TERRITÓRIOS EMPREENDEDORES — 5ª REUNIÃO GOVERNANÇA ESTRATÉGICA INTERNA 2026

MEMÓRIA DA REUNIÃO

SEBRAE

DATA
29/09/2026

HORÁRIO
16h05 – 17h07

FORMATO
Online — Microsoft Teams

PAUTA
Comunicação Estadual · Avanços dos Territórios · Boas Práticas · Consultoria · Reunião Diretoria 7/10

Quinta reunião da Governança Estratégica Interna do projeto Territórios Empreendedores, com 10 territórios em andamento em paralelo, cada um em um momento diferente da metodologia. A pauta abriu com a atualização da estratégia de comunicação estadual (pendência da reunião anterior) e seguiu com a rodada de avanços de cada território, com ênfase nas **boas práticas e aprendizados compartilhados pelas regionais** nos seminários e nos primeiros Encontros do Líder da Fase 2. Foram tratados ainda o ponto de atenção sobre a atuação de consultor habilitado, a preparação da 2ª reunião com o Diretor Ariel (7/10) e os diagnósticos concluídos. Boas-vindas a Gladistom Deliberali, que passa a integrar o grupo.

1 PARTICIPANTES

PRESENTES

Janaina Zago Medeiros · Fabricio Sanches Burkert · Ciro Ricardo Vives · Marcus Lubisco Guazzelli · Milton Alcerio Pereira (parcial) · Gustavo Ângelo Rech · Paulo Cesar Bruscato · Liane Beatriz Klein · Maico Fabiano Fernandes · Viviane Andressa Pinto · André Campos · Andreia Nascimento · Gladistom Deliberali

AUSÊNCIAS

Angelo Aguinaga · Carlos Aranha · Augusto Martinenco

🎉 Boas-vindas a Gladistom Deliberali, incluído oficialmente no grupo e nas agendas mensais da governança.

2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO ESTADUAL — ATUALIZAÇÃO

📣 TRÊS OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA

Ciro apresentou o avanço da pendência da última reunião. A estratégia se apoia em três grandes aspectos: **(1)** engajar mais público para além do comitê orquestrador; **(2)** dar visibilidade aos orquestradores, que normalmente são lideranças locais; **(3)** dar devolutiva à comunidade, mostrando o trabalho e "furando a bolha" dentro do território.

🏢 TRABALHO COM A AGÊNCIA (GLOBAL)

Levantamento dos apoios esperados junto às regionais já realizado. Agência contratada pelo marketing constrói a narrativa, com seis a sete frentes de atuação: decupagem do projeto, geração de valor, exposição da metodologia e visão de território. Primeira versão validada pelo atendimento e compartilhada com o grupo no início da semana seguinte.

🌐 LANDING PAGE E REPOSITÓRIO ÚNICO

Enquanto a estratégia é finalizada, os analistas regionais já podem coletar gravações, vídeos e momentos das agendas. Será criada uma landing page com toda a evolução do projeto por regional. Fabricio libera à Paola (responsável pela construção com a agência) o acesso ao repositório nacional, que já tem uma página por território, para evitar duplicidade.

💡 FOCO NO VALOR DA ENTREGA

Os analistas de marketing já estão alinhados ao método (reunião feita após a última governança) e produzindo materiais de qualidade. Fabricio reforçou que o desafio é ir além do material gráfico: construir valor para as lideranças e o comitê orquestrador. Viviane lembrou do material do Data, mais interno, que pode ser aproveitado sem duplicar esforços.

Até 23/10	Até 02/11	13/11	Após 13/11
Construção da narrativa pela agência	Narrativa + identidade visual, templates e materiais	Direcionamento estratégico final entregue	Desdobramento da campanha com os analistas regionais

3 ⭐ BOAS PRÁTICAS COMPARTILHADAS PELAS REGIONAIS

🏛️ QUARTA COLÔNIA — MARCUS

- **Brunch de recepção** a partir das 11h30: participantes chegam, se reconhecem e se cumprimentam antes do início; reduz a ansiedade de chegada
- **Coffee de encerramento**: momento para troca, agradecimento a cada presença e dúvidas antes da saída
- **Alinhamento de expectativas**: grupo informado de que os próximos são "encontros de conexão"
- **Case inspirador**: palestra de Thiago (Pacto Novo Cariri), aplaudida mais de uma vez
- Material de marketing profissional (instagramáveis, banners, sinalização) e levantamento dos releases publicados

🌰 CAMPOS DE CIMA DA SERRA — GUSTAVO

- **Case regional no seminário**: Rogério, diretor executivo do Mobi Caxias, com exemplos reais da região
- **Formato painel** com membros do comitê orquestrador: mais dinâmico e participativo que palestra
- **Grupo aquecido**: consultores movimentam o grupo ao menos 1x por semana com fotos, materiais e plano de trabalho
- Mobilização ativa de quem confirmou e não compareceu
- Cuidado para não centralizar projetos em Vacaria (maior município)

🌾 MISSÕES — MILTON

- **Correção de rota em tempo real**: reunião ao fim do 1º dia com Janaina, Fabricio e Euclides para reorientar a programação do dia seguinte
- Presença da equipe SEBRAE durante todo o encontro, decisiva para manter o grupo
- Metodologia adaptada sem perder o foco, com encerramento exitoso
- Leitura do histórico: território com muitos projetos anteriores, o que exige respostas práticas

LITORAL — PAULO

- **Parceria em vez de concorrência**: entrada como membro do grupo de desenvolvimento do Sicredi, com contrato guarda-chuva em vias de assinatura
- Subsidiar os grupos existentes com as pesquisas SEBRAE e convidá-los ao método
- Início no 2º semestre, fora da temporada de verão
- "Não somos donos das coisas": rever marcos e estratégias conforme a realidade

RECONVERSÃO — MAICO

- **Líderes dos 5 macrodesafios** ajudaram a identificar e sensibilizar novas lideranças: último encontro reuniu 45 participantes
- Inclusão de **pequenos negócios** no núcleo de governança do território calçadista, com incorporação de planos de ação

PLANEJAMENTO — LIANE

- **Calendário pensado para não perder o ritmo**: realizar apenas a Fase 1 em 2026 e, em 2027, o Seminário e a Fase 2
- Reuniões periódicas com Andreia (Gerência de Estratégia) e Fabricio

> *Janaina: "O território não é uma página em branco. Quando a gente chega, tem tudo acontecendo já. A gente tem que conseguir colocar o nosso programa a serviço do que já vem acontecendo."*

APRENDIZADOS COMUNS ENTRE OS TERRITÓRIOS

- **Ansiedade por planejar e executar é padrão:** ocorreu em Missões, Serra e Sul. Participantes chegam com projetos "embaixo do braço"; o método precisa construir confiança e visão coletiva antes.
- **Cases concretos materializam o objetivo:** exemplos reais (Cariri, Mobi) mostram "onde a gente quer chegar" melhor que a explicação da metodologia.
- **Ambiência e acolhimento importam:** recepção, encerramento e comunicação prévia do propósito do convite mudam o engajamento.
- **Consultor precisa ler o grupo:** adequar dinâmicas ao perfil (muitas vezes mais sênior) sem perder o foco da metodologia.
- **Entendimento do papel do SEBRAE amadurece:** na Serra, um membro do comitê respondeu em painel: "não somos nós, é o grupo inteiro que vai decidir".

4 STATUS DOS TERRITÓRIOS — AVANÇOS E PRÓXIMAS DATAS

TERRITÓRIO	AVANÇOS / PONTOS DE ATENÇÃO	PRÓXIMAS DATAS	FASE
Quarta Colônia Marcus	Seminário em 24/09 no Recanto Maestro: +100 lideranças dos 11 municípios e 8 prefeitos, que ficaram até o final. Comitê com 16–17 confirmados. Radar aplicado, em compilação pelos consultores. Apresentação do diagnóstico no 3º encontro (2027).	1º Encontro do Líder: 22–23/10	FASE 1 CONCLUÍDA
Missões 400 anos Milton	1º Encontro do Líder realizado (1 dia e meio). Grupo exigente, com histórico de projetos não executados e pressão por resultado. Programação reorientada no 2º dia. Turismo desponta, com cadeias associadas.	2º Encontro: 27–28/10 3º Encontro: início de dez.	FASE 2
Campos de Cima da Serra Gustavo	1º Encontro do Líder com 42 participantes em 2 dias; só 2 dos 10 municípios sem representação. Vertentes: turismo (cânions, conexão com o litoral), agronegócio/agroturismo e educação; mão de obra como necessidade.	2º Encontro: final de outubro	FASE 2
Litoral Paulo	Pesquisas de campo avançando bem. Articulação com o Sicredi, cuja área é maior e cujos grupos começaram cerca de um ano antes. Vocações: turismo, agronegócio, comércio/serviços e construção civil. Conexão com a Economia Azul.	Seminário já agendado	FASE 1
Território da Liane Liane	Território em fase mais inicial. Questionários de comunidade e empreendedores em finalização; entrevistas com lideranças sendo concluídas. Dentro do planejado.	Coleta: 1ª quinzena out. Seminário e Fase 2: 2027	FASE 1
Territórios do Maico Maico	Reconversão do projeto ao método, com 45 lideranças e entregas nos 5 macrodesafios; etapas a resgatar para a Fase 3. No território calçadista (origem no Líder Setorial / Pacto Calçadista), a governança pede a permanência do SEBRAE; avalia-se migrar para a metodologia setorial (piloto CAF).	Decisão até 07/10	FASE 3 / DECISÃO
Novo Sul Gladistom	Diagnóstico concluído (o primeiro dos 4 iniciais). Seminário realizado; ansiedade do grupo contornada pelos facilitadores.	Alinhamento Fabricio + Gladistom	FASE 2

5 PONTO DE ATENÇÃO — CONSULTORIA

- **Situação:** em Missões, o consultor Carlos teve condução lenta e repetitiva no 1º Encontro do Líder, e o grupo cobrou mais objetividade. O Mário assumiu a condução no 2º dia, a pedido da regional.
- **Risco na Quarta Colônia:** o mesmo consultor conduziria os dois primeiros encontros, que são de integração e comportamento. Perder o grupo no início compromete todo o processo.
- **Contraponto:** na Serra e na Sul, a mesma ansiedade apareceu e os facilitadores conseguiram contornar.
- **Encaminhado:** agenda com Janine e Rúbia, e e-mail do Euclides pedindo a substituição nos dois territórios e a revisão dos demais consultores habilitados. Aguarda-se o retorno oficial.

6 DIRETORIA, DIAGNÓSTICOS E NACIONAL

- **2ª reunião com o Diretor Ariel (07/10, Caldeira):** foco em visão de futuro, propósito e benefícios, conectado ao Foresight, mais do que em cronograma. Agenda preparatória com os gestores em 30/09 (Viviane e Victor).
- **Diagnósticos:** Sul concluído e mais 3 em produção. Pedido para a Andreia participar das apresentações aos comitês e valorizar o trabalho das regionais.
- **Nacional, Fase 3:** Fabricio e Ananda conhecem as metodologias da Fase 3 e recebem uma sugestão de agendas e pautas para manter o comitê orquestrador engajado.
- **Conexão com a Economia Azul:** Viviane destacou a sinergia entre o território do Litoral e o projeto Economia Azul como pauta para a

reunião de 07/10.

7 ENCAMINHAMENTOS E PRÓXIMOS PASSOS

1	**Estratégia de comunicação:** narrativa até 23/10, narrativa e ID visual até 02/11, direcionamento final em 13/11. Primeira versão compartilhada com o grupo na próxima semana.	Ciro / Paola
2	**Repositório único e landing page:** liberar à Paola o acesso à página nacional dos territórios; avaliar o aproveitamento do material do Data sem abastecer dois lugares.	Fabricio / Paola / Viviane
3	**Substituição do consultor:** acompanhar o retorno oficial da Janine sobre a troca em Missões e Quarta Colônia e a revisão dos consultores habilitados.	Janaina / Milton / Marcus
4	**Definição sobre os territórios do Maico:** agenda ainda nesta semana para decidir entre seguir na metodologia de Territórios ou migrar para a abordagem setorial. Levar o encaminhamento à reunião de 07/10.	Janaina / Maico / Fabricio
5	**Onboarding de Gladistom:** agenda de contextualização sobre a metodologia e o território da Sul antes do próximo encontro.	Fabricio / Gladistom
6	**Preparação da reunião com Diretor Ariel:** agenda com gestores em 30/09 para detalhar o template e a dinâmica, com encontro em 07/10 no Caldeira.	Viviane / Victor / Gestores
7	**Apresentação dos diagnósticos:** participação da Andreia junto à consultoria nas apresentações aos comitês orquestradores.	Andreia / Fabricio
8	**Releases e registros:** levantar as matérias publicadas sobre os seminários e coletar vídeos e gravações para o repositório da campanha.	Regionais / Marketing

8 AGENDA DOS PRÓXIMOS MARCOS

30/09	07/10 · Caldeira	22–23/10	27–28/10	Fim de out.	02/11 · 13/11	Início de dez.	2027
Preparatória com gestores	2ª Reunião com Diretor Ariel	1º Encontro Líder: Quarta Colônia	2º Encontro Líder: Missões	2º Encontro Líder: Serra	ID visual e estratégia final	3º Encontro Líder: Missões	Seminário e Fase 2: território da Liane