividades imobiliárias, Propaganda e Publicidade)	Apostar no crescimento	Consolidar um patamar de vendas	Aumentar a produtividade	Recuperar as perdas	Acreditar no cenário econômico
** (Energia, Telecomunicações e Logística)					

# Mapa das prioridades estratégicas em cada setor:

1ª prioridade
  2ª prioridade
  3ª prioridade

## PERSPECTIVAS PARA 2021

Escala de 0 a 5

Agronegócio	3,2	4,0	2,9	4,0	4,5
Comércio	3,4	3,8	2,0	4,2	4,5
Construção e Serviços relacionados	3,4	3,6	1,8	3,5	4,5
Demais manufaturas	3,2	4,2	3,4	4,2	4,3
Demais Serviços*	3,6	4,1	2,0	4,4	4,5
Financeiro Bancário	3,7	4,0	1,9	4,1	5,0
Indústria de Alimentos e Bebidas	3,4	4,2	3,0	4,1	4,7
Infraestrutura**	3,1	4,1	1,5	3,9	4,5
Máquinas e Equipamentos	2,9	4,4	2,8	3,9	4,4
Saúde	3,3	3,9	1,9	4,1	4,3
Serviços a Empresas	3,1	4,3	2,2	4,1	4,5
Serviços de Tecnologia da Informação	3,2	4,2	2,7	4,4	4,6
Veículos e Autopeças	3,1	3,7	2,8	3,3	4,5
*(Educação, Serviços relativos a atividades imobiliárias, Propaganda e Publicidade)	Sistema de inteligência de mercado	Prospectar novos mercados no Brasil	Buscar mercados internacionais	Desenvolver novos produtos/serviços	Capacitar os nossos líderes
** (Energia, Telecomunicações e Logística)					

# Mapa das prioridades estratégicas em cada setor:

1ª prioridade      2ª prioridade      3ª prioridade

## PERSPECTIVAS PARA 2021

Escala de 0 a 5

Agronegócio	4,5	4,3	4,4	2,2	2,1	<b>0,6</b>
Comércio	4,5	4,5	4,5	2,3	2,7	<b>0,4</b>
Construção e Serviços relacionados	4,5	4,3	4,1	2,1	2,7	<b>0,5</b>
Demais manufaturas	4,4	4,3	4,0	2,1	2,4	<b>0,4</b>
Demais Serviços*	4,8	4,8	4,7	2,3	2,6	<b>0,5</b>
Financeiro Bancário	4,9	5,0	4,9	1,9	2,2	<b>0,7</b>
Indústria de Alimentos e Bebidas	4,6	4,3	4,2	2,2	2,5	<b>0,6</b>
Infraestrutura**	4,5	4,3	4,2	1,9	3,2	<b>0,8</b>
Máquinas e Equipamentos	4,5	4,4	4,1	2,3	2,3	<b>0,7</b>
Saúde	4,4	4,2	4,2	2,2	2,8	<b>0,4</b>
Serviços a Empresas	4,4	4,4	4,3	2,4	2,4	<b>0,4</b>
Serviços de Tecnologia da Informação	4,5	4,4	4,1	1,9	1,8	<b>0,7</b>
Veículos e Autopeças	4,6	4,4	4,3	2,2	2,1	<b>0,9</b>

\*(Educação, Serviços relativos a atividades imobiliárias, Propaganda e Publicidade)

\*\* (Energia, Telecomunicações e Logística)

\*\*\*\* Será considerada estatisticamente significativa (margem de erro da escala x 3)

Capacitar os colaboradores

Focar em inovação

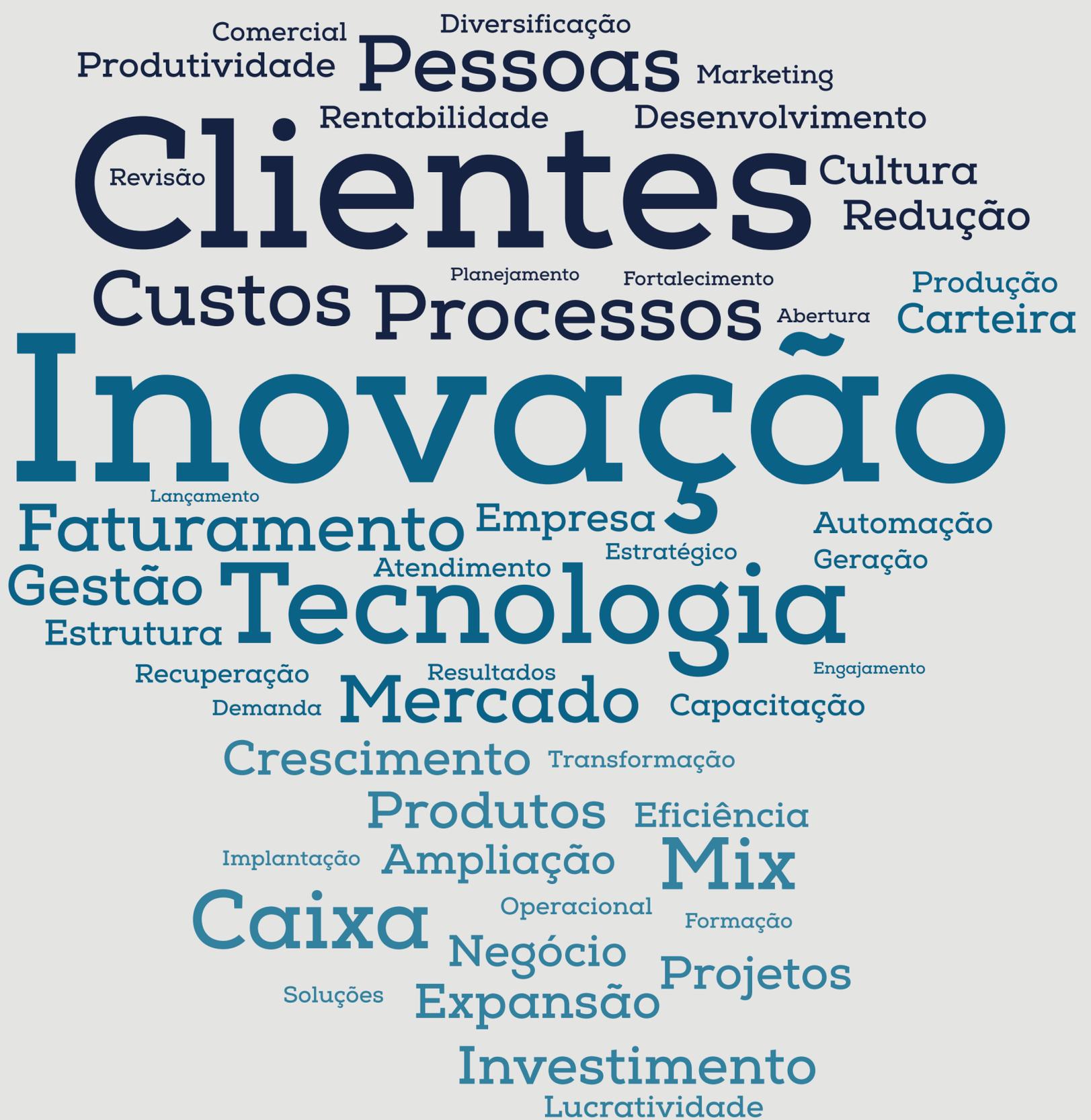
Investir em novas tecnologias

Não fará investimentos

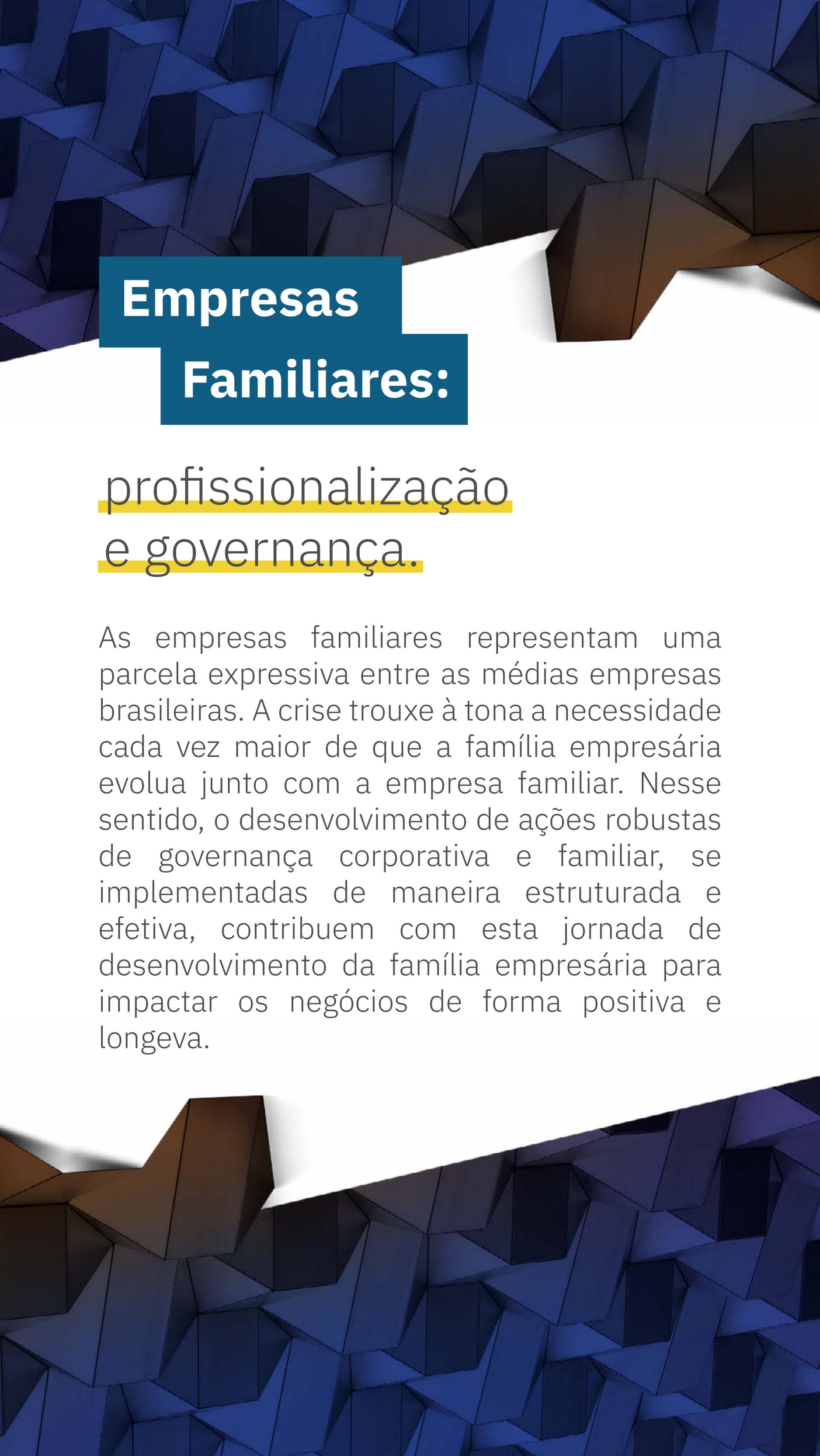
Continuar tentando sobreviver

Expectativa da diferença estatística mínima\*\*\*

# Prioridades a partir da crise:



Obs: o tamanho das letras representa a frequência de citação de um total de 838 palavras com frequência maior que 5.



# Empresas

# Familiares:

profissionalização  
e governança.

As empresas familiares representam uma parcela expressiva entre as médias empresas brasileiras. A crise trouxe à tona a necessidade cada vez maior de que a família empresária evolua junto com a empresa familiar. Nesse sentido, o desenvolvimento de ações robustas de governança corporativa e familiar, se implementadas de maneira estruturada e efetiva, contribuem com esta jornada de desenvolvimento da família empresária para impactar os negócios de forma positiva e longa.

# Características do Conselho

## Práticas de governança nas empresas familiares

50%  
40%  
30%  
20%  
10%  
0%

39%

Temos protocolo de família formalizado e operante

23%

Temos mecanismos estruturados de preparação de futuros acionistas

24%

Temos Conselho de família instituído e operante

Nota: o gráfico demonstra o uso de instrumentos de governança pelas empresas familiares.

Observação: o tempo de existência das empresas é o fator que explica as diferenças no uso dos instrumentos, conforme demonstrado nos gráficos à seguir.



## Protocolo de família formalizado e operante

**Grupo 1** - Empresas com mais de 35 anos de existência  
3,2 em uma escala de 0 a 5.

**Grupo 2** - Empresas com até 35 anos de existência  
2,3 em uma escala de 0 a 5.



## Temos mecanismos estruturados de preparação de futuros acionistas

**Grupo 1** - Empresas com mais de 35 anos de existência  
2,6 em uma escala de 0 a 5.

**Grupo 2** - Empresas com até 35 anos de existência  
1,9 em uma escala de 0 a 5



## Temos Conselho de família instituído e operante

**Grupo 1** - Empresas com mais de 40 anos de existência  
2,7 em uma escala de 0 a 5

**Grupo 2** - Empresas com até 40 anos de existência  
1,9 em uma escala de 0 a 5

### Nota:

Os dados representam o percentual das Empresas Familiares que concordam ter a prática de Governança. Somente o tempo de existência das empresas explicam as diferenças entre as características do Conselho (obtido pela técnica CHAID)

# **Empresas**

## **FDC Paex:**

O Paex é a solução educacional com metodologia proprietária FDC que articula uma poderosa rede para apoiar a profissionalização das médias empresas, com foco no aumento da competitividade e crescimento sustentado por meio da orientação técnica e da transferência de conhecimento. Das 451 empresas entrevistadas na pesquisa, 41% fazem parte dessa rede.

Com uma atuação dinâmica, que se reformula o tempo todo para estar à frente das tendências, o Paex promove um intercâmbio altamente qualificado de experiências e uma construção gradativa e continuada de conhecimento. Muito mais que implementar ferramentas gerenciais estratégicas, forma equipes de alta performance orientadas a obter o máximo dos resultados.

# Empresas

## FDC Paex:

**69% dos clientes Paex consideram ter se saído melhores que os concorrentes.**

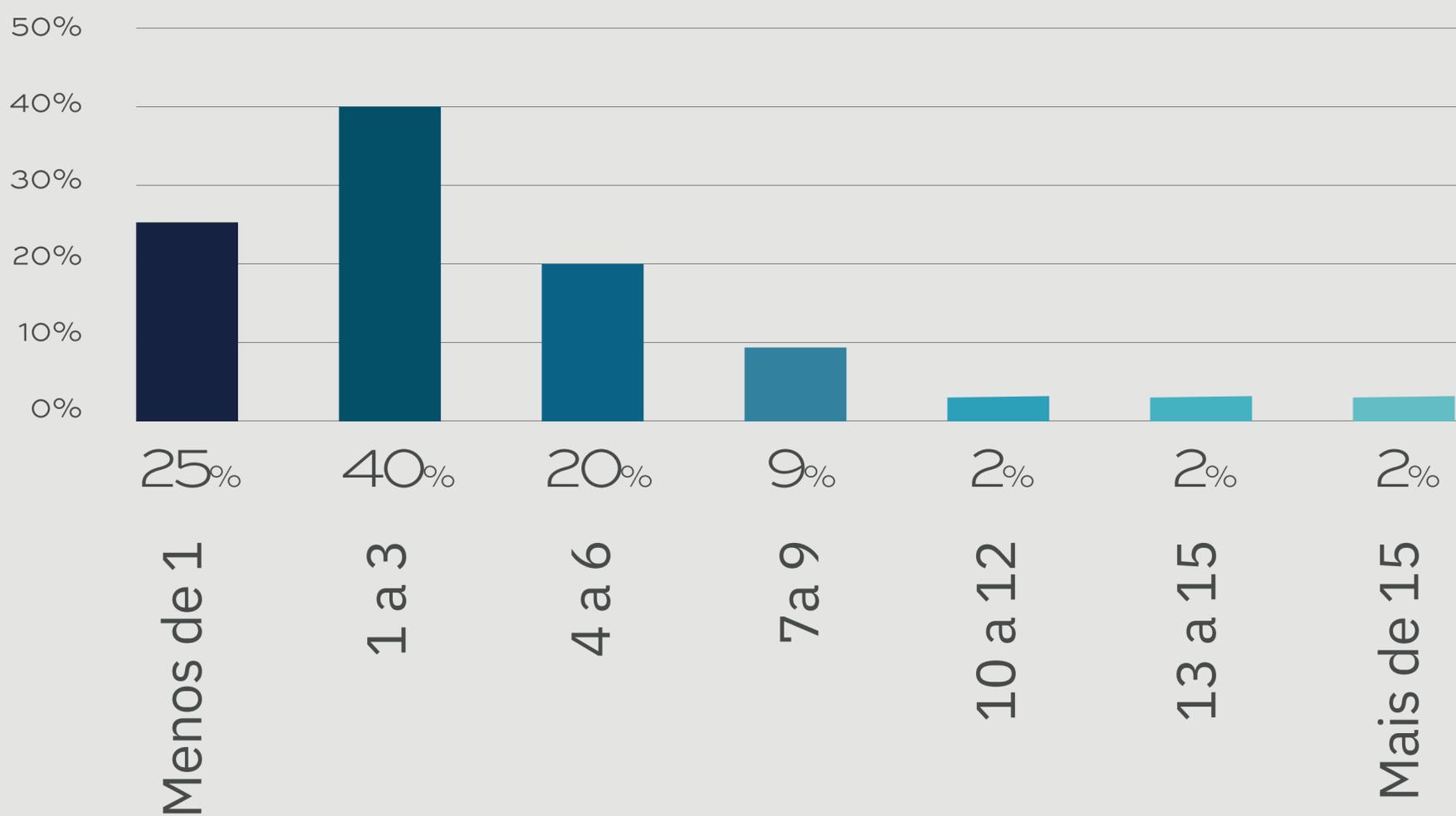
A pesquisa comprovou a maior capacidade das médias empresas que fazem parte do Paex para rápida redefinição de suas estratégias de gestão tendo seus modelos integrados como base. Além disso, os indicadores de performance funcionaram como norteadores que minimizaram as incertezas, dando aos gestores melhores ferramentas para tomada de decisões.

A implantação de modelos de Gestão e Governança adequados ao momento da crise, trouxeram para as empresa FDC Paex processos mais ágeis em conjunto com o acompanhamento periódico de objetivos e metas em ciclos mais curtos, permitindo o desenvolvimento para a transformação da cultura de gestão com novas competências de adaptação, priorização, foco, orientação, transformação, execução, engajamento e uma nova dinâmica, entregando resultados consistentes.

# Perfil

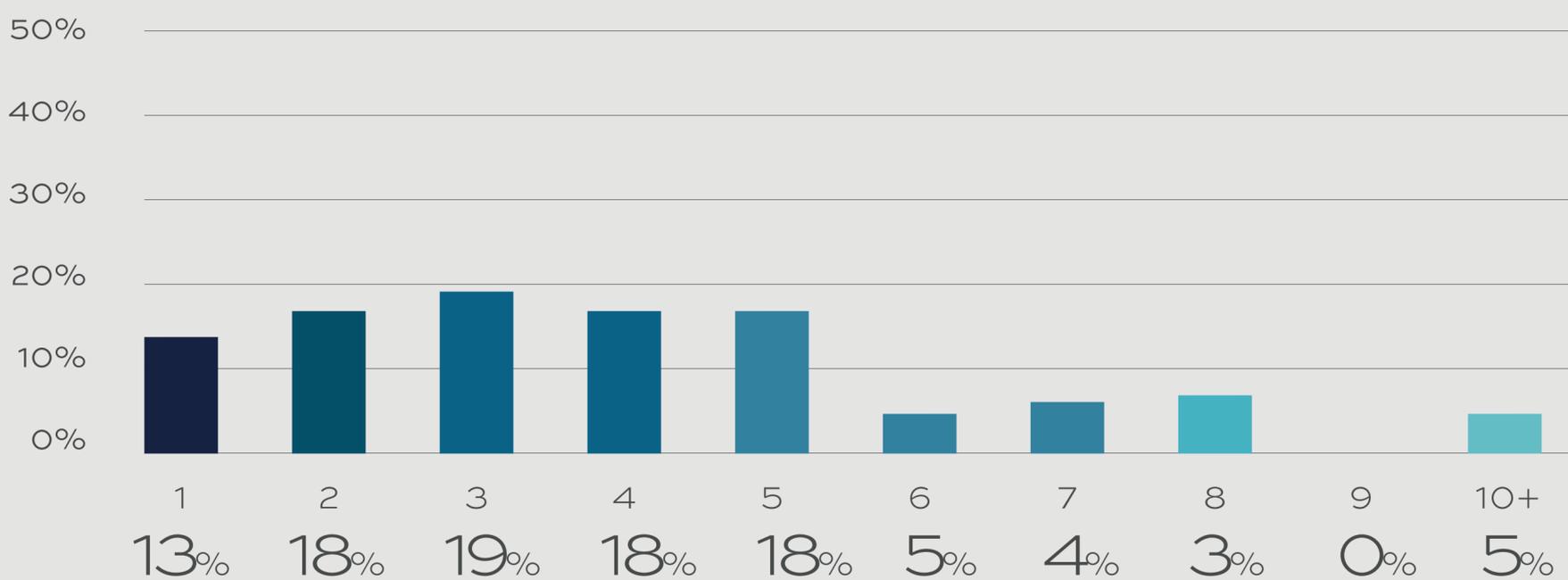
## Há quantos anos é participante do Paex FDC?

Amostra 176

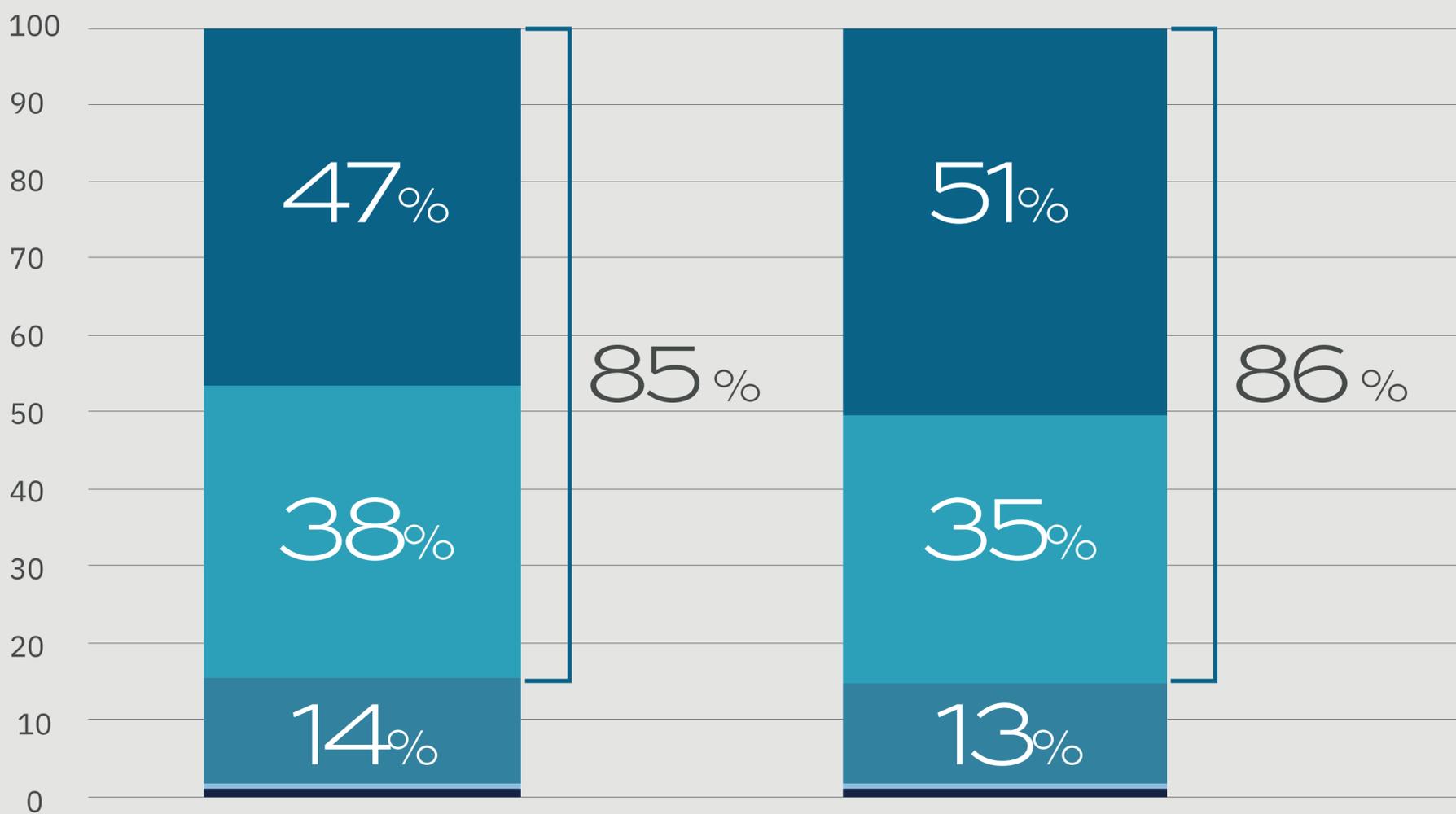


## Por quantos anos fez parte do Paex FDC?

Amostra 80



# Como as empresas do Paex FDC se saíram na crise?



O Programa Paex FDC foi importante na sustentação do seu negócio durante a crise.

O Programa Paex FDC foi importante para o seu desenvolvimento como líder durante a crise.

Concordo totalmente

Concordo parcialmente

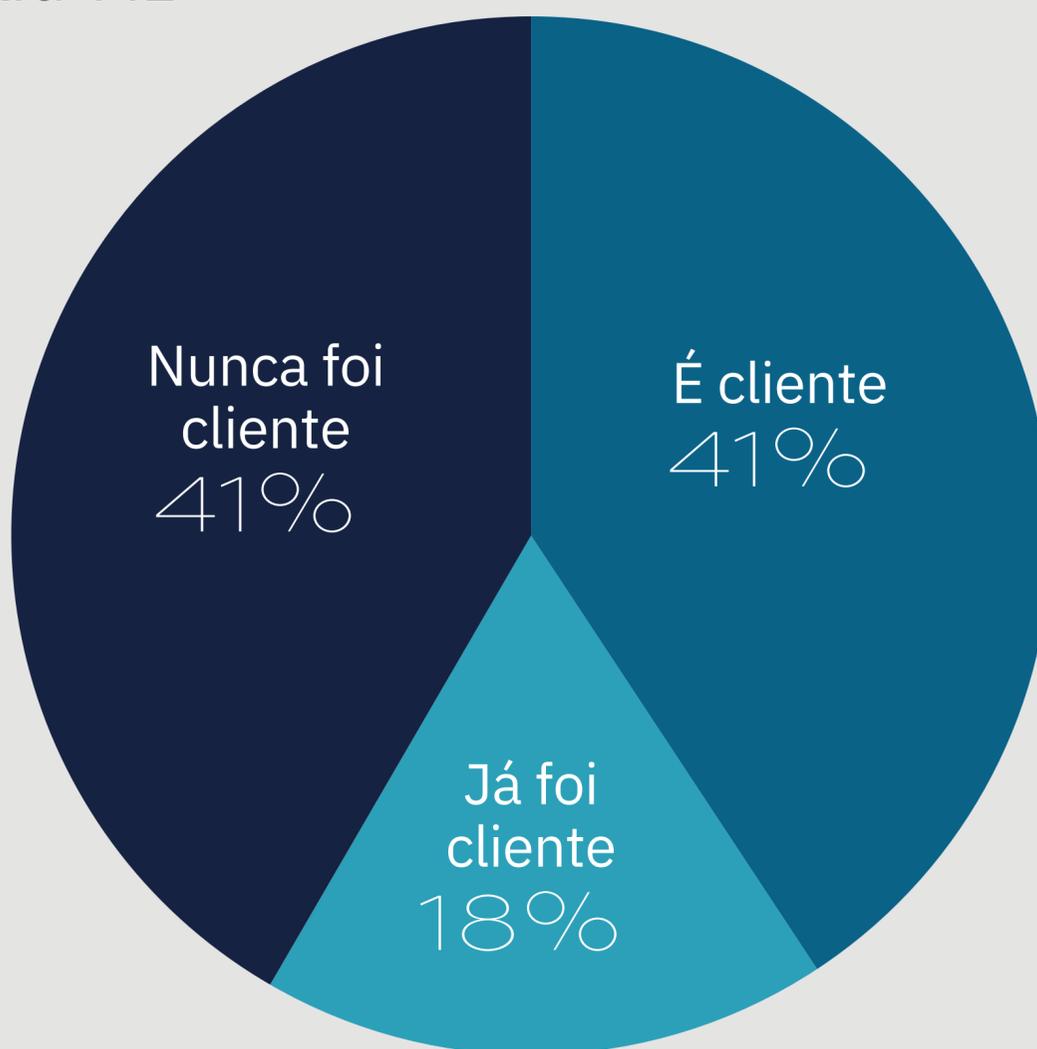
Indiferente

Discordo parcialmente

Discordo totalmente

# Classificação do cliente no Paex FDC

Amostra 442



## Insights

65%

das empresas do Paex estão pelo menos 3 anos no programa

41%

dos participantes nunca foram clientes Paex

84%

dos ex-clientes (18%), ficaram menos de 5 anos no programa



## Faturamento

Empresas da rede Paex 2020 tiveram um crescimento de 12,7% no faturamento (em relação a 2019). Empresas que não fazem parte do Paex cresceram 6,5% do faturamento.



## Lucro

Empresas da rede Paex tiveram um crescimento de 20,6% nos lucros em 2020 (em relação a 2019). Empresas que não faziam parte do Paex tiveram um crescimento de 8,4% na lucratividade.



## Concorrência

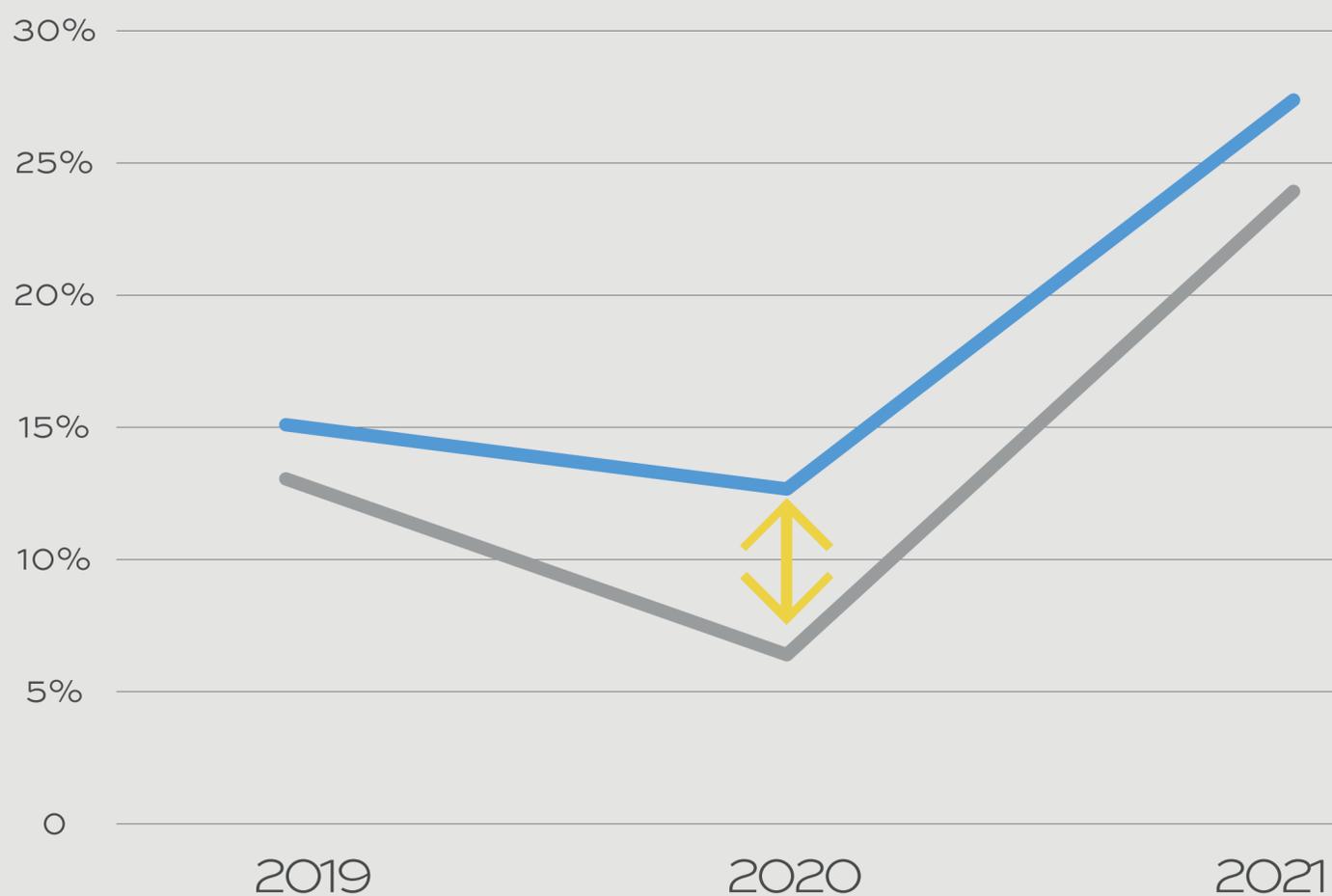
Empresas que fazem parte do Paex acreditam que se saíram melhores (3,8 em escala de 0 a 5) que as demais (3,6 em escala de 0 a 5) em relação às suas concorrentes.

\*todas as diferenças são estatisticamente significativas ( $p < 0,05$ ).

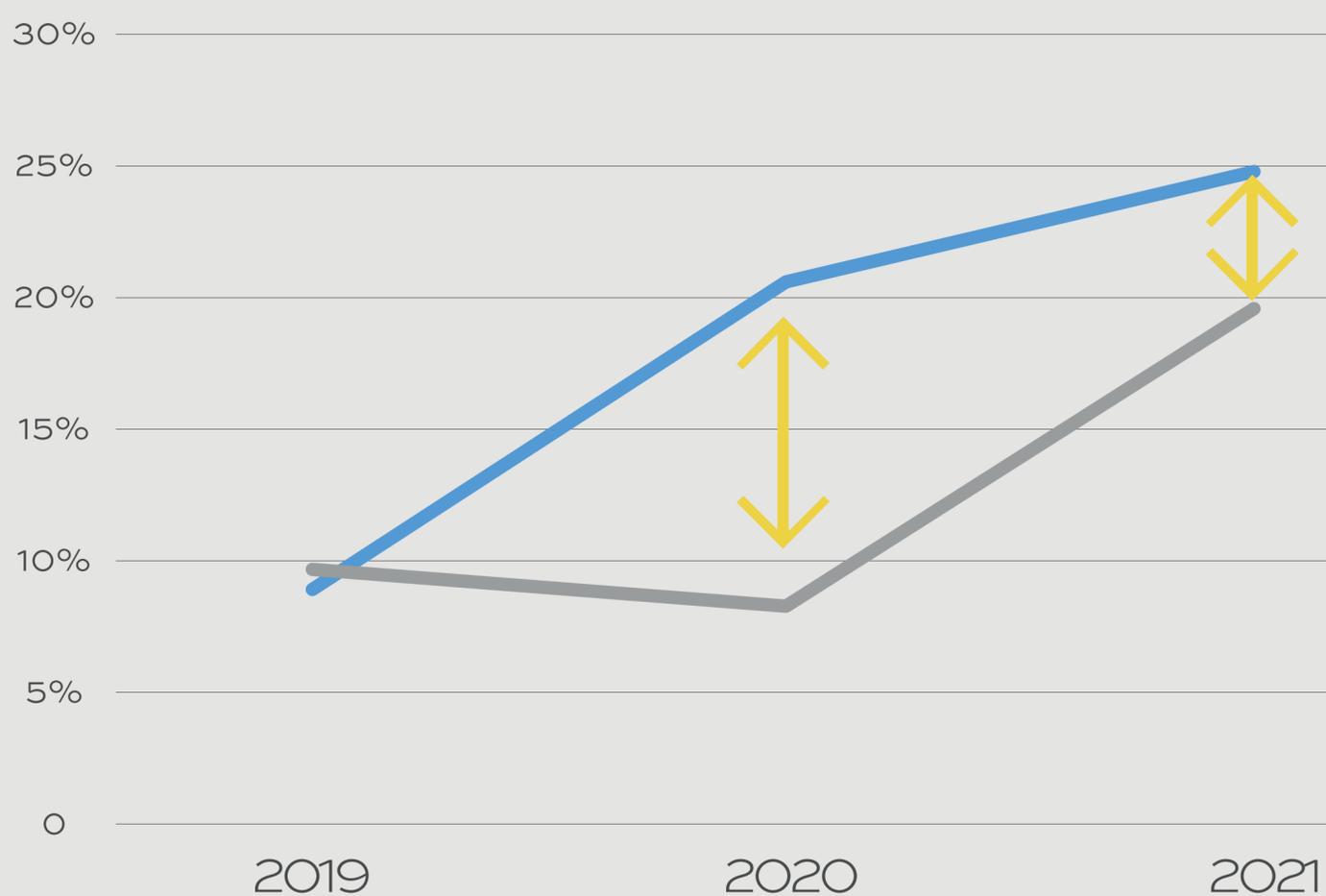
# Clientes Paex cresceram e crescem mais durante a crise

— PAEX  
— NÃO PAEX

## Variação do **FATURAMENTO**



## Variação da **LUCRATIVIDADE**



Notas: respondentes ativos PAEX de 2019: Clientes atuais do PAEX há mais de 1 ano na pesquisa e ex-clientes que finalizaram o contrato com o PAEX em 2019. Respondentes ativos PAEX de 2020: Clientes atuais do PAEX há mais de 1 ano na pesquisa (excluídos quem em 2020 tinham menos de 1 ano de PAEX).

# Paex: inovação, produtividade e proatividade.

## Grupo de empresas pesquisadas

Não adotaram “novos processos de vendas online”

Adotaram “novos processos de vendas online”

**A**

**B**

**C**

**D**

Aumentaram a produtividade em mais que 20% durante o ano de 2020

Tiveram variação de produtividade inferior a 20% durante o ano de 2020

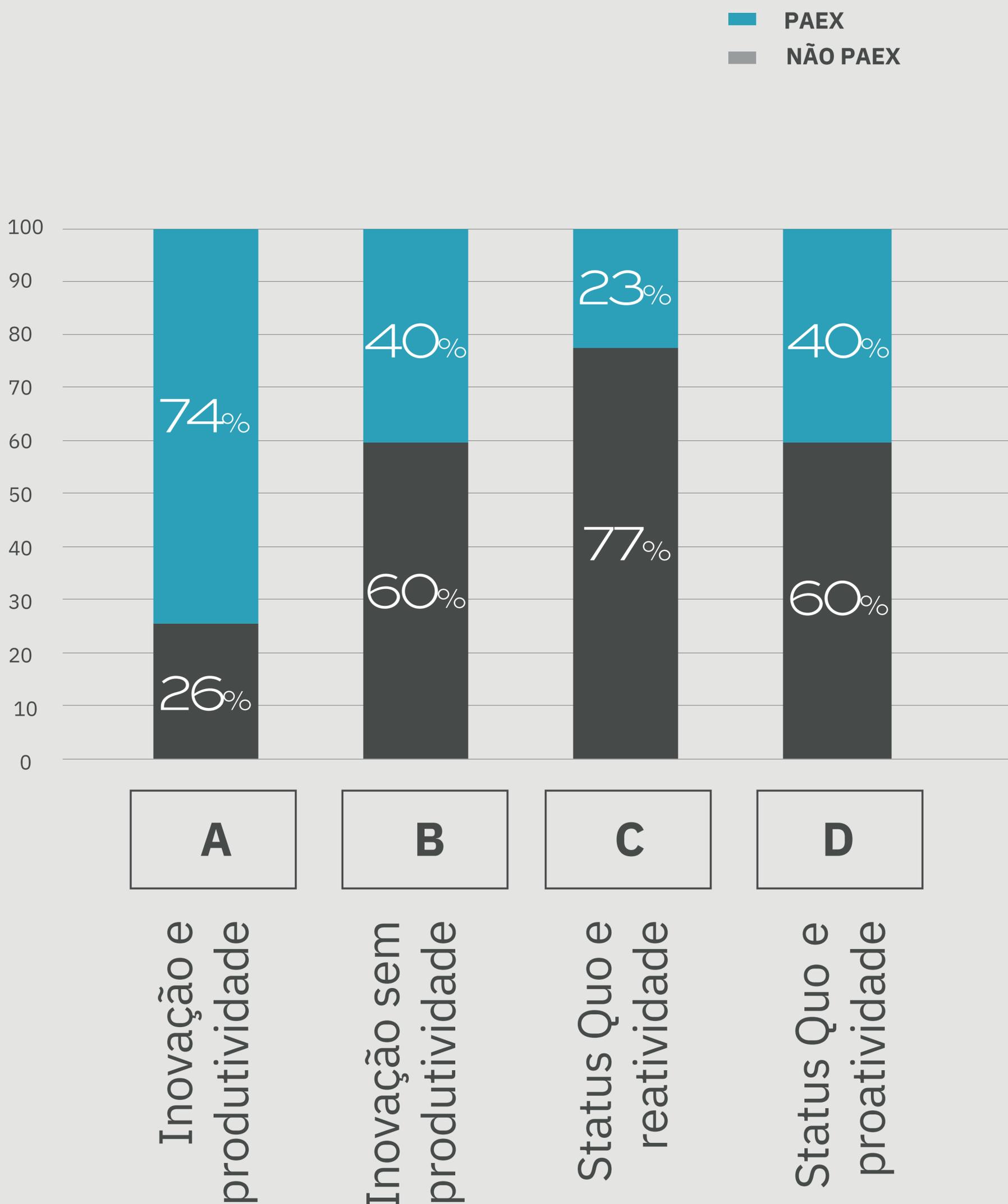
Tiveram que realizar a “Negociação com locatários”

Não precisaram realizar “Negociação com locatários”

### CATEGORIAS ESTRATÉGICAS E PAEX

Empresas do PAEX tiveram um desempenho superior às não participantes do programa durante o ano de 2020. A pesquisa mostra que o fator que mais explica esse diferencial de desempenho foi a adoção rápida de inovações. Empresas PAEX conseguiram migrar para novos processos de vendas online e aumentaram sua produtividade com mais agilidade.

# Paex: inovação, produtividade e proatividade.



Empresas do PAEX conseguiram migrar para novos processos de vendas online, aumentaram sua produtividade e conseguiram evitar estratégias reativas (ex.: negociação com locatários).

# Metodologia

## Instrumento

As questões foram elaboradas pela Prof<sup>a</sup> Dra. Luciana Faluba, juntamente com a Equipe de Portfolio e com o time Mercado Médias Empresas da FDC. Nas perguntas de concordância, empregou-se escalas Likert de 5 pontos para avaliar também o impacto de variáveis ambientais.

## Variáveis

Em nosso processo de investigação, consideramos como variáveis importantes o desempenho das empresas e as estratégias adotadas entre 2019 e 2020, as perspectivas para 2021 bem como seu perfil, estrutura e governança.

## Análise

- Estatísticas descritivas (média, desvio padrão e proporções);
- Teste estatísticos (teste T, Wilcoxon, Teste qui-quadrado e testes Z);
- Modelos multivariados (análise de clusters, análise fatorial, CHAID e regressão múltipla).

# Metodologia

## Universo

Foram enviados 5000 convites, indicando uma taxa de resposta de 9%. Não foram identificados padrões de mudança de resposta ao longo do tempo, indicando que os dados não parecem sofrer de problemas de não resposta.

## Público-alvo

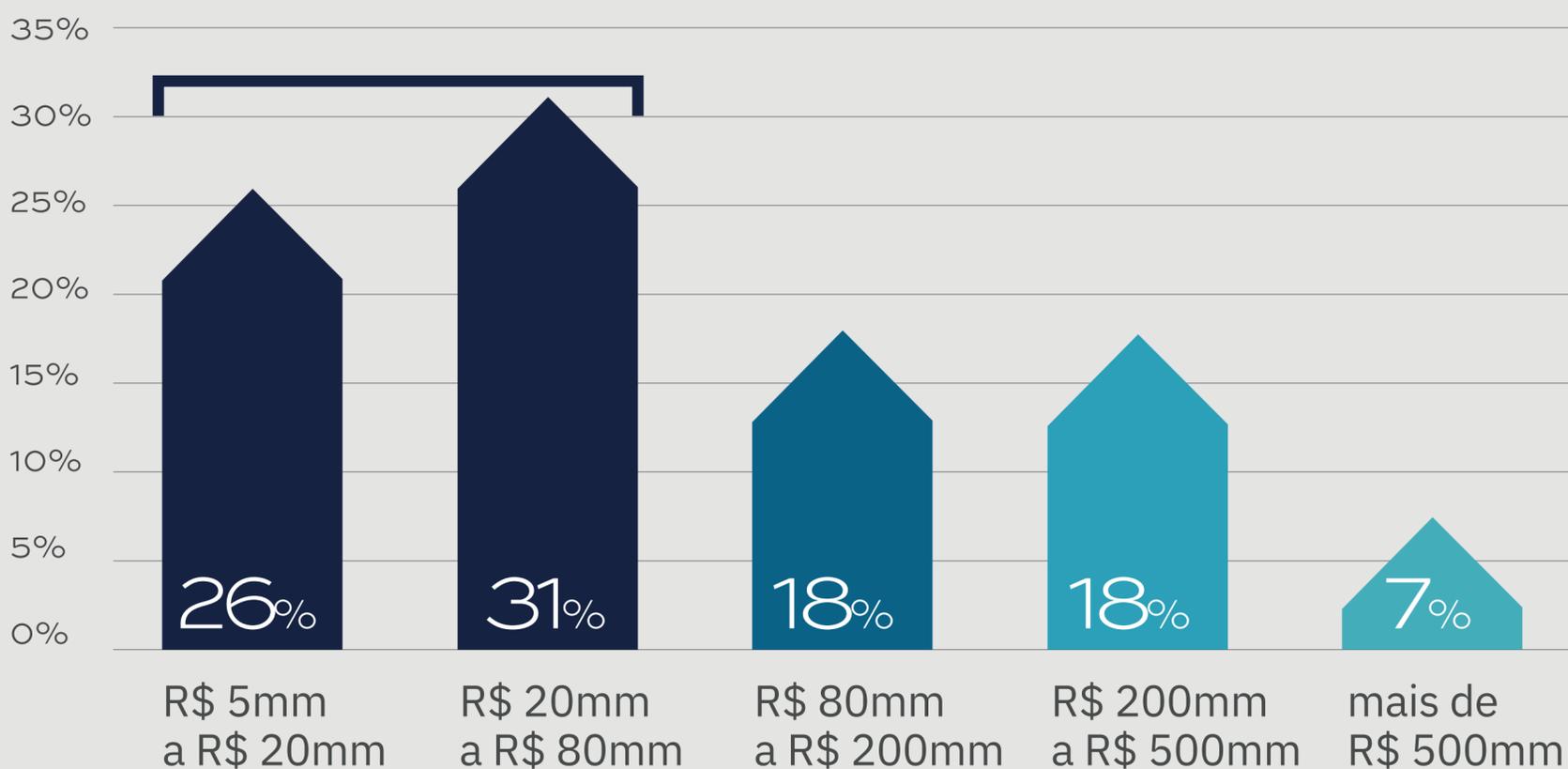
Clientes atuais, ex-clientes e prospects do programa Parceiros para a Excelência - PAEX, incluindo a base de contatos da FDC e dos Associados em todo o Brasil.

## Período

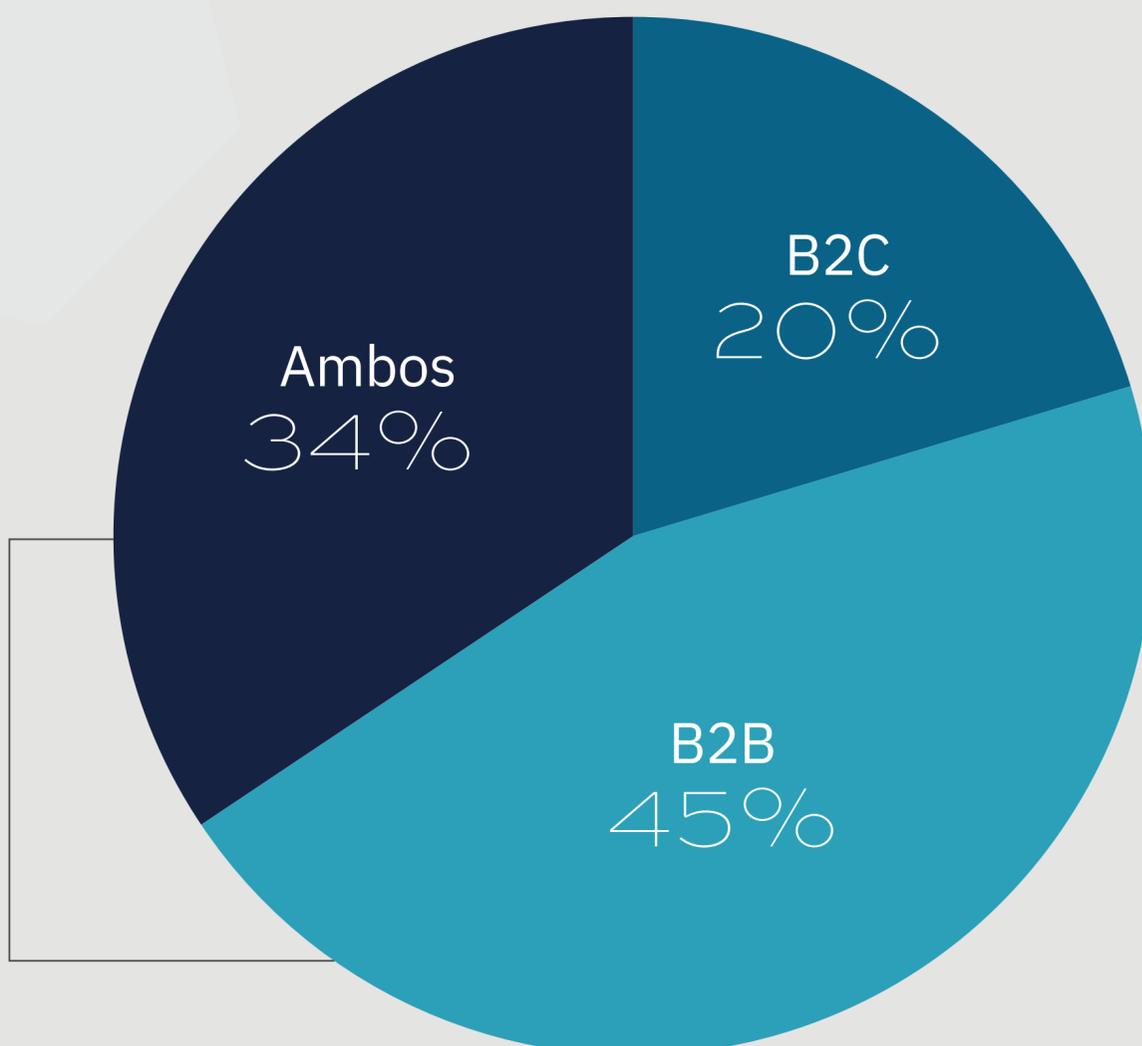
Os dados foram coletados entre os dias 25 de novembro de 2020 e 22 de fevereiro de 2021 por meio da plataforma Survey Monkey.

# Perfil das empresas ouvidas

## Faixa de faturamento anual

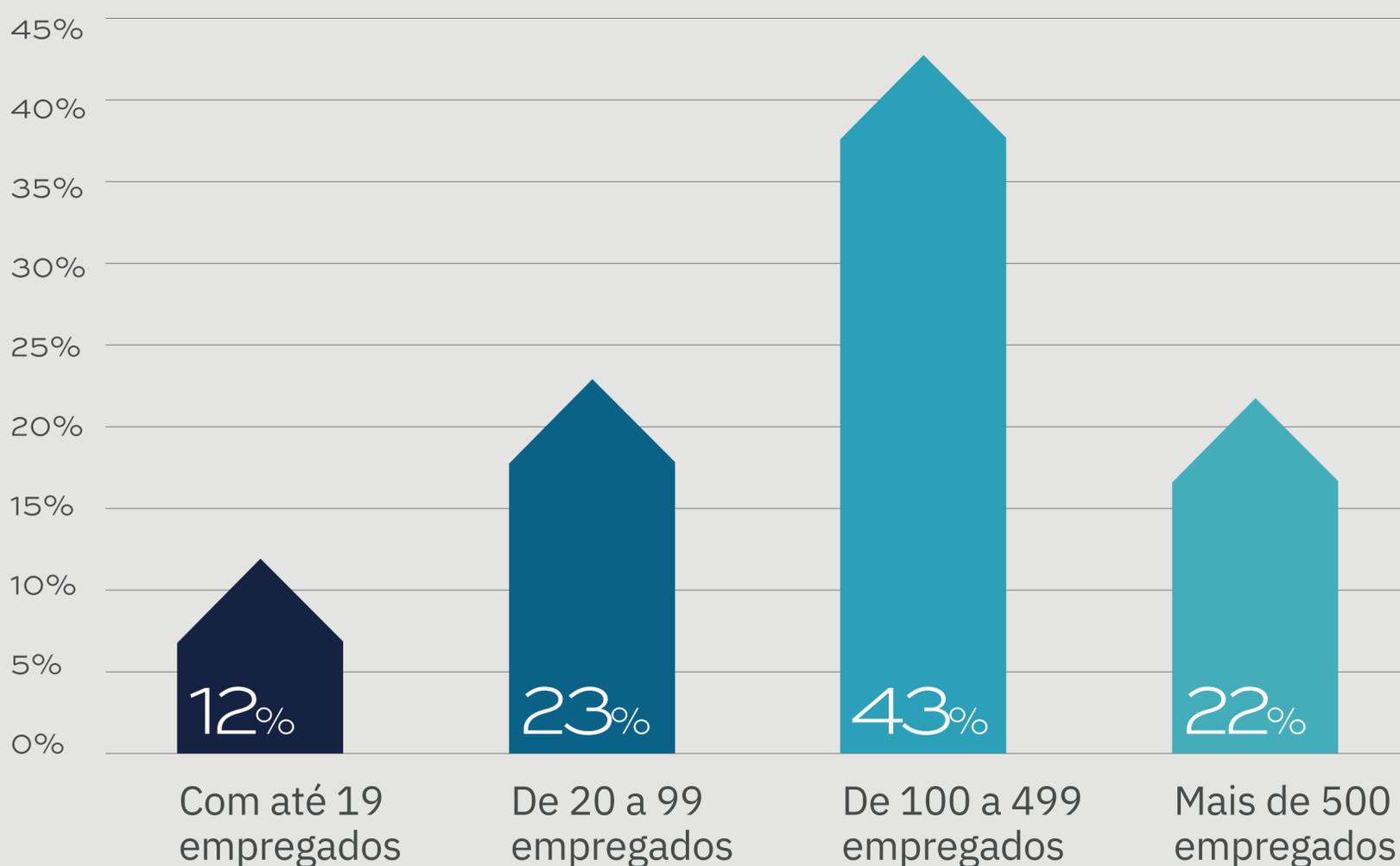


## Público-alvo



Obs.: estimativas baseadas em 413 respostas válidas

# Quantidade de colaboradores



## Insights

57%

tem faturamento até R\$ 80 milhões

79%

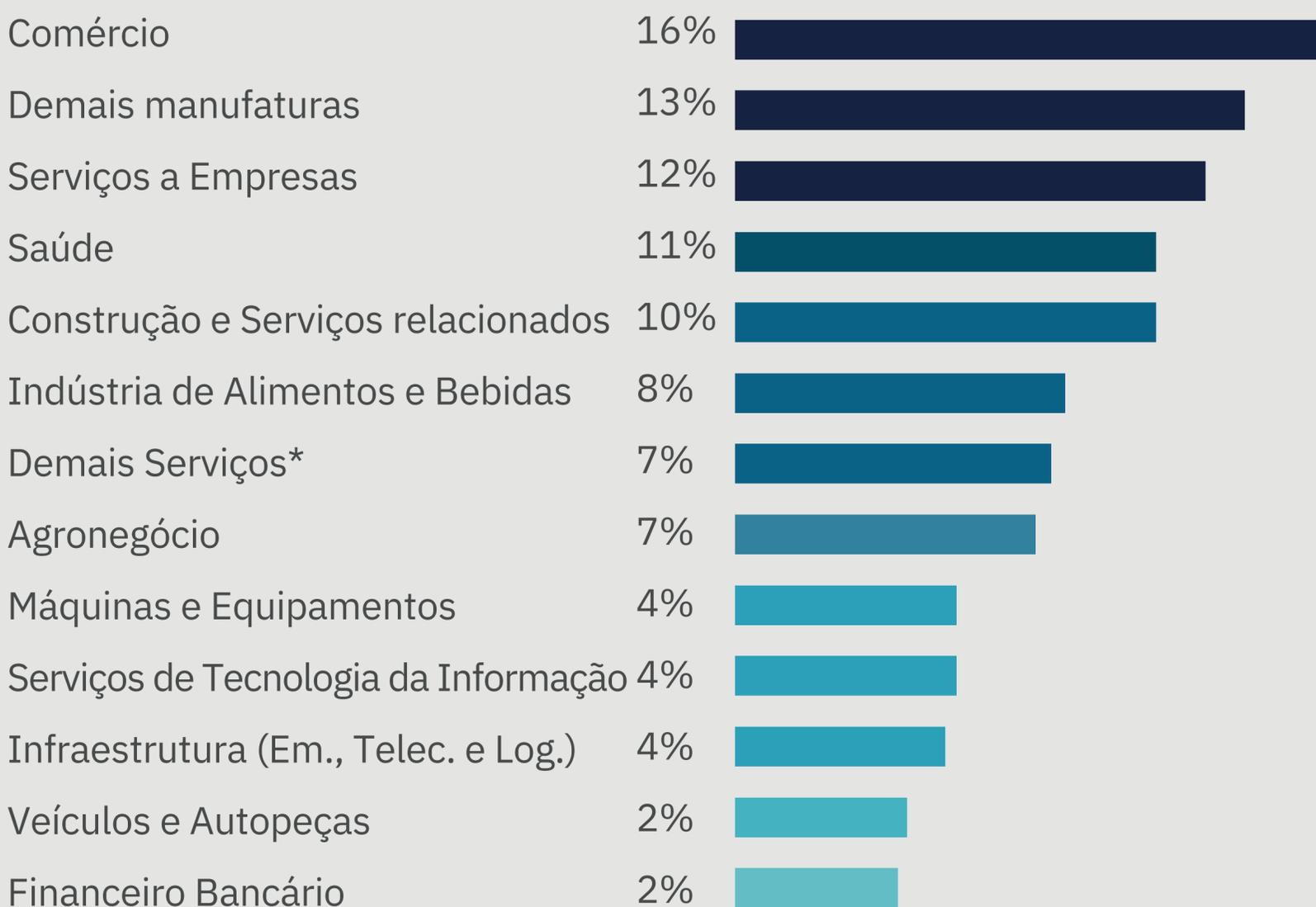
atua no segmento B2B

65%

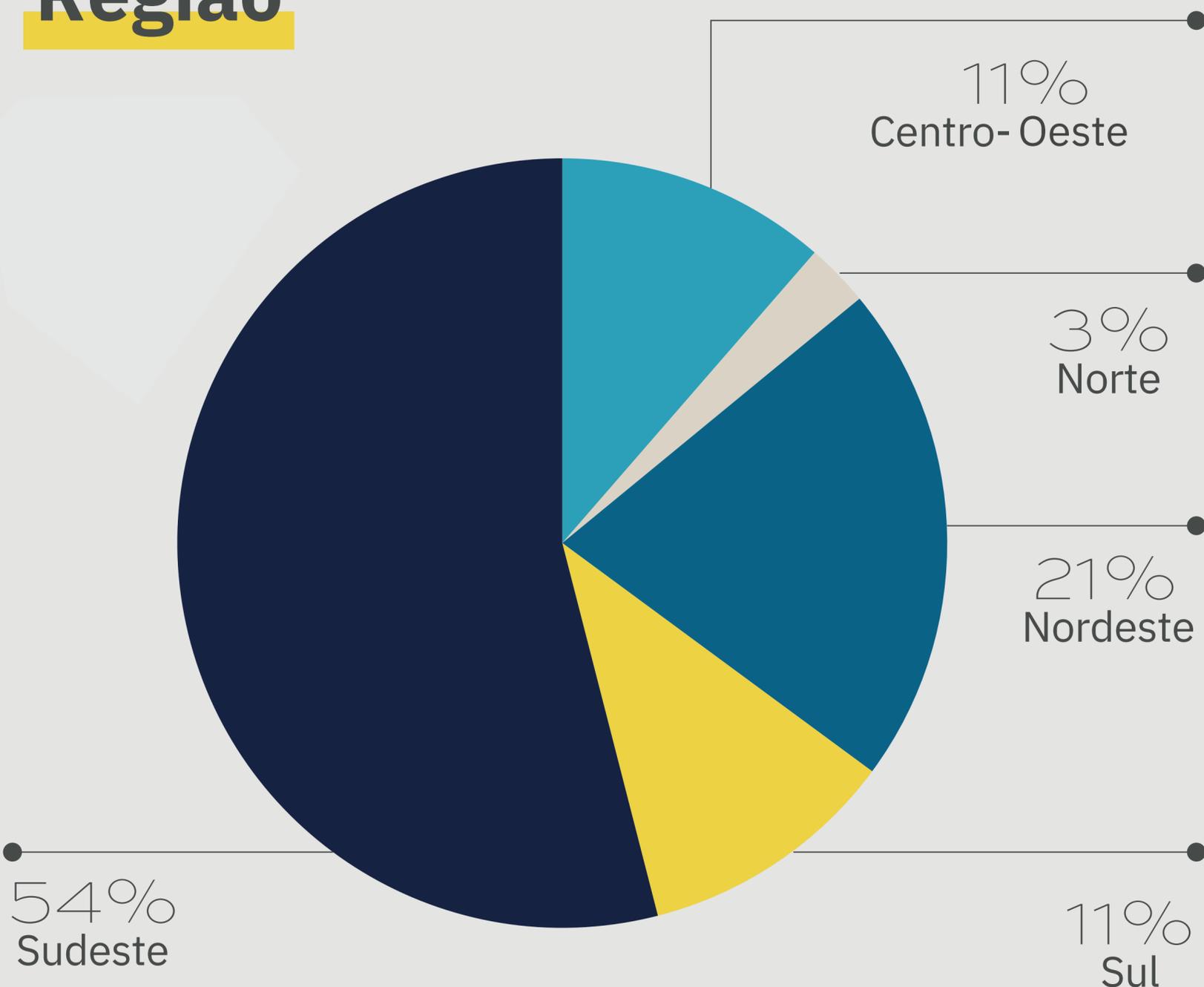
possui 100 empregados ou mais

## Setor

## Percentual



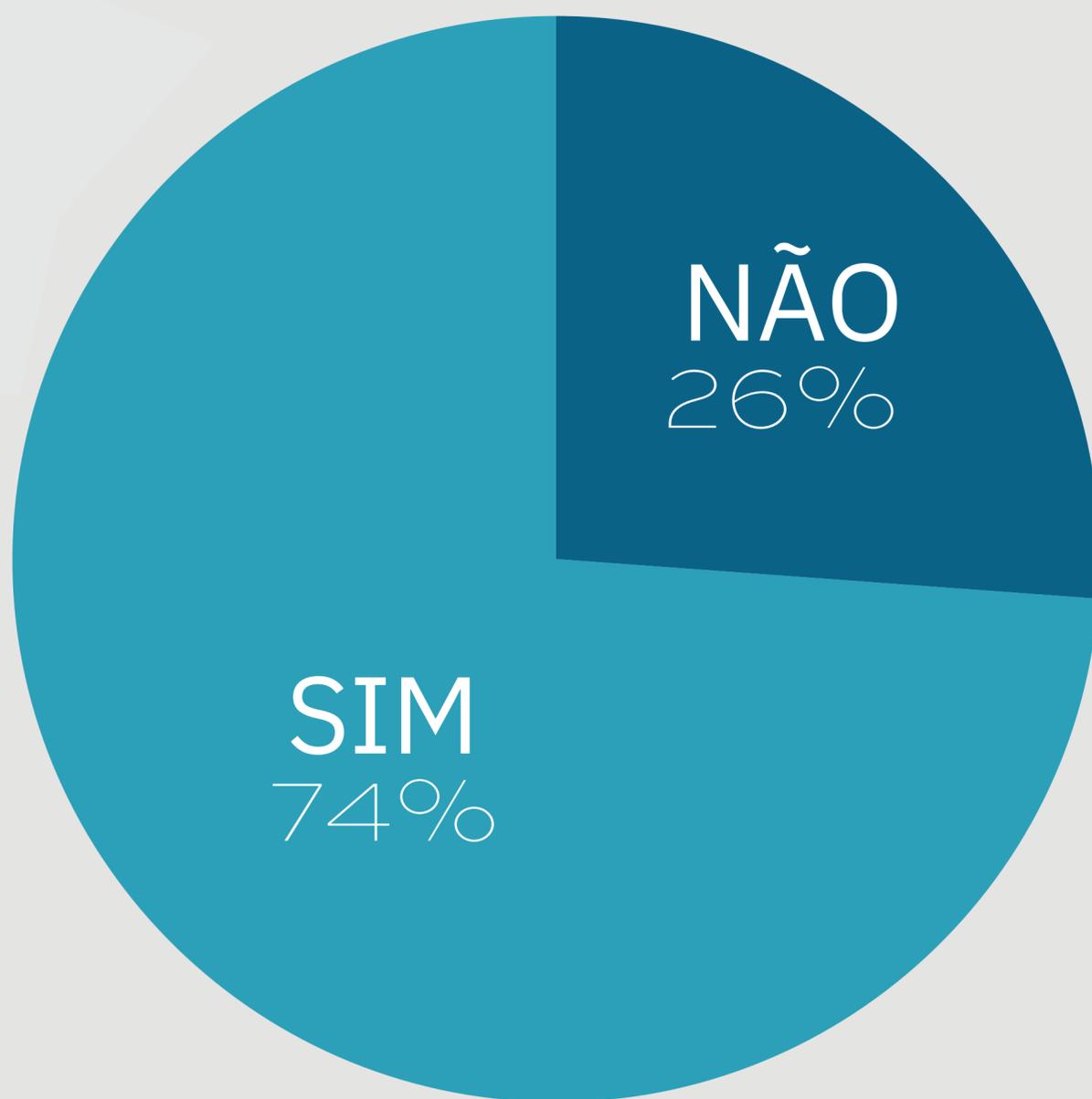
## Região



# Localização

Região/Estado	Selecione		
	Capital	Interior	Total
Distrito Federal (DF)	3%	0%	2%
Goiás (GO)	4%	3%	4%
Mato Grosso (MT)	6%	2%	4%
Mato Grosso do Sul (MS)	3%	0%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>17%</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>
Amazonas (AM)	3%	0%	2%
Pará (PA)	0%	1%	0%
Rondônia (RO)	0%	1%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>
Alagoas (AL)	6%	1%	4%
Bahia (BA)	7%	4%	6%
Ceará (CE)	7%	1%	5%
Maranhão (MA)	4%	1%	3%
Paraíba (PB)	0%	1%	0%
Pernambuco (PE)	2%	1%	1%
Rio Grande do Norte (RN)	3%	1%	2%
Sergipe (SE)	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>31%</b>	<b>9%</b>	<b>21%</b>
Paraná (PR)	0%	4%	2%
Rio Grande do Sul (RS)	3%	6%	4%
Santa Catarina (SC)	0%	9%	4%
<b>TOTAL</b>	<b>4%</b>	<b>20%</b>	<b>11%</b>
Espírito Santo (ES)	9%	4%	7%
Minas Gerais (MG)	13%	23%	18%
Rio de Janeiro (RJ)	4%	1%	3%
São Paulo (SP)	19%	37%	27%
<b>TOTAL</b>	<b>45%</b>	<b>65%</b>	<b>54%</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>	<b>100%</b>

## A empresa é familiar?



## Insights

74%

das empresas respondentes é familiar

65%

dos que são parceiros Paex, estão há até 3 anos



**FDC. Há 15 anos, a melhor escola  
de negócios da América Latina,  
em 2020, uma das 10 melhores do  
mundo, segundo o Financial Times.**

Em 45 anos de atuação, temos contribuído com o desenvolvimento de milhares de organizações e líderes de todos os segmentos.

Com metodologia proprietária, antecipamos e interpretamos cenários em um ambiente cada vez mais complexo para criar de valor a partir da transferência de conhecimento e aprendizado.

Na prática, isso representa competitividade para empresas e autonomia para os indivíduos.

# Conheça nossas soluções para médias empresas

## **PAN**

### **PARCERIA PARA ACELERAÇÃO DE NEGÓCIOS**

Programa para empresas de pequeno porte que desejam atingir um novo patamar em gestão empresarial partir do aprimoramento da performance administrativa e da produtividade, impulsionando-as para novos desafios.

## **PAEX**

### **PARCEIROS PARA A EXCELÊNCIA**

Programa que reúne empresas de médio porte interessadas em aumentar sua competitividade e elevar seus resultados baseada na construção gradativa de um modelo de gestão por meio da implementação de ferramentas gerenciais e estratégicas, do intercâmbio de experiências e do conhecimento.

## **JORNADA DA FAMÍLIA EMPRESÁRIA**

A Jornada da Família Empresária entende e considera as singularidades de cada família para contribuir com sua trajetória empresarial, por meio da ampliação da visão de negócio, respeitando suas características, preservando seu legado e contribuindo com a perpetuidade através das gerações.

## **PCS**

### **PARCERIA PARA O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL**

Programa para empresas que desejam crescer de forma perene e sustentável, gerenciando, além dos seus resultados econômicos e financeiros, seus impactos sociais, ambientais e culturais e de forma alinhada com as novas demandas do mercado.

## **PDA NACIONAL**

### **PARCERIA PARA O DESENVOLVIMENTO DE ACIONISTAS NACIONAL**

Programa oferece para empresas familiares e famílias empresárias, aporte conceitual de alta relevância e troca de experiências para promover um alinhamento de percepções, responsabilidades e estratégias com foco em preservar e maximizar o patrimônio e a continuidade dos negócios.

## **PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE VAREJISTAS MINASPETRO**

Programa de Desenvolvimento Empresarial de Varejistas Minaspetro é uma parceria da MINASPETRO e a FDC para levar temas customizados e alinhados às necessidades das empresas do setor de revenda de combustíveis, unindo conceitos, práticas e troca de experiências.

## **REDES ESTRUTURAIS PARA DESEMPENHO ESTRATÉGICO SUPERIOR**

Uma Solução Customizada que parte de uma base previamente estruturada para desenvolver e implementar um modelo estratégico de governança para potencializar resultados e estimular o acesso a novos mercados, a novas tecnologias e conhecimentos para a expansão da oferta de produtos e serviços.

## **SOLUÇÕES IN COMPANY**

Soluções educacionais que vão da capacitação e desenvolvimento à intervenção organizacional, que considera a identidade, a cultura, o propósito e a estrutura de cada organização e desenhadas a partir da análise das necessidades e dos resultados que precisam ser alcançados.



*Para ser relevante.*

**HÁ 15 ANOS ENTRE AS  
MELHORES ESCOLAS DE  
NEGÓCIOS DO MUNDO.**

**9º LUGAR NO RANKING  
FINANCIAL TIMES 2020.**

**[www.fdc.org.br](http://www.fdc.org.br)**