

Abradi

**CHAPA
REGIONAL SP
2026/2028**

CHAPA | REGIONAL SP

| Cargo | Nome | Empresa |
|---------------------------------------|-------------------|------------------|
| Presidente | Thaís Raya Branco | Raya3 Propaganda |
| Diretora de Educação | Aldenise Marinho | Alde Marketing |
| Diretora de Eventos | Marcela Ferrazoli | Volúpia Digital |
| Diretor de Negócios | Diego Puerta | CRP Mango |
| Diretor de Responsabilidade Social | Matheus Schwab | Schwab 3P |
| Diretora de Inovação | Vanessa Sensato | Agência Sabiá |
| Diretora de Empreendedorismo Feminino | Carol Lima | MAP Comunicação |

Plano de Trabalho - Abradi SP - 2026/28

Tendo em vista que o sucesso da Associação se faz pela participação dos associados, a composição da diretoria para essa chapa foi pensada no alto nível de engajamento de seus membros. Foram criteriosamente selecionadas pessoas que já participam dos projetos presenciais e online e de fato levantam a bandeira da Associação. Pessoas que dedicarão tempo para pensar em novas ideias e, acima de tudo, executá-las, garantindo uma Abradi ativa, relevante e atualizada.

Partirá dessa premissa o nosso plano de trabalho, com uma visão de que a Associação é feita por e para pessoas. É o estabelecimento desse vínculo que faz com que os associados sintam-se pertencentes e criem raízes junto a nós. É dessa forma que a Abradi prova valor real ao associado, tornando-se uma intermediadora de relações para os mais diversos fins. Do benchmarking à parceria de negócios, da educação à transformação, da visibilidade à criação de autoridade, das tendências de mercado à prática. Uma Abradi conectada em seus mais diversos sentidos: da tecnologia ao ser humano.

A Regional de São Paulo possui uma importância significativa, abrigando 43% das agências associadas, e buscaremos valorizar com responsabilidade essa oportunidade de conduzi-la. Nossos projetos contemplam iniciativas presenciais e online (com potencial de benefício às demais regionais), além da meta de uma presença mais ativa nas cidades do interior do estado.

Todos os esforços do plano de trabalho convergem aos objetivos a seguir:

- **Proximidade com associados:** entendemos que a prioridade é a satisfação dos membros da Associação. Estando mais próximos, sentem-se pertencentes e enxergam valor nas entregas realizadas, com maior potencial de tornarem-se promotores da marca (atraindo novos membros) e reduzindo a chance de saída. Quando o associado se engaja, a Abradi deixa de ser apenas um boleto ao final do mês, e torna-se parceira estratégica para a evolução de seus negócios. As iniciativas de nossa gestão visam trazer o associado para perto, ouvindo suas reais necessidades e gerando entregas que atendam a elas.
- **Reputação de marca:** essa construção é fruto do relacionamento da Abradi com os associados e com o mercado. É um trabalho contínuo, diário, a cada novo contato estabelecido, a cada novo projeto criado, a cada posicionamento realizado. A nossa proposta combina a solidez de sua história, com o dinamismo de uma Abradi que permanece em transformação, tornando-se cada vez mais inclusiva e conectada.
- **Presença e visibilidade:** a Abradi precisa estar cada vez mais onde o mercado acontece, fazendo parte das discussões que moldam o nosso segmento, ativa nos eventos da capital e interior, e próxima às companhias de tecnologia, universidades e demais entidades do setor. Entendemos que essa vitrine é fundamental para atração de novos associados e entrega de valor para mantenedores.

10.04.2026

OBRIGADO!

Abradi