

FDC | Fundação
Dom
Cabral



Impulsionar conexões, cocriar
mudanças e buscar resultados que
impactam o futuro: **a experiência de
marca da Fundação Dom Cabral**

Entre as 10 melhores escolas de negócios do mundo

A Fundação Dom Cabral (FDC) é uma escola de negócios brasileira com 49 anos de excelência, reconhecida há 20 anos como uma das melhores do mundo pelos rankings de Educação Executiva do Financial Times.

Oferece soluções de desenvolvimento, prepara líderes para resolver problemas complexos e cria soluções inovadoras para pessoas, organizações de médio e grande porte, públicas e privadas, e a sociedade. Com uma abordagem educacional única, integra rigor científico à aplicabilidade, inteligência à afetividade e desempenho ao progresso social. Em 2024, mais de 20 mil participantes foram certificados pela FDC.

Além de sua atuação na educação executiva e acadêmica, a FDC também investe no desenvolvimento social, apoiando jovens em situação de vulnerabilidade, empreendedores populares e organizações sociais.



Em 2025, conquistou a 4ª posição global em Programas Abertos, que são oferecidos para indivíduos, e a 8ª em Programas Customizados, que são desenvolvidos para empresas.



1ª

Escola de negócios em educação executiva na América Latina por 20 anos consecutivos.

4ª

Melhor escola do mundo em Programas Abertos (curta e média duração), segundo rankings de Educação Executiva do Financial Times.

+20mil

Pessoas desenvolvidas em 2024 em programas de educação acadêmica e executiva.

+6mi

Pessoas impactadas direta e indiretamente pelos programas de desenvolvimento de organizações da sociedade civil realizados pela educação social.

49

Anos de atuação. Quase meio século de história.

+30mil

Membros da comunidade Alumni.





CAMPUS **Aloysio Faria - MG**

Localizado em Nova Lima, a 30 km de Belo Horizonte, na rota das principais cidades históricas do país, o *campus* conta com instalações diferenciadas e tecnologia de ponta, integradas ao contato com a natureza para experiências de aprendizagem transformadoras e impactantes.



CAMPUS **Belo Horizonte - MG**

Localizado na região central da capital mineira, o *campus* abriga os programas de especialização e graduação da FDC. O espaço mantém salas de aula, reunião e trabalho em grupo totalmente equipadas, além de *business center*, auditório e biblioteca.



CAMPUS **São Paulo - SP**

Um espaço exclusivo no coração da Vila Olímpia, com nove andares, salas de aula, andar corporativo de 450m², *rooftop* e muito mais. Estrutura que integra inovação, sustentabilidade e acessibilidade, além de um projeto arquitetônico moderno e sofisticado.



**Antonio Batista
da Silva Junior**

Presidente executivo da FDC



Ao longo de quase cinco décadas, a Fundação Dom Cabral construiu uma trajetória de relevância no campo da educação e da gestão, orientada pelo compromisso de ser útil à sociedade. À medida que se aproxima dos 50 anos, a instituição passa por um processo de alinhamento entre propósito, marca e atuação, em que reconhece o passado, reafirma sua responsabilidade com o momento presente e projeta caminhos para a construção de futuros mais positivos. O reposicionamento de marca vem para reafirmar e fortalecer o nosso propósito de contribuir para a prosperidade sustentável e inclusiva da sociedade. A nova marca conecta reputação, educação e impacto, com foco em resultados que combinem performance organizacional e contribuição social.

Mais do que uma mudança de marca: O MARCO DE UMA MUDANÇA



Em 2024/2025, a Fundação Dom Cabral (FDC), deu um passo ousado em sua jornada institucional: reposicionar sua marca para liderar não apenas em excelência educacional, mas em impacto positivo. Com origem mineira e projeção global, a FDC revelou uma **nova identidade visual**, inaugurou um **novo campus em São Paulo** e uma **nova narrativa: fundamentada na proposta de liderar, no hoje, a construção de futuros positivos**. Mais do que um rebranding, tratou-se de uma profunda transformação na experiência de marca, planejada e iniciada muito antes e focada na comunicação estratégica da marca **para expandir seu awareness no Brasil e no mundo**. Além disso, a FDC **também estruturou sua abordagem educacional**, envelopando sua metodologia de forma mais clara para todos os stakeholders. Essa abordagem ganhou nome: UNI(CO) e ficou mais tangível enquanto o jeito de ser e fazer aprendizagem na FDC. O **Seja Relevante** (www.sejarelevante.fdc.org.br), hub de conteúdo da FDC que aborda os temas de gestão, negócios, carreira e impacto social, que nasceu em 2021 como projeto pioneiro na área de educação no Brasil, teve sua estratégia revisada e diversas ações foram colocadas em prática visando aumentar sua distribuição / audiência, também expandindo a marca FDC por meio da produção de conteúdo de qualidade.

Com a atuação social muito forte, sendo um dos pilares da organização, a escola de negócios, que está prestes a completar 50 anos, também criou o **FDC 50: um projeto de arrecadação de fundos para o desenvolvimento de soluções para as questões mais críticas que o planeta enfrenta**, (co)construindo futuros positivos. Por meio desta iniciativa, a FDC busca captar R\$ 50 milhões para acelerar as transformações necessárias.

Contexto que originou a estratégia:

Um dos objetivos estratégicos da FDC até o ano de 2025 era de se consolidar como um centro de formulação de ideias – **Think Action Tank**. Apesar de sua reputação internacional, construída por meio de parcerias estratégicas e pelo reconhecimento do Financial Times que, há 20 anos consecutivos traz a FDC entre as melhores escolas de negócios do mundo, e sua presença consolidada em Minas Gerais, a FDC identificou um desafio: **ampliar seu reconhecimento e engajamento no território nacional, especialmente em São Paulo** - maior centro econômico e de influência do país, onde a FDC atuava com salas dentro de um edifício comercial, apenas. Esse cenário se somava a transformações relevantes no mercado de educação executiva e nas exigências sociais contemporâneas, que demandam, cada vez mais, lideranças éticas, inovadoras e capazes de atuar com responsabilidade diante dos desafios globais. Ao mesmo tempo, era preciso renovar sua narrativa institucional e suas ações para refletir com clareza sua **atuação como agente de transformação** para organizações, pessoas e sociedade.



Objetivos:

REPOSICIONAR

a marca com foco em impacto, relevância e visão de futuro.

REFORÇAR

a imagem da FDC como referência global em liderança e educação.

FORTALECER

a reputação institucional e o engajamento com stakeholders estratégicos.

LIDERAR

a construção conjunta de futuros positivos.

CONSOLIDAR

a atuação da área de PR como pilar estratégico na construção da marca.

EXPANDIR

a atuação da FDC em São Paulo e em todo o Brasil, conectando-se com novos públicos.

Estratégia escolhida:

A estratégia adotada partiu de uma visão clara: fortalecer a marca institucional em todo o território nacional, com especial atenção à ampliação do reconhecimento na cidade de São Paulo, e, ao mesmo tempo, comunicar de forma mais tangível sua contribuição para um mundo mais justo, ético e sustentável.

Mais do que um reposicionamento visual, a FDC promoveu uma transformação profunda na sua experiência de marca, com a comunicação estratégica no centro do processo. O objetivo foi alinhar todos os pontos de contato da marca à proposta de valor da instituição: escola para quem quer liderar, no hoje, futuros positivos.

Com o rebranding institucional, a FDC apresentou uma nova identidade visual e verbal, mais contemporânea e conectada à sua narrativa desejada. Esse movimento aconteceu junto com a expansão física com a inauguração de um novo campus em São Paulo: um edifício monousuário de 9 andares na Vila Olímpia, consolidando a presença institucional da FDC no maior polo econômico do país, reforçando simbolicamente a nova fase da marca – a FDC já estava na capital paulista, mas ocupava sete salas em três andares de um edifício comercial.

O jeito de ser e fazer aprendizagem da FDC foi sistematizado e passou a ser apresentado ao mercado como UNI(CO) uma abordagem proprietária, que traduz a forma como a escola desenha experiências educacionais com impacto real em pessoas, organizações e na sociedade.

Por meio do Seja Relevante a FDC se fortaleceu como marca Publisher e em 2024/2025 foi o momento de olhar também para o hub de conteúdo e rever sua estratégia, fazendo ajustes editoriais, ampliação dos formatos e otimização da distribuição, com foco em aumentar a capilaridade e visibilidade da marca.

Mas não era possível pensar no negócio sem pensar na sociedade. Por isso, foi lançado o FDC 50, projeto de mobilização institucional com o objetivo de arrecadar R\$ 50 milhões para o desenvolvimento de soluções frente aos principais desafios do planeta. A iniciativa reafirma o compromisso da FDC com a transformação social e a formação de lideranças responsáveis, promovendo engajamento e reputação junto a uma comunidade global.

Todas essas ações, juntas, criaram uma experiência integrada para diferentes públicos, elevando a reputação e o engajamento com a FDC.

Marca

FDC50

Seja
Relevante

UNI(CO)

Novo
Campus SP

Rebranding e novo posicionamento

Uma nova identidade visual e uma nova declaração de posicionamento: **“Escola para quem quer liderar, no hoje, futuros positivos.”** Essa mensagem norteou toda a comunicação e guiou os esforços de reputação.

Lançamento do projeto FDC50

Projeto de mobilização da comunidade global da FDC para arrecadar **R\$ 50 milhões** destinados a iniciativas de impacto positivo para os próximos 50 anos.

Revisão da estratégia do Seja Relevante

Criação de ações para aumentar a capilaridade do hub de conteúdo da FDC, inédito no Brasil entre escolas de negócios, com curadoria editorial e jornalismo institucional. O Seja Relevante nasceu em 2021, tornou a FDC uma marca publisher e em 2024 teve sua estratégia revista com foco em aumento da visibilidade e reconhecimento da FDC como think action tank.

Sistematização do UNI(CO)

Nomeação e narrativa da abordagem educacional proprietária da FDC, que une experiência transformadora, impacto positivo e aprendizagem contínua.

Inauguração do novo campus em SP

Deixa de ocupar um edifício comercial para expandir para um prédio de 9 andares, monousuário **na Vila Olímpia**, com arquitetura moderna, rooftop, espaços corporativos e tecnologia de ponta. O lançamento foi tratado como marco estratégico de expansão, com forte atuação de PR para engajar formadores de opinião, alunos, imprensa e stakeholders institucionais.



Rebranding e novo posicionamento

“Escola para quem quer liderar, no hoje, futuros positivos” tornou-se o norte de toda a comunicação institucional, orientando as narrativas, os projetos e os relacionamentos da FDC com seus públicos. Esse posicionamento traduz com clareza seu papel no presente e sua ambição para o futuro. A partir dele, viu-se a necessidade de uma mudança na marca, um rebranding visual que tangibilizasse a **transformação profunda na experiência de marca**.

A nova identidade verbal e visual foi construída para expressar os atributos centrais da FDC: excelência, relevância, impacto e transformação. Ela passou a se refletir em todos os pontos de contato da marca.

A campanha com a nova marca com objetivo de awareness foi veiculada em aeroportos (Confins e Congonhas), mídia em elevadores em edifícios comerciais na Vila Olímpia (SP) e na Faria Lima (SP), rádio, com o formato de inserção nos boletins de trânsito (BTN) nas duas praças, mobiliário urbano como relógios na Av. Paulista (SP) e outdoor na rodovia MG010, em Confins (MG). Além disso, campanhas no LinkedIn, Meta (Facebook e Instagram), mídia digital no portal do Valor Econômico e campanha Google search.



Beatriz Guarezi - @bitstobrand



“

A atualização não só diferenciou no segmento, como destacou a essência da marca - que já era vista pela sua comunidade como inovadora. o olhar de fora que ainda a colocava na caixinha de “tradicional”. Quando existe pesquisa, cocriação e profundidade, mesmo uma mudança mais drástica não causa estranhamento. parece que a marca sempre deveria ter sido assim.

”

Lançamento do FDC 50

O FDC 50 é uma iniciativa de impacto criada pela Fundação Dom Cabral para ampliar o alcance da sua missão nos próximos 50 anos. A proposta nasce do desejo de **construir, ao lado de lideranças e organizações da iniciativa privada, respostas concretas para os desafios mais críticos que afetam empresas, sociedade e o planeta.**

Com o objetivo de **captar R\$ 50 milhões**, o FDC 50 fortalece o compromisso da escola com a educação como força transformadora, gerando impacto positivo em quatro grandes frentes:

- Expansão de programas sociais voltados a populações vulneráveis;
- Ampliação de bolsas e apoios financeiros para permitir que mais alunos alcancem seu máximo potencial;
- Fomento à pesquisa aplicada com foco em soluções inovadoras e de alto impacto;
- Formação de novas lideranças por meio de experiências de aprendizagem transformadoras.

O FDC 50 é, acima de tudo, um legado: um convite à ação para quem acredita no poder da educação para moldar futuros mais justos, sustentáveis e desejáveis.





Gestão

Reforma administrativa é um processo contínuo

A nova fase da reforma administrativa no Congresso apresenta avanços, com discurso comprometido com a escuta social

Carreira

"Quiet hiring" pode valorizar funcionários, se bem aplicado

Prática ganha espaço como resposta ao planejamento, escuta ativa e clima para não frustrar equipe



Impacto Social

Brasileiros que incertam regenerar

Proposta de índice de direção para uma plataforma

Navegue por temas →



Estratégia e governança



Educação e aprendizagem



Desenvolvimento de médias empresas



Gestão pública



Liderança

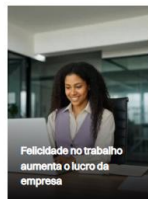


Inovação e transformação digital



Impacto positivo e legados sustentáveis

Webstories



Os assuntos mais relevantes diretamente no seu e-mail

Inscriva-se na nossa newsletter e receba nossos conteúdos semanais.

Deixe-me ler primeiro

seu email aqui

☐ Aceito receber a newsletter do Seja Relevante e comunicações da FDC por e-mail.

Quero me inscrever

Podcasts



Revisão da estratégia do Seja Relevante

Criado em 2021, o Seja Relevante é o hub de conteúdo institucional da Fundação Dom Cabral, um projeto **pioneiro no campo da educação executiva no Brasil**. A plataforma posiciona a FDC como uma marca publisher, capaz de informar, formar opinião e gerar valor reputacional por meio de conteúdo relevante, confiável e conectado aos temas centrais da gestão contemporânea.

A partir de 2024, o Seja Relevante passou por uma **revisão estratégica profunda, com foco no aumento da audiência, ampliação do alcance e fortalecimento da marca institucional**. Esse reposicionamento se materializou em diversas frentes, como por exemplo:

- Distribuição orgânica baseada em SEO e AEO, com produção de matérias orientadas por calendários anuais de palavras-chave e foco no interesse informativo, utilizando fontes credíveis e linguagem jornalística.
- Otimização para mecanismos de resposta com IA, antecipando tendências de busca e adaptando o conteúdo ao novo comportamento dos usuários digitais.
- Desdobramento multimídia, com conteúdos em diversos formatos: artigos, entrevistas, webstories, além de newsletters de conteúdo, visando ampliar o engajamento.
- Impulsionamento pago por campos temáticos escolhidos como estratégicos pela FDC, utilizando estratégias de remarketing para segmentar a audiência por interesse e aumentar a eficiência das campanhas de distribuição.

O Seja Relevante reafirma o compromisso da FDC com a produção e curadoria de conhecimento qualificado, e se consolida como uma **ferramenta estratégica de reputação, influência e relacionamento** com públicos-chave.

Inauguração do novo campus em SP

A inauguração do novo campus da FDC em São Paulo foi uma das principais ações tangíveis de todo esse movimento estratégico da organização: um marco simbólico da nova fase institucional da escola. Mais do que uma mudança de endereço, o movimento consolida a presença da FDC no principal centro econômico e financeiro do país, ampliando sua capacidade de gerar impacto e se conectar com lideranças de todo o Brasil.

A escola deixou de ocupar três andares em um prédio comercial para assumir um **edifício exclusivo de nove andares** na Vila Olímpia, região de destaque na capital paulista. A nova estrutura conta com **sete salas de aula**, além de espaços de convivência, rooftop, áreas de relacionamento corporativo e ambientes que traduzem a identidade da marca com sofisticação, acessibilidade e funcionalidade.

Com essa expansão, a FDC passa a oferecer **experiências educacionais ainda mais completas**, inovadoras e conectadas às transformações da gestão, contribuindo para o desenvolvimento de pessoas, organizações e da sociedade.





Sistematização do UNI(CO)

Como parte da estratégia de fortalecer sua identidade institucional e tornar mais tangível o diferencial de sua proposta pedagógica, a Fundação Dom Cabral sistematizou e apresentou ao mercado sua **abordagem educacional proprietária**, agora batizada de **UNI(CO)**.

Mais do que uma metodologia, o UNI(CO) traduz o jeito de ser e fazer aprendizagem da FDC: experiências transformadoras, contínuas e com impacto real em pessoas, organizações e na sociedade.

Para consolidar essa abordagem, a FDC promoveu a **Jornada Somos UNI(CO)**: uma imersão vivencial construída a partir da pergunta guia: **“Como podemos ir além em nossas experiências de aprendizagem, a partir da nossa essência enquanto Fundação Dom Cabral?”**

A jornada envolveu **mais de 250 colaboradores** de diferentes níveis hierárquicos e públicos estratégicos, entre eles, **82 associados regionais**, **23 assistentes de entrega** e **234 professores associados**, todos capacitados ao longo de 2024 e 2025. O objetivo foi promover apropriação interna e alinhamento profundo com os princípios do UNI(CO).

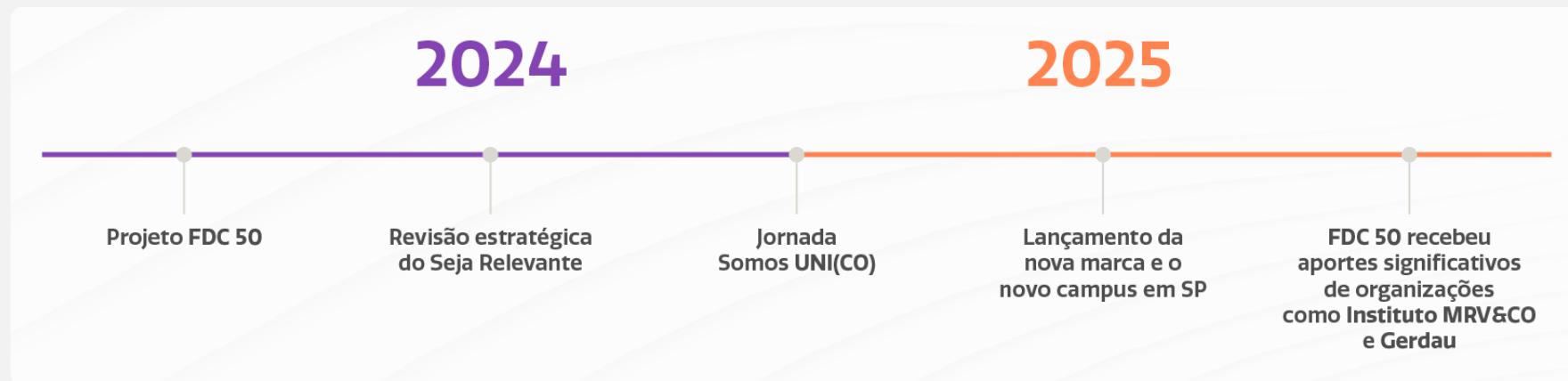
Além da capacitação, a abordagem já demonstra impacto institucional:

- Aplicada em **5 programas da FDC**;
- Geração de **7 casos de uso reais** por meio do Núcleo de Liderança;
- Reconhecimento acadêmico com **1 publicação internacional** e **2 apresentações em congressos**.
- O UNI(CO) representa a essência da FDC materializada em prática pedagógica e tornou-se um eixo estruturante para fortalecer a reputação da marca como referência em educação com propósito e impacto positivo.

O jeito de **ser** e **fazer** aprendizagem da FDC

Período do projeto

A construção do novo posicionamento da Fundação Dom Cabral foi resultado de uma jornada estratégica iniciada ainda em 2024 e que teve sua principal consolidação ao longo de 2025. Diversas ações estruturantes foram implementadas nesse período, compondo um plano coeso e articulado para aumentar o valor da marca institucional.



Todas essas ações foram desenhadas em sinergia e implementadas ao longo desse período, evidenciando a solidez da estratégia e o compromisso institucional com uma transformação de longo prazo.

Daniel Aguado

Diretor de marketing
e comunicação corporativa



A evolução da marca FDC reflete uma decisão institucional estratégica: alinhar nossa reputação à relevância que já conquistamos nesses quase 50 anos. Mais do que renovar a identidade, estruturamos um movimento ousado e integrado de posicionamento, expansão, abordagem educacional e geração de valor reputacional, dessa forma, integrando a estratégia da marca aos desafios do negócio e da comunicação.

Resultados alcançados

Nova marca | O rebranding fortaleceu a reputação institucional da FDC, gerando maior clareza de posicionamento e reconhecimento de marca. A nova identidade ampliou o engajamento com públicos estratégicos e unificou a comunicação da instituição.



Jean Rodrigues • 2º

Coordenador de Atendimento e Relacionamento

4 m ...

A identidade visual é fundamental para transmitir a essência e os valores de uma marca, criando uma conexão única com o público e fortalecendo a percepção de confiança e profissionalismo no mercado, sou ex aluno é super grato pelo conhecimento adquirido pela fundação. Parabéns [Fundação Dom Cabral](#) pelo avanço.

Gostei · 1 | Responder



Lucas Rocha • 2º

Product Owner @ HEINEKEN Brasil

Atualização fantástica

Gostei · 1 | Responder



Seu time Seu signo Jogos Dólar + 5,669

Economia · Mídia e Marketing

'Futuros positivos': Fundação Dom Cabral apresenta nova identidade visual

Renata Pezatti · Colaboração para o UOL, em Piracicaba (SP)
10/03/2025 16h31



meio&mensagem

Fundação Dom Cabral expande atuação em São Paulo com novo campus

Nova identidade visual

Em comemoração aos seus 50 anos, a Fundação Dom Cabral também apresenta sua nova estratégia de branding, conectada ao objetivo de acelerar as transformações que produzem resultados positivos por meio de uma visão de multi perspectivas e de construção colaborativa. O trabalho foi conduzido junto à consultoria global de branding da WPP, a Design Bridge and Partners.

A nova identidade visual expressa o "impulsionar" da construção conjunta através da soma das lentes que formam a experiência da "FDC: a educação executiva, acadêmica e social".



Gerson Fonseca • 2º

Conselheiro de Administração Independente || Mentor Organizacional em G...

4 m ...

Irretocável! Parabéns FDC 🍷🍷🍷🍷

Gostei | Responder



Bethânia Valentino • 2º

Consultora | Secretária Executiva | Iniciativas de Paisagem | Estratégia PCI - ...

4 m ...

Parabéns à equipe da FDC pela nova identidade visual. Fantástico! E perfeitamente alinhada aos propósitos da fundação.

Gostei · 2 | Responder



Kyla Isabela Cota • 2º

Gerente de Comunicação e Marketing | Relacionamento com o Cliente | NP...

4 m ...

Parabéns pelo rebranding, uma lição de construção de marca. 🍷🍷🍷🍷

Gostei · 2 | Responder

nosso
meio

Design

Fundação Dom Cabral anuncia rebranding de sua marca

Por Redação
21/03/2025 09h59

Compartilhe

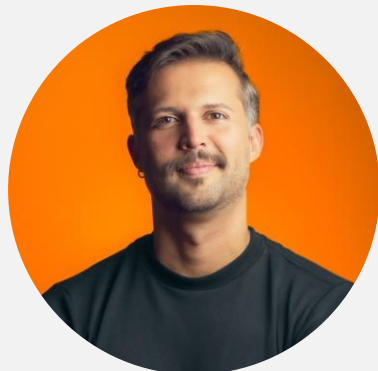
Ações de Relacionamento

Presença de 3 influenciadores e 2 jornalistas no almoço de apresentação da nova marca



Beatriz Guarezi

Bits do Brands



Galileu Nogueira

Galileo Branding



Indaiá Militão

Studio I'm



Elisangela Peres

Marcas pelo Mundo



Daniela Maciel

Diário do Comércio

Ações de Relacionamento

Entrega de press-kits

20 jornalistas, entre repórteres e editores

4 regiões: São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Brasília

Diversas editorias: carreiras, negócios, empresas, ESG

Foram entregues aos jornalistas e influenciadores um kit de pins da marca @icebrg.br, com 5 construções icônicas de SP (Prédio do Banespa, que hoje é o Farol Santander, Copan, Minhocão, MASP e Liberdade) em uma caixa personalizada, como forma de marcar a expansão da FDC na capital paulista.



Parceria Beatriz Guarezi

Instagram: 1 post + 1 reels + 7 stories

 **1.009** curtidas

 **58** comentários

 **291** compartilhamentos

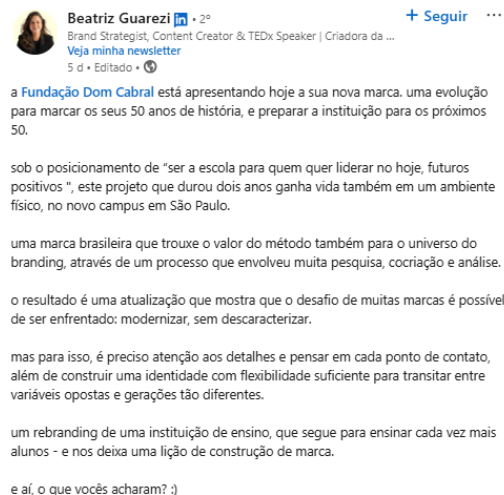
LinkedIn:

 **685** curtidas

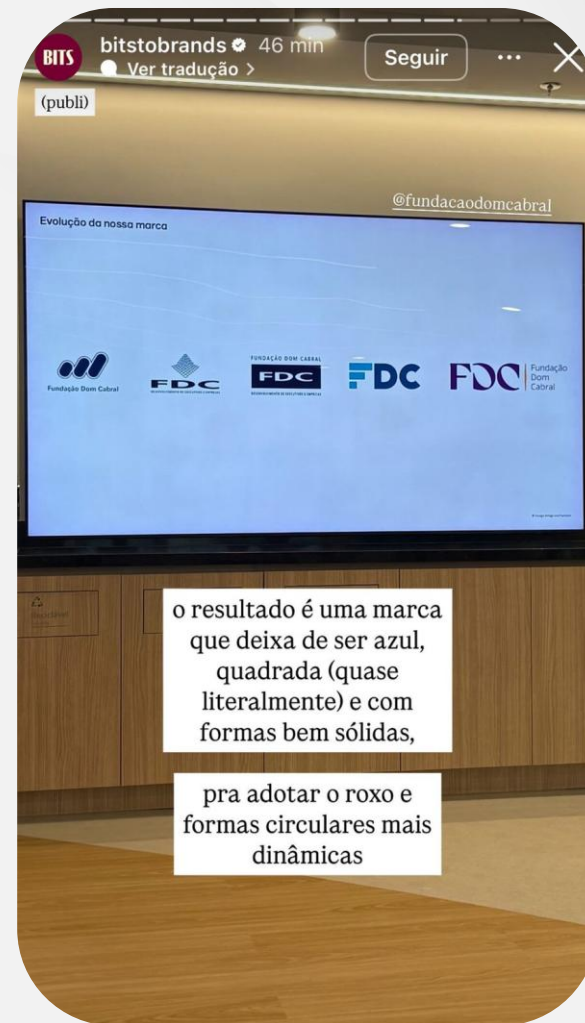
 **55** comentários

 **06** compartilhamentos

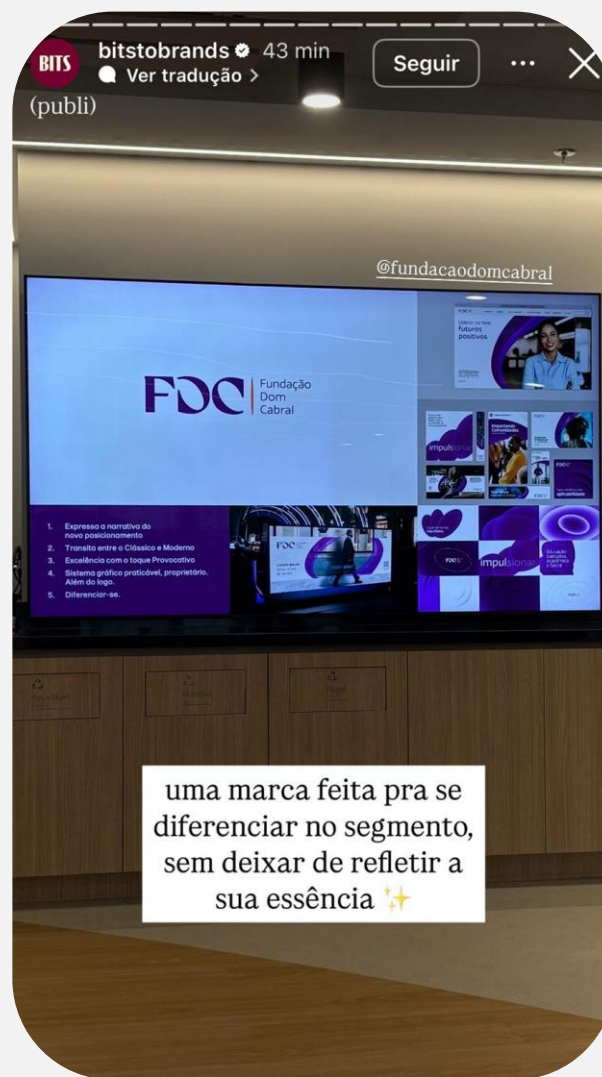
76% de menções positivas
13% negativas
12% neutras



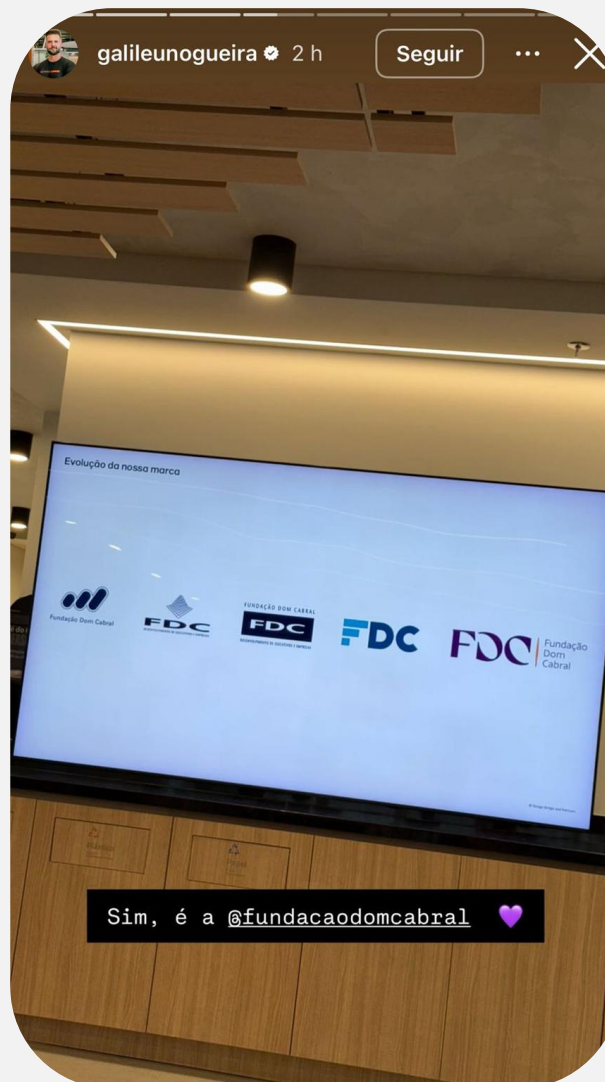
Parceria Beatriz Guarezi



Parceria Beatriz Guarezi



Galileu Nogueira (orgânico)



Galileu Nogueira (orgânico)



Resultados alcançados

Novo campus | A abertura do novo campus em São Paulo consolidou a presença da FDC no maior polo econômico do país, ampliando a captação de novos alunos e empresas e reforçando vínculos com stakeholders do ecossistema nacional.

Fundação Dom Cabral

A Fundação Dom Cabral (FDC), que está há 17 anos em São Paulo, vai expandir a sua atuação, num prédio para uso exclusivo da instituição, na Vila Olímpia. A inauguração vai triplicar a infraestrutura disponível no primeiro campus na capital paulista. "São Paulo sempre foi importante para a nossa escola. Desde 2008, temos uma estrutura própria na capital paulista. Em um período em que são tantos desafios – sem precedentes e persistentes –, as escolas precisam se apresentar como parte da solução e apoiar as organizações e as lideranças para navegar nessa complexidade e contribuir para a superação desses desafios", diz Antonio Batista da Silva Junior, presidente executivo da FDC.

Novo campus

O novo campus conta com área de 4.500 m². São nove andares, sete salas de aula – incluindo duas no formato anfiteatro e cinco salas planas – e uma estrutura voltada para educação executiva, acadêmica e social. Ele terá, ainda, um andar corporativo de 450 m², que vai receber cerca de 70 colaboradores, parceiros e associados. Com capacidade para até 550 pessoas, os espaços têm iniciativas de sustentabilidade, como sistema de reúso de água, iluminação eficiente e soluções de acessibilidade, incluindo piso tátil, sinalização em braile, recursos sonoros nos elevadores e plataforma elevatória para acesso ao mezanino.

Receita

Entre as dez melhores escolas de negócios do mundo, segundo o ranking de educação executiva Financial Times 2024, o novo campus vai impulsionar o crescimento da FDC. A previsão é aumentar cerca de 20% da receita proveniente do Estado já no primeiro ano. Atualmente, a FDC conta com mais de 1.600 professores. A sede da FDC está localizada em Nova Lima (MG), e Belo Horizonte também tem um campus, totalizando três no país, uma rede de 22 associações em todo o Brasil e parcerias com 71 escolas internacionais.

Fundo de bolsas

A FDC vai lançar um fundo de bolsas que começa com aporte inicial de R\$ 20 milhões da própria FDC e das empresas Gerdau e MRV. O fundo representa uma nova etapa do Programa de Bolsas, que a FDC concede desde a década de 1990. Já foram mais de 9.000 bolsas concedidas. No ano passado, foram destinados R\$ 4,5 milhões para garantir 667 bolsas em programas da FDC e instituições parceiras. A partir de agora, o programa vai contar com a constituição de um fundo de investimentos patrimonial, composto por doações de empresas e indivíduos, cujos rendimentos serão convertidos integralmente em bolsas de estudo. Em 2025, a FDC deve ampliar o número de bolsas em 20%.

Buscar

ValorEmpresas

Fundação Dom Cabral expande presença em SP com novo campus

Entidade também criou fundo patrimonial para bolsas de estudo, em parceria com Gerdau e MRV

Por Vinicius Lucena

18/03/2025 10h00 - Atualizado há 40 minutos

Presentar matéria



NEGÓCIOS 11



FDC Fundação Dom Cabral
1609
Vila Olímpia Top Office

FDC inaugura novo campus em São Paulo

Localizada na Vila Olímpia, unidade triplica capacidade de atendimento e reforça presença da entidade no cenário nacional e internacional

Assuntos-chave:
A Fundação Dom Cabral (FDC) anunciou que vai inaugurar seu novo campus em São Paulo, na Vila Olímpia, em março de 2025. O novo prédio, com 9.000 m², vai triplicar a capacidade de atendimento da entidade na capital paulista. A FDC também anunciou a criação de um fundo patrimonial para bolsas de estudo, em parceria com as empresas Gerdau e MRV. O fundo vai ser constituído por doações de empresas e indivíduos, cujos rendimentos serão convertidos integralmente em bolsas de estudo. Em 2025, a FDC deve ampliar o número de bolsas em 20%.

Fundação lança bolsas para educação

Entidade também criou fundo patrimonial para bolsas de estudo, em parceria com Gerdau e MRV

Mapa Interativo de Sociedades de Políticas para as Mulheres em Minas Gerais

Este mapa interativo mostra a localização das sociedades de políticas para as mulheres em Minas Gerais. O mapa é dividido em regiões e mostra a localização das sociedades em cada uma delas. O mapa também mostra o número de sociedades em cada região e o nome das sociedades.

FDC expande presença em SP com novo campus

Educação
Vinicius Lucena
De São Paulo

São parcerias em iniciativas que a gente tem. Cada uma tem sua proposta de valor (...) Acho que a gente vem para somar, mas não concorre tanto, porque acredito na força da FDC na educação executiva, o que talvez seja mais presente do que nas instituições de São Paulo, que têm uma força muito grande na educação acadêmica", disse.

O novo fundo patrimonial se somará ao programa de bolsas de estudo que a FDC promove desde a década de 90. Neste modelo, as doações (de pessoas físicas ou jurídicas) são feitas em volumes menores e se unem a recursos da fundação para financiar programas acadêmicos e executivos, e até iniciativas fora da entidade, como cursos técnicos e de graduação.

Agora, o objetivo é atrair aportes maiores, de grupos empresariais e filantrópicos, e usar os rendimentos do fundo exclusivamente para bolsas. Além disso, os doadores podem definir como querem que as doações sejam empregadas.

De acordo com a instituição, em 2024 foram destinados R\$ 4,5 milhões em recursos próprios para garantir 667 bolsas. Em 2025, a expectativa é ampliar esse número em 20%. Em 2026, a

"A gente tem uma certa reputação no mercado, mas isso nunca é suficiente"
Antonio Batista

previsão de aumento é de cerca de 25%, percentual que pode crescer com a entrada de novos doadores no fundo.

"A gente não quer formar apenas executivos. A gente quer for-

tras e iniciativas educacionais.

"O Brasil é um país muito fechado, a gente precisa pensar mais globalmente e agir mais globalmente". De acordo com o executivo, a expansão das atividades em São Paulo também tem potencial para acelerar o processo de internacionalização da instituição, que já conta com 40 acordos com escolas de negócios estrangeiras para intercâmbios.

A FDC tem expandido seu portfólio desde o ano passado, com a inauguração da turma de Administração de Empresas na unidade de Belo Horizonte. No entanto, segundo Batista, o campus paulista não ofertará cursos de graduação, mantendo o foco em pós-graduação (especialização), MBA e cursos livres direcionados para empresas.

O executivo reforça que, como se tratam de produtos do mercado premium de educação, os preços de matrícula e mensalidade devem se manter, mesmo com a inauguração da nova unidade. "A gente tem uma certa reputação e visibilidade no mercado, mas isso nunca é suficiente", avaliou. Segundo ele, para além de investimentos em marketing e redes sociais, a entidade aposta em sediar seus fóruns de gestão e inovação no novo campus.

INFRAESTRUTURA

Fundação Dom Cabral (FDC) expande atuação em São Paulo

A sede da FDC é em Nova Lima (MG); Belo Horizonte tem campus, totalizando três no país, uma rede de 22 associados e parcerias com 71 escolas internacionais.

Por Helénice Laguardia

Publicado em 21 de março de 2025 | 07:00



FDC Fundação Dom Cabral
1609
Vila Olímpia Top Office

FDC inaugura novo campus em São Paulo

Localizada na Vila Olímpia, unidade triplica capacidade de atendimento e reforça presença da entidade no cenário nacional e internacional

Diário do Comércio

Negócios

FDC inaugura novo campus em São Paulo

Localizada na Vila Olímpia, unidade triplica capacidade de atendimento e reforça presença da escola mineira nos cenários nacional e internacional

18 de março de 2025 - 05:10



Daniela Maciel
reporter

ouça este conteúdo

readme

Ações de Relacionamento

Presença de 5 jornalistas no coquetel de inauguração no Campus São Paulo



Daniela Maciel

Diário do Comércio



Stela Campos

Valor Econômico
(Carreiras)



Marisa Gil

Época Negócios



Eduardo Belo

Valor Econômico



Bruno Bianchini

Itatiaia

Todo o projeto arquitetônico do novo campus em SP foi feito a partir dos *assets* da nova marca



Saiba mais



Resultados alcançados

Expansão do hub de conteúdo Seja Relevante | As ações estratégicas geraram resultado no volume de acessos, usuário únicos (aumento da audiência) e também no número de palavras indexadas na primeira página do Google, mostrando maior engajamento do público-alvo do hub.

+1500% no número de leads gerados

Período de comparação: Janeiro a dezembro de 2024 e Janeiro a agosto de 2025

Com ajustes feitos na parametrização de links do Seja Relevante em 2025 e na integração com o CRM, a geração de leads pelo hub ficou mais clara. Assim, entre 2024 e 2025, o Seja Relevante registrou um salto expressivo na geração de oportunidades de negócio: de apenas 2 leads diretos medidos em 2024 para 32 em 2025 – até agosto -, evidenciando o fortalecimento do hub como ativo estratégico de apoio ao negócio.

Fonte:



1.274.821

visitantes únicos do hub no período

Aumento de 34% no valor comparado ao período anterior.

Período de medição: Janeiro de 2024 até junho de 2025

Período de comparação: Julho de 2022 até dezembro de 2023

Fonte:



Indexação de Palavras-chaves na SERP

julho de 2023

Top 3	14
4-10	66
11-20	0
21-50	0
51-100	0
Recursos de SERP	0

Total 80

julho de 2024

Top 3	60
4-10	146
11-20	0
21-50	0
51-100	0
Recursos de SERP	0

Total 206

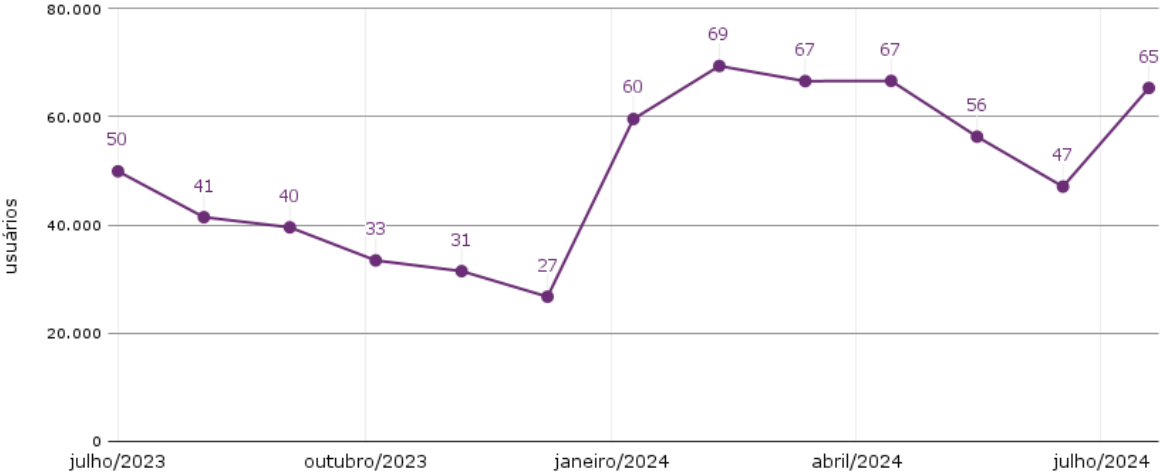
julho de 2025

Top 3	36
4-10	180
11-20	0
21-50	0
51-100	0
Recursos de SERP	0

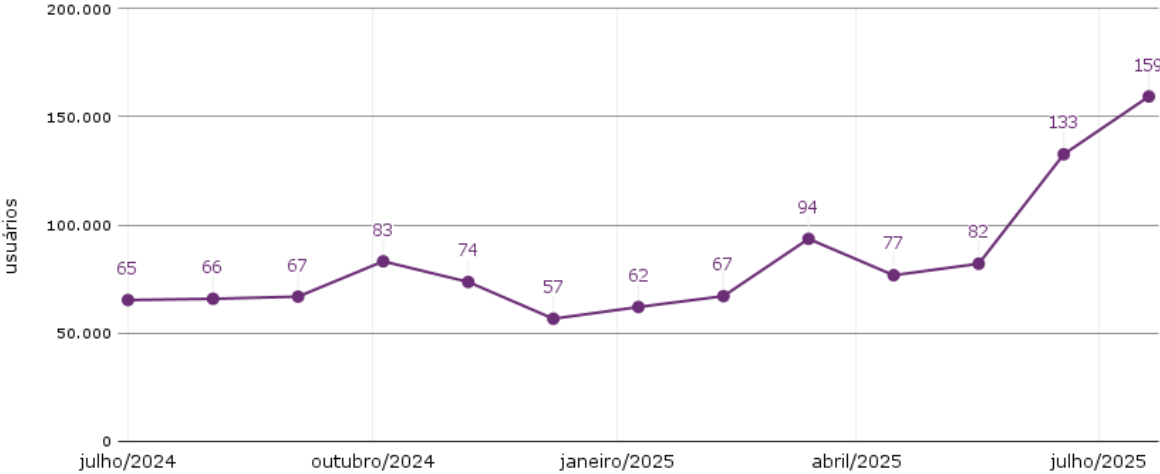
Total 216

Palavras indexadas na primeira página do Google. Dados se referem a 2023 e 2024 (ano inteiro) e janeiro a junho de 2025.

Fontes:



Usuários únicos - 2023 a 2024 | 2024 a 2025
Fonte: Google analytics e Google Search Console



Palavras-chaves em AI Overview



Fonte:



Resultados alcançados

Consolidação do UNI(CO) | Além do engajamento interno, com a capacitação de colaboradores pela Jornada Somos UNI(CO) e a aplicação da abordagem em cinco programas da FDC, o UNI(CO) já obteve uma publicação internacional e foi tema de duas apresentações em congressos acadêmicos, fortalecendo sua relevância e diferencial.

+250

Colaboradores
capacitados na Jornada
Somos UNI(CO)
(2024/2025)

82

Associados Regionais e
23 assistentes de
entrega

7

Casos de uso do Núcleo de
Liderança da FDC

5

Programas da FDC que tiveram
aplicação do UNI(CO)

1

Publicação internacional

2

Apresentações em congressos



EdMedia 2025 - Barcelona, Spain, May 19-23, 2025

UNI(CO): An Innovative Learning Experience Design Model for Transformative Education at Fundação Dom Cabral

Paula Simões
Vice Dean for Knowledge and Learning
Fundação Dom Cabral, Brazil
paula@fdc.org.br

Carolina Cavalcanti
Associate Professor (Core Faculty)
Fundação Dom Cabral, Brazil
carolina.associado@fdc.org.br

Roberta Campana
Associate Dean for Education and Innovation
Fundação Dom Cabral, Brazil
robertar@fdc.org.br

Lilia Mascarenhas
Specialist in Education and Innovation
Fundação Dom Cabral, Brazil

Resultados alcançados

Lançamento do FDC 50 | Os primeiros passos do lançamento do FDC 50 foi a parceria com grandes instituições para o FDC Fundo de Bolsas. Até julho de 2025, foram R\$ 27 milhões captados, com destaque para parcerias com o Instituto MRV&CO e com a Gerdau.

R\$ 27 milhões

Captados no lançamento do Fundo de Bolsas, que conta com parceria de diversas empresas.



PR com atuação estratégica

A marca conquistou publicações altamente relevantes em veículos de grande prestígio nacional e especializados no trade de publicidade e marketing com a divulgação conjunta de nova marca + campus SP + FDC 50.

Destacam-se matérias exclusivas e em primeira mão no Valor Econômico, Meio & Mensagem e UOL. Além disso, houve ampla cobertura em veículos regionais estratégicos de Minas Gerais, como o Jornal O Tempo e o Diário do Comércio, fortalecendo ainda mais a presença e a reputação da FDC no estado de origem.

A divulgação via rádio release, com entrevista do porta-voz sobre a nova marca e o novo campus, ampliou significativamente o alcance, resultando em 182 inserções em 164 rádios de todo o país. Esse conjunto de publicações não apenas garantiu uma exposição qualificada, mas também consolidou o protagonismo e a autoridade da FDC no cenário educacional e empresarial brasileiro.

Big Numbers



16 publicações*



93.517.422
audiência



9 Tier1



R\$ 2.071.540,00
equivalência comercial

RádioWeb



182 inserções



164 rádios em todo país



156 cidades



33.674.681
habitantes

Investimento

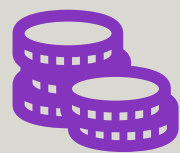
Projeto rebranding
+ de R\$ 2MM
de investimento

Projeto Novo Campus
R\$ 24MM
de investimento

UNI(CO)
R\$579.543
de investimento

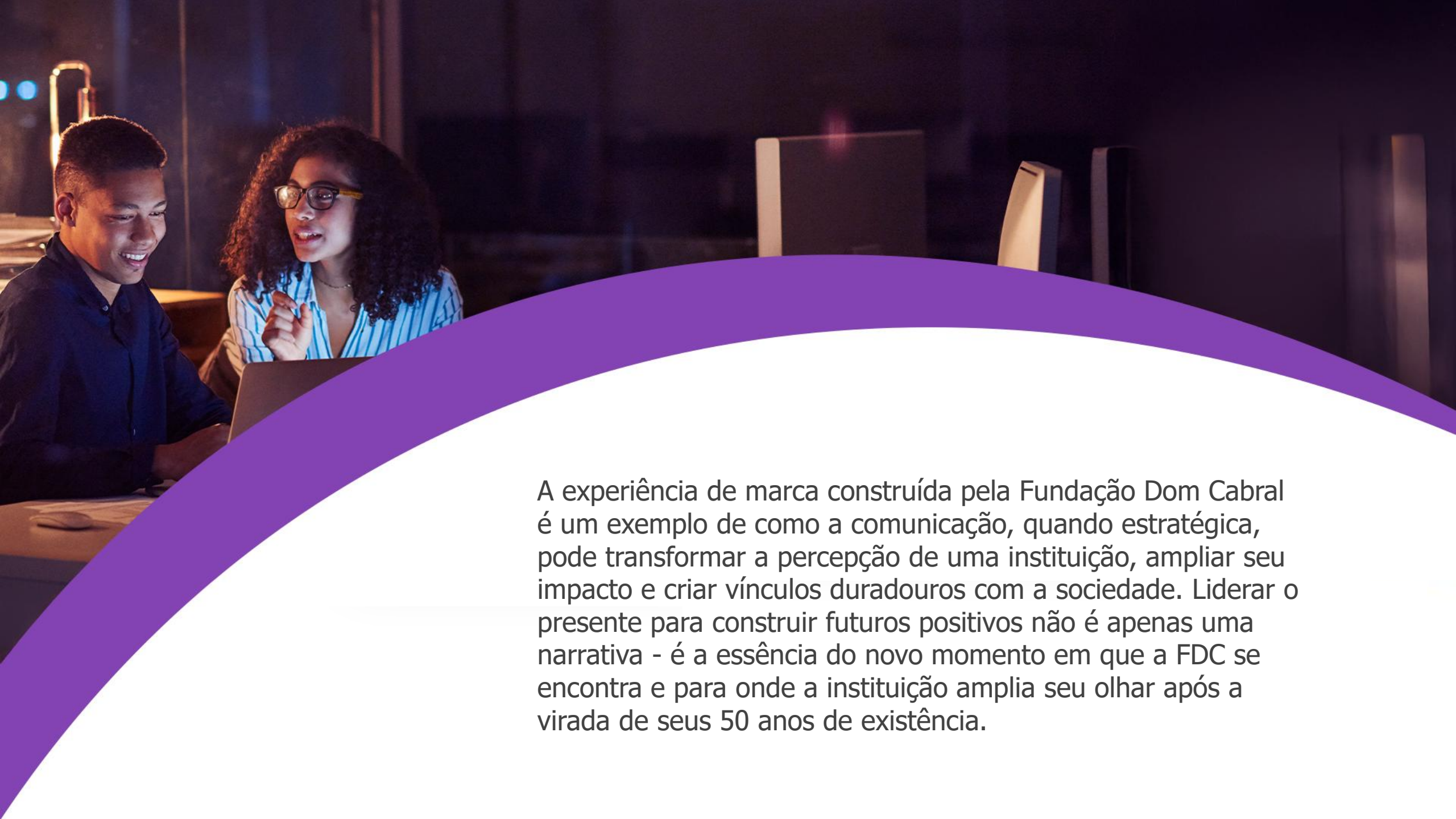
FDC50
R\$ 94K
em comunicação

Seja Relevante
R\$ 620K em 2024
R\$ 726K em 2025



+ R\$ 28MM

Investimento total



A experiência de marca construída pela Fundação Dom Cabral é um exemplo de como a comunicação, quando estratégica, pode transformar a percepção de uma instituição, ampliar seu impacto e criar vínculos duradouros com a sociedade. Liderar o presente para construir futuros positivos não é apenas uma narrativa - é a essência do novo momento em que a FDC se encontra e para onde a instituição amplia seu olhar após a virada de seus 50 anos de existência.

Equipe:

Presidente executivo – **Antonio Batista da Silva Junior**

VP de Gente e Valor Integrado ao Negócio – **André Proença**

VP de Educação Executiva – **Beth Fernandes**

VP de Conhecimento e Aprendizagem – **Paula Simões**

VP de Educação Acadêmica – **Rosiléia Milagres**

VP de Educação Social – **Ana Carolina de Almeida**

Diretor de Marketing e Comunicação Corporativa – **Daniel Aguado**

Gerente de Comunicação Corporativa – **Luciana Machado**

Equipe de Comunicação Corporativa – **Letícia Silva e Rita Fontanez**

Diretor de Financeiro e de Operações – **Adilson Demétrio**

Diretora de Educação e Inovação – **Roberta Campana**

Diretora de Desenvolvimento de Parcerias – **Nádia Rampi**

Gerente de Facilities – **Lauanda Estanislau**

Parceiros - **Design Bridge and Partners** – **Barões Brand Publishing** - **FSB Holding** –

Athié Wohnrath



OBRIGADO
