

**Abradi**

**CHAPA  
REGIONAL RJ  
2026/2028**

# CHAPA | REGIONAL RJ

Cargo	Nome	Empresa
Presidente	Gustavo Esteves	Métricas Boss
Diretora de Educação	Júlia Neves	Optimiza
Diretora de Eventos	Daniella Morier	Not Agency
Diretor de Negócios	Mateus Gomes	Agência Phase2
Diretor de Responsabilidade Social	Fábio Medeiros	Multicom

## Visão da gestão

Tornar a ABRADi RJ a regional mais relevante do Brasil em geração de valor para os associados, com foco em capacitação técnica, cultura de dados e conexões estratégicas que elevem o nível do mercado digital carioca.

## Diagnóstico do mercado digital no Rio de Janeiro

O mercado digital carioca tem particularidades que exigem uma atuação direcionada da ABRADi RJ: O Rio concentra agências de portes muito distintos, desde operações com mais de 100 profissionais até estúdios e consultorias de 3 a 5 pessoas. A maioria dos associados, no entanto, enfrenta desafios comuns: dificuldade em precificar serviços com base em entrega de valor (e não horas), baixa maturidade analítica na tomada de decisão, e acesso limitado a capacitação técnica avançada em dados e performance. O Panorama Digital Analytics 2025, pesquisa conduzida pela Métricas Boss com mais de 500 profissionais, revelou que a maioria das equipes de analytics opera com orçamentos insuficientes, estruturas subdimensionadas e ferramentas subutilizadas. Esse cenário se replica nas agências cariocas. Ao mesmo tempo, o Rio possui um ecossistema de inovação em crescimento, com hubs como o ImpaTech, a Firjan SENAI e instituições de ensino com programas de tecnologia e marketing que podem ser parceiros estratégicos da regional.

## Pilares estratégicos

### **Pilar 1: Educação e capacitação**

**Objetivo:** Elevar a maturidade técnica dos associados em dados, mensuração e inteligência artificial aplicada ao marketing.

**Iniciativa:** Parceria com instituições de ensino - Estabelecer convênios com universidades e escolas de negócios do Rio para oferecer condições especiais aos associados em cursos de pós-graduação e extensão em marketing analytics e tecnologia, além de um programa de parceria para contratação de mão de obra.

### **Pilar 2: Dados e mensuração**

**Objetivo:** Posicionar a ABRADi RJ como referência nacional em cultura de dados aplicada ao mercado de agências digitais.

**Iniciativas:** Guia de maturidade analítica para agências - Documento prático que ajude os associados a diagnosticar o nível de maturidade de suas operações de dados e traçar um plano de evolução, do básico (Google Analytics bem configurado) ao avançado (MMM, testes de incrementalidade). Selo ABRADi Data-Driven - Certificação para agências que atingirem critérios mínimos de governança de dados, mensuração e transparência com clientes. O selo funciona como diferencial competitivo para as agências associadas.

## Pilares estratégicos

### **Pilar 3: Networking e eventos**

**Objetivo:** Criar espaços de conexão de alto valor entre associados, clientes e o ecossistema digital do Rio de Janeiro.

**Iniciativas:** ABRADi Talks RJ - Série bimestral de eventos curtos (1h30) com palestras e painéis sobre temas relevantes para o mercado. Encontro de associados - Reunião trimestral informal para networking, troca de experiências e alinhamento sobre as atividades da regional. Formato presencial, em espaços de coworking ou sedes de associados.

## Governança e operação

**Reuniões de diretoria:** Mensais, com pauta estruturada.

**Comunicação com associados:** Grupo de WhatsApp para comunicação rápida.

**Captação de associados:** Meta de crescimento de 30% na base de associados ao longo do biênio, com programa de indicação entre membros e campanha ativa junto a agências digitais do estado.

**Parcerias estratégicas:** Buscar convênios com entidades complementares (Firjan, Sebrae RJ, APP Rio, ACADI, ImpaTech) para ampliar o alcance e o impacto das iniciativas.

10.04.2026

**OBRIGADO!**

**Abradi**