



20  
**23**

**› SOMAMOS  
TALENTOS E  
EXPERTISES**

-  **Audiovisual**
-  **Branded Content**
-  **Branding**
-  **Ciência de Dados**
-  **Comunicação Corporativa**
-  **Endomarketing**
-  **Eventos**
-  **Gestão de Crises**
-  **Marketing Digital**
-  **Marketing Institucional**
-  **Pesquisas**
-  **Publicidade**
-  **Redes Sociais**
-  **Relacionamento com Influenciadores**
-  **Relacionamento com Investidores**
-  **Relações Governamentais**
-  **Relações Públicas**
-  **Treinamentos de Comunicação**

➤ **O que fazemos.**

## **SOBRE NÓS**

Nascemos a partir da união de empresas que continuam atuando de forma independente, mas que compartilham de uma mesma cultura e possuem uma série de objetivos em comum. Acreditamos que o cliente deve estar em primeiro lugar, na consolidação do mercado brasileiro de agências e na ideia de unir, sob um mesmo grupo, as melhores práticas de comunicação. Também acreditamos no ganho de escala, na inovação e na tecnologia. Uma jornada que está apenas começando.

## **NOSSO MERCADO**

Nosso mercado é o mundo! Operamos em ritmo acelerado, investindo em tecnologias, pessoas e experiências aos nossos clientes, focando em atingir suas metas. Oferecemos uma comunicação moderna, integrada com diversos mercados para atender demandas de plataformas digitais e tradicionais.

## **NOSSA ESTRATÉGIA**

Entregamos um crescimento sustentável, trazendo para os nossos clientes uma diversidade de talentos, com habilidades e independência para as tomadas de decisões dentro dos mais diversos segmentos.

# SUMÁRIO

**06**

Uma história em números

**07**

Um mundo de dados

**08**

O ano em que consolidamos o Grupo Nexcom

**09**

Apostamos em dados, com muito Charisma

**11**

Prosperidade  
Conteúdos: conversas que convertem

**12**

Ser Great Place To Work é uma constante no Nexcom

**14**

Papo de Sexta é o #Sextou com muito conhecimento

**15**

Experiência do Cliente

**16**

Nexcom na Estrada

**18**

Cases que marcaram 2023

# Uma história em números

Há dois anos, o Grupo Nexcom nasceu com a missão levar para o mercado brasileiro de agências as melhores práticas de comunicação e atendimento. O primeiro ano de trabalho foi baseado em um planejamento estratégico e integração dos times da **Fato Relevante** e **PUB**, que como já diz no lema, *somaram as expertises para entregar resultados acima do esperado para os seus mais de 100 clientes.*

E 2023 não seria diferente para o time. **Dados** e **Conteúdos** movimentam o universo das agências e para o Grupo Nexcom estar, ainda mais, inserido neste ecossistema é uma forma de se sobressair no setor de atuação. O resultado deste processo é a chegada da **Charisma BI**, empresa de inteligência de dados e da **Prosperidade Conteúdos**, agência especializada em estratégia e gestão de hubs de conteúdos proprietários. Negócios absolutamente complementares que vieram potencializar o propósito do grupo.

Os resultados deste trabalho são amplamente visíveis. O Grupo Nexcom está entre os 10 maiores grupo de Comunicação Corporativa do Brasil, conforme o 13º Anuário de Comunicação Corporativa da Mega Brasil.

---

## Saiba mais sobre o ano do Grupo Nexcom em números:

- › MAIS DE **170 PROFISSIONAIS**
- › **R\$ 40 MILHÕES DE FATURAMENTO** EM 2023
- › MAIS DE **110 CLIENTES**
- › **10º MAIOR GRUPO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DO PAÍS**
- › **36 SÓCIOS**
- › 2º ANO CONSECUTIVO COMO **GREAT PLACE TO WORK**

## Um mundo de dados

Em 2023, o Grupo Nexcom adquiriu a empresa de tecnologia Charisma Business Intelligence com o objetivo de adicionar camadas de eficiência no nosso segmento de atuação. Com um método avançado de ciência de dados, a Charisma desenvolveu sistemas para gerar insights, monitorar os resultados de ações de comunicação e otimizar o retorno sobre investimento em marketing.

O investimento marcou a entrada do grupo na área de tecnologia e é inédito entre as maiores empresas de comunicação corporativa brasileiras. Com a aquisição, o Nexcom quer resolver um problema clássico dos clientes que é medir os resultados das suas ações de comunicação.

Anunciada em junho de 2023, a aquisição já demonstrou os efeitos da grande sinergia existente no negócio. O número de clientes da Charisma disparou, com uma onda de contratações dentro da base das agências do Nexcom, o primeiro efeito esperado com a operação. Mas clientes de fora da carteira do grupo também começaram a experimentar os benefícios da Charisma, que deverá ser o motor de expansão internacional do grupo. Em novembro, foi feita a compra da **Prosperidade Conteúdos**, cujo foco é a atuação no Digital.

Com uma carteira voltada a grandes empresas que atuam com Inbound Marketing, a Prosperidade amplia e diversifica o portfólio do grupo.

As aquisições reforçam o apetite do grupo por atender de forma excepcional seus clientes, além da diretriz estratégica de ser um consolidador do segmento. Esse planejamento de longo prazo não foi afetado pelo período desafiador do ponto de vista político.

O ano foi marcado por uma troca de governo seguida por atos de vandalismo e violência em Brasília, em 8 de janeiro. Logo depois, no dia 11, o escândalo financeiro nas Lojas Americanas lançou ondas de desconfiança e turbulência na atividade econômica. O novo governo também demorou a pacificar a comunicação com os mercados.

Essa somatória de ruídos deixou as ações de comunicação das empresas em segundo plano, apesar do ano ter sido positivo, com queda da inflação e atividade econômica acima das projeções na virada de 2022.

Mesmo assim, tivemos mais um ano de expansão, com aumento no número de clientes e de faturamento. Também avançamos em nossa governança corporativa, com a realização da primeira auditoria do grupo por uma firma internacional, a Mazars. E renovamos nosso selo GPTW.

Agradecemos à equipe de colaboradores pela dedicação e compromisso.



*Alcides Ferreira é sócio executivo da FR e sócio-fundador do Grupo Nexcom. Foto: Mariana Siles*

# O ano em que consolidamos o Grupo Nexcom



*Ricardo Bonatelli é sócio executivo da PUB e sócio-fundador do Grupo Nexcom. Foto: Mariana Siles.*

Ao final de cada ano, quando fazemos o balanço daquilo que construímos nos últimos doze meses, somos provavelmente pegos na armadilha de achar que aquele foi o período mais intenso dos últimos tempos. É natural. E com esse 2023 não dá para pensar diferente.

Olhando em perspectiva, se não foi o mais desafiador, foi sem dúvida um dos mais agitados.

No período, finalmente consolidamos o sonho do Grupo Nexcom. Conquistamos clientes – e claro que perdemos também –, trouxemos gente boa e nos despedimos de gente boa.

Mas como aqui somos adeptos do Walk The Talk, cumprimos aquilo que prometemos.

Dissemos que seríamos um consolidador e, por isso, falamos com muitas operações que gostaríamos de ter trazido. Algumas tenho a certeza de que em breve vão embarcar nesse caminho conosco. Mas em menos de um ano, trouxemos duas agências para dentro, a RF Comunicação, que nos deu acesso à Red Cila, um grupo de agências independentes em toda América Latina, e a Prosperidade Conteúdos.

Falamos de mudar o setor com tecnologia e Charisma está aí para mostrar que de fato seguimos nesse caminho. Os dashes acompanhados dos faróis mostram para onde o cliente deve ir para alcançar seus objetivos de negócios. De quebra, servem para fiscalizar nosso trabalho e garantir que a régua seja sempre alta por aqui.

Ao mesmo tempo, acredito fortemente que nos preocupamos em cuidar das pessoas. Afinal, com mais de 170 profissionais, precisamos construir um trabalho muito mais próximo, mesmo no modelo 100% remoto e no híbrido. Esse olhar humano com àqueles que fazem o dia a dia das empresas nos permitiu renovar o selo GPTW e essa é uma vitória fundamental. Temos que melhorar? Sim!

## O que esperar de 2024?

Mais cuidado com os times e o olhar atento aos desafios de ter tantas pessoas conosco e mais trabalho para consolidar o mercado. No caminho, queremos mostrar que inteligência constrói reputação mais rápido do que qualquer ação. O ditado de que vale mais gastar tempo afiando o machado será ainda mais presente.

Vamos olhar para a produtividade e vamos olhar o crescimento forte e sustentável do negócio. Sempre atentos às mudanças que estão na nossa porta, usaremos muito IA, afinal tecnologia não pode ser apenas uma extensão, precisa fazer parte do nosso core.

Espero chegar ao final do próximo ano, olhar para trás e ter a certeza de que aquele foi o ano mais desafiador até então.

Vamos juntos!

**apostamos  
em dados,  
com muito  
charisma**



## “O olhar humano traz valor aos dados e esse é o nosso diferencial”

A interpretação de dados tornou-se uma peça fundamental nas empresas, onde a coleta e análise de informações são necessárias para a tomada de decisões estratégicas. Contudo, entender e extrair significado desses dados nem sempre é uma tarefa fácil. Nesse contexto, a entrada da Charisma Business Intelligence reforça o diferencial de entrega de tecnologia do Grupo Nexcom no mercado de comunicação.



Essa integração começou em 2022 quando a Charisma foi convidada para colaborar em alguns projetos da Agência PUB. A sinergia entre os times e os objetivos em comum eram o sinal de que uma união entre as empresas era inevitável. Em 1º de junho de 2023, a chegada da empresa ao Nexcom foi formalizada.

A proposta da Charisma é ser mais do que uma provedora de relatórios e dados. Seu papel é oferecer inteligência na análise, não apenas como resultado final, mas como um instrumento estratégico para o planejamento. “Somos um farol para os clientes, orientando o grupo para o futuro, e não um retrovisor, olhando para o passado”, define o fundador da empresa, Lucas Brasil.

Na prática, a empresa realiza um papel vital na coleta e análise de dados, incluindo Social Listening, Redes Sociais, Consumer Insights, Clipping, Dados de Imprensa, Mídia Paga, Tráfego e Reputação. A abordagem não se limita apenas à coleta de dados, priorizando também a interpretação humana, adaptando-se às necessidades específicas de cada cliente.

“Dados são commodities e estão à disposição das marcas. Mas nós vendemos a informação para o cliente, por isso a importância da análise humana nos nossos processos.” explica Brasil. “Trazemos uma visão holística dos dados em todas as frentes para ajudar na tomada de decisões, não só de comunicação, mas de negócios.”

Com 24 pessoas na equipe, a Charisma atende mais de 20 clientes na casa, divididos em diversos setores e tamanhos como a Coca-Cola FEMSA, Quinto Andar, Océane, ESPM entre outros. Para 2024, a empresa planeja transforma-se em uma ferramenta de relatórios para entrega de insights e estratégias de análise de dados prévios.

*Lucas Brasil é sócio executivo da Charisma.*

# Prosperidade Conteúdos: conversas que convertem

Com uma das melhores áreas de Digital do mercado de comunicação, o Grupo Nexcom fortaleceu, ainda mais, o time em 2023. A entrada da Prosperidade Conteúdos representa esse passo estratégico para consolidar as operações digitais da empresa.

A Prosperidade Conteúdos é um HubSpot Partner, autoridade em uma das mais importantes plataformas de negócios digitais do mundo na automação de marketing, venda e pós-venda. A compreensão da importância dos canais proprietários para as marcas é um dos pilares que norteiam o trabalho da agência, especializada em gestão de conteúdos para empresas, baseada na metodologia do Inbound Marketing.

Na prática, a abordagem da agência vai além de simples publicações em blogs, introduzindo a concepção de hub de



conteúdos, um canal digital que reúne uma variedade de formatos, como artigos, vídeos, podcasts, infográficos e até web stories. Essa atuação engloba toda a jornada do consumidor, desde a conscientização até a fidelização.

“O diferencial da Prosperidade reside no conceito de full service, que vai além da produção e publicação de conteúdo, incluindo práticas avançadas de ranqueamento de palavras, gestão de mídia paga e estratégias de CRM. Trabalhamos em quatro vertentes de SEO, otimizando desde o site e a experiência do usuário, até a produção de peças para diferentes canais”, destaca o fundador, Luiz Bernardo.

Essa integração representa não apenas uma união de operações, mas também a convergência de culturas e expertises, reforçando a busca por resultados mais robustos e alinhados aos objetivos estratégicos do Grupo Nexcom.

**“ Conectamos serviços e habilidades complementares em um modelo 360° de comunicação, criando pontes entre muitas pessoas incríveis do Grupo Nexcom ”**

*Luiz Bernardo é fundador da Prosperidade Conteúdos.*



**SER GREAT  
PLACE TO  
WORK**

*é uma constante*

**NO NEXCOM**



Além de encarar os desafios do mercado de comunicação e negócios com excelência, o Grupo Nexcom tem o compromisso interno de oferecer qualidade de vida e satisfação profissional a toda a equipe, já reconhecida por ser gente fina, elegante e sincera. E o resultado deste trabalho é a conquista pelo segundo ano consecutivo do selo Great Place to Work®, dado pela consultoria global, que apoia organizações a obter os melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.

A certificação é mensurada pelo índice de confiança dos funcionários, tendo como base uma metodologia baseada em cinco dimensões: credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem. “A revalidação do título atesta a consistência dos esforços do Grupo Nexcom em proporcionar um local de trabalho que valoriza a colaboração, a inovação e o bem-estar dos seus colaboradores”, explica a Head de Talentos, Milena Baltazar.

Com mais de 170 profissionais na casa atuando remotamente, o Grupo Nexcom busca aprimorar as práticas de gestão de pessoas, fortalecendo os laços entre as equipes, promovendo um clima organizacional saudável, criando um ambiente propício para o crescimento individual e coletivo. Além da criação da cultura de feedback, foi implantado uma ferramenta de gestão de desempenho, que funciona como uma rede social interna dos times, para compartilhar resultados e conquistas.

## // O bem-estar dos profissionais é um compromisso contínuo do Nexcom //

Ao manter um ambiente de trabalho que nutre o crescimento profissional e pessoal, o grupo planeja manter as pessoas da equipe e reter novos talentos. “Este reconhecimento reforça o compromisso da empresa em ser uma referência não apenas em sua indústria, mas também como um local onde os colaboradores se sentem valorizados e motivados a contribuir para o sucesso coletivo”, finaliza Milena.



*Milena Baltazar* é Head de Talentos

## Papo de sexta é o **#SEXTOU** com muito conhecimento



*Ivelise Cardoso é sócia-diretora da FR,  
especialista em Finanças, Negócios e Saúde*

**/// Além de conhecimento,  
os encontros são uma forma  
de incentivar, enaltecer  
e inspirar os profissionais  
do Grupo Nexcom ///**

Às sextas-feiras trazem uma tradição no Grupo Nexcom, o Papo de Sexta. Mais do que um encontro semanal no calendário da empresa, é um momento de conexão, aprendizado e inspiração para toda a equipe. O evento reúne todo o time para explorar uma variedade de temas, proporcionando uma experiência enriquecedora e aproximação com os colegas.

A singularidade do Papo de Sexta reside na abundância de temas abordados a cada semana. Desde questões sociais importantes, como Setembro Amarelo e Diversidade & Inclusão, até discussões sobre ESG e Reforma Tributária, possibilitando uma visão abrangente e atualizada acerca de assuntos relevantes. Mesmo em um contexto predominantemente remoto, esse encontro semanal desafia as barreiras físicas, promovendo uma cultura de aprendizado contínuo e colaboração dentro do Nexcom.

Ao longo de 41 edições do Papo de Sexta, o time teve a oportunidade de interagir com renomados convidados, como Milton Jung, Gustavo Cerbasi, Fabio Turci, Antonio Carlos Seidl, Pedro Portescheller e muitos outros. Essa diversidade de participantes e temas reflete a amplitude do conhecimento compartilhado, enriquecendo o ambiente de trabalho e fortalecendo os laços entre os membros da equipe.

Além dos convidados externos, o Papo de Sexta também destaca o talento interno. Os profissionais do Nexcom têm a oportunidade de apresentar cases inspiradores, estratégias de planejamento, soluções de Business Intelligence (BI) e colaborações bem-sucedidas com parceiros. “Essas apresentações não apenas fortalecem o senso de comunidade, oferecendo uma plataforma para o reconhecimento e celebração das conquistas da equipe. Algo que valorizamos muito na casa”, explica a sócia e organizadora dos encontros, Ivelise Cardoso.

# Experiência do Cliente

**Prezamos pela comunicação transparente e humanizada com os clientes, isso coloca o Grupo Nexcom na vanguarda do mercado de comunicação**

O Grupo Nexcom experimentou em 2023 um aprimoramento do setor de experiência do cliente, evidenciado pelo aumento de avaliações positivas nas agências durante as análises semestrais com os clientes. A consolidação do pós-vendas, iniciado em 2022, demonstrou ser um marco crucial, resultando em familiaridade com os indicadores, além de mais contato com as contas e maior automação de processos.



*Olívia de Sá é Head de Customer Experience*

A introdução de uma plataforma tecnológica específica para a área trouxe modernização e eficiência, substituindo planilhas e documentos e permitindo um acompanhamento mais detalhado e real time da carteira de clientes. Essa mudança também contribuiu para antecipar possíveis ruídos, fortalecendo a capacidade de resposta da equipe diante dos desafios do dia a dia.

A Head de Customer Experience, Olívia de Sá, explica que a ênfase na integração entre as áreas de pós-vendas e Gente e Gestão proporcionou ganhos em produtividade. “São setores que se relacionam de dentro para fora no grupo, permitindo uma alocação mais estratégica de recursos para atender às demandas de cada cliente.”

Olívia também destaca a diversificação do portfólio de setores atendidos na casa, reforçando a adaptabilidade do grupo e dos profissionais em atender os mais diversos segmentos. “Automatizar os processos é uma ação natural e necessária para trazer mais produtividade e assertividade para o nosso negócio. Mas o contato humanizado, tão presente no nosso DNA Nexcom, é o que faz a diferença no mercado.”

Para 2024, o grupo planeja reformular sua jornada do cliente, visando uma abordagem mais enxuta e direcionada. A busca pela excelência continua, com a antecipação de possíveis desafios e aprimoramentos constantes na entrega de serviços. E, claro, o foco na comunicação aberta e na compreensão das necessidades dos clientes permanece como uma prioridade no Grupo Nexcom.

# Nexcom #NaEstrada

Um dos pilares fundamentais do Grupo Nexcom é o constante compromisso em encantar. Em 2023, mesmo em um cenário predominantemente remoto, os profissionais do Nexcom estiveram incansavelmente dedicados a estar próximos de seus clientes, proporcionando um serviço de qualidade incomparável. O ano foi marcado por uma série de deslocamentos estratégicos para diversas cidades do Brasil, onde a equipe participou ativamente de eventos, lançamentos e encontros de relacionamento.

A capacidade de adaptação e a priorização do cliente foram evidentes em cada movimento realizado. O Grupo Nexcom sabe que a verdadeira proximidade vai além da geografia, alcançando a conexão emocional e a compreensão profunda das necessidades dos clientes, se antecipando as tendências do mercado, oferecendo soluções inovadoras e personalizadas.

**Veja alguns lugares do país por onde o time Nexcom passou em 2023:**



**Lia Carneiro** na inauguração da primeira concessionária IVECO em Macapá (AP) com o CEO do grupo Bamaq



**Leandro Gonçalves** no The Town, acompanhando a Movida em São Paulo, capital.



**Marcelo Nadalon** apresentando o evento Portas Abertas, da Kepler Weber, em Panambi (RS)



**Bruno Blecher** na Estação de Híbridação do cliente CTC em Camamu, Bahia



*Ana Claudia Camara em jantar com o cliente Domno Wines*



*Thiago Cardim na CONARH 2023, acompanhando o cliente Docway, em São Paulo*



*Danilo Vivan, com Juliana Felipe e Arnaldo Reyes, da Paxos, no evento Blockchain Rio (RJ)*



*Ruy Barata, Sílvio Bressan, Cristina Maiello e Marcelo Nadalon em Fortaleza (CE) para ministrar media training*



*Marina Paschoal no Worcaut do Shopping da Cidade em São Paulo*



*Thiago Cardim, Samanta Dias, Altair Silva e Chico Marcelino na Intersolar, em São Paulo*

## Cases que marcaram 2023

Boas histórias merecem ser compartilhadas e o Grupo Nexcom está cheia delas. Foi um ano de muitos desafios, mas também de muitos resultados e conquistas que reafirmam a alta posição e referência que o grupo possui no mercado a alta posição e referência que o grupo possui no mercado para atender a comunicação pública e privada.

Conheça mais sobre os cases que movimentaram o 2023 do Grupo Nexcom.

### Réveillon de Fortaleza

Algumas cidades são internacionalmente reconhecidas pelas suas tradicionais festas de Ano Novo, como o Rio de Janeiro e Nova Iorque. Este ano, Fortaleza entrou para a lista de Réveillons mais esperados, graças ao trabalho estratégico da Fato Relevante. O desafio era posicionar a festa da cidade como uma das maiores do Brasil, e a agência desenvolveu uma ação de PR para a Prefeitura de Fortaleza.

A Fato Relevante traçou uma estratégia cuidadosa, identificando os melhores veículos para atingir o público-alvo de maneira expressiva. Para isso, a equipe promoveu duas programações distintas: a primeira era uma agenda exclusiva com o prefeito da cidade, José Sarto, visitando as redações dos principais jornais do país, como **Folha de S.Paulo, CNN, O Estado de S.Paulo, Rádio CBN e Valor Econômico.**

A segunda foi destinada a convidar jornalistas para o lançamento do Réveillon de Fortaleza em um evento realizado, em outubro, na cidade de São Paulo. O anúncio contou com a presença de 43 jornalistas, rendendo mais de 20 entrevistas e 100% de matérias positivas. “A divulgação na grande mídia nacional era essencial, até porque estávamos falando de uma festa que movimentava milhões e ajuda a população. Apostamos nessa estratégia e conseguimos alcançar os principais formadores de opinião e veículos de imprensa”, especialista em comunicação pública, Silvio Bressan

A repercussão positiva do evento também rendeu elogios do prefeito e do secretário de comunicação de Fortaleza, Daniel Aderaldo. “Tivemos um tempo curto para trabalhar, foram dois dias para fazer o tático e executar. Mas a sinergia do time e a confiança da Prefeitura de Fortaleza fez todo o processo ser tranquilo, altamente eficaz e com o cliente satisfeito, que é o nosso objetivo principal e está no nosso DNA”, finaliza Bressan.



**Silvio Bressan**  
é especialista em  
comunicação pública



Evento de lançamento do Réveillon de Fortaleza, realizado em São Paulo  
Créditos: Divulgação

*“ Todas as agendas que tivemos na Folha, no Estadão, no Valor, na CBN e na CNN foram muito importantes para nós politicamente. Demonstrou força e prestígio da cidade e do prefeito. Isso é uma baita mensagem. A cobertura do evento foi também um sucesso. Vocês foram campeões! Obrigado e até o próximo trabalho! ”*

*Depoimento de Daniel Aderaldo,  
Secretário de Comunicação de Fortaleza*

# Cases que marcaram 2023

## SoftBank

A renomada empresa de investimentos SoftBank viveu um cenário desafiador, marcado pela perda de uma figura emblemática para a companhia, acompanhada por mudanças na conjuntura macroeconômica causada por uma queda prolongada na bolsa de valores, diminuição das cotações e valuations de companhias de tecnologia globais. Para reverter esse quadro, a agência PUB desenvolveu uma estratégia que visava aprofundar a compreensão do papel do fundo na América Latina e aprimorar sua reputação perante os veículos de comunicação.

O foco da estratégia foi estabelecer uma relação mais próxima com a imprensa brasileira, comunicando efetivamente o novo posicionamento da empresa e alinhando-o com as mudanças ocorridas. A agência organizou encontros estratégicos com renomados veículos, como Exame, Bloomberg, Reuters e O Globo. “Essa abordagem envolveu não apenas a comunicação das modificações internas, mas também a promoção de uma visão coesa e sustentável do SoftBank no cenário de investimentos na América Latina”, explica Juliana Costa, atendimento sênior da conta.

Além disso, o time da PUB desenvolveu um discurso destacando o início de uma nova rodada de investimentos do SoftBank na região. Esse posicionamento considerou o cenário atual da empresa, após dois

anos de ampla disponibilidade de recursos no mercado. Atualmente, a companhia está avaliando seu portfólio, adotando uma perspectiva equilibrada e executando movimentos estratégicos planejados para os próximos investimentos.

“Nosso trabalho ilustra a importância de estabelecer parcerias estratégicas com a imprensa, reconhecendo a influência significativa que ela exerce na percepção pública”, complementa Juliana. Ao atribuir valor aos encontros com os meios de comunicação, a Agência PUB contribuiu para moldar e proteger a reputação do SoftBank no cenário midiático, fortalecendo sua imagem e estabelecendo uma presença duradoura e positiva no mercado.

**Por meio deste trabalho, o SoftBank fortaleceu sua presença no mercado de investimentos na América Latina**

FOLHAINVEST | TECNOLOGIA

## Arm, do SoftBank, dispara quase 25% em estreia na Nasdaq

Empresa havia garantido avaliação de mercado de US\$ 54,5 bilhões nesta quarta (13)

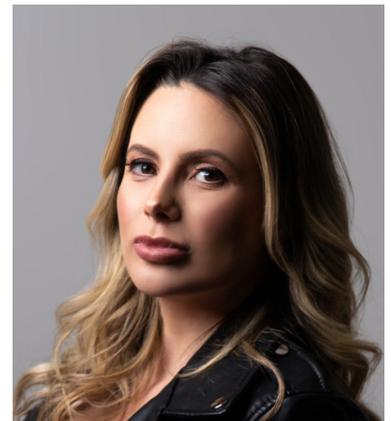
F O S F T W E G

REUTERS A Arm Holdings, do SoftBank, disparou 24,6% em sua estreia na Nasdaq nesta quinta-feira (14).

O papel abriu a US\$ 56,1 por ADR, e fechou a US\$ 63,59 nesta tarde, ante precificação a US\$ 51 nesta quarta (13), em um sinal de confiança para outras empresas que planejam abrir capital.

A Arm garantiu uma avaliação de US\$ 54,5 bilhões na véspera, após precificar o IPO no topo da faixa indicativa. A empresa arrecadou US\$ 4,87 bilhões para o SoftBank, que ainda detém uma participação de 90,6%.

Matéria na Folha de São Paulo sobre ações da Arm, do SoftBank



**Juliana Costa**  
Gerente de atendimento do SoftBank

Quarta-feira, 30 de agosto de 2023 | Valor | 65

## Finanças

### Investimentos Clavel, CEO da operação internacional, está otimista com próxima fase de startups

# ‘SoftBank não tem medo de volatilidade’

Pipe

Maria Luiza Filgueiras  
De São Paulo

No escritório do SoftBank em São Paulo, o presidente da operação internacional, Alex Clavel, finaliza uma reunião com Talita Lacerda, a CEO da Pellove, completando uma agenda de reuniões com empresas do portfólio que começou ainda no final de semana. Clavel está em sua terceira passagem pelo Brasil, mercado que ficou sob sua jurisdição no SoftBank desde 2012, quando assumiu também os negócios Latam Funds.

São oito anos no SoftBank, após quase duas décadas no Morgan Stanley, entre Nova York, Hong Kong, Xangai e Tóquio. Clavel assumiu a região quando o SoftBank, símbolo do período de liquidez elevada, também se viu focado na correção do mercado — e o chefe, na hierarquia abaixo somente do fundador Masayoshi Son, está otimista.

O SoftBank já remarcou sua carteira e assumiu perdas, hoje com um portfólio bem mais realista — e se diz pronto para a operação. Não há mais do que qual quer investidor no mundo, o Soft-



Alex Clavel do SoftBank: “Somos um bicho diferente em venture capital”

Bank não tem medo de volatilidade”, diz Clavel, em entrevista exclusiva ao Pipeline. No América Latina, infelizmente, isso também acontece, e tudo bem. Continuamos investindo no longo prazo.”

O otimista tem menos a ver com uma atividade frenética pelos próximos meses. Clavel não espera por uma rápida inclusão dos empreendedores, que não querem diluições e revisões de marcações de preço desnecessárias. Mas pelo lado de as startups da carteira já tem enxugado custos e tem se ajustado para não de crescimento.

“Nosso portfólio está bem capitalizado: 85% a 90% das companhias têm todo o caixa que precisam. O mercado de capitais ficou fechado por um tempo, mas os investidores dizem que vai voltar no ano que vem, no caso do Brasil, ainda que não precisemos”, diz Clavel. “Nosso controladora, tem US\$ 35 bilhões a US\$ 40 bilhões em caixa, então o que queremos são grandes retornos ao longo do tempo e não retorno mais rápido”.

O grupo está inclusive testando o apetite por IPOs nos Estados Unidos, já produzindo a oferta da Arm, que deve ser um colosso de mais de US\$ 11 bilhões, e uma operação de mercado de biotech.

Ainda que pronto para a próxima rodada de biotech, Clavel sabe que há questões no mercado sobre o his-

tórico recente. Com um caminho de dinheiro para investir na América Latina, “valuation” expandido foram muitas vezes atribuídas ao SoftBank. Ele aceita partilhá-lo.

“Somos sempre um líder no mercado e, quando gostamos de uma empresa, queremos fazer parte do investimento. Mas 2021 foi um tempo de preços inflados de ativos em todo mercado de tecnologia, todo mundo está pagando mais”, diz. “Contribuímos para isso, mas não acho que um fundo, por maior que seja, pode ser o responsável por criar o preço. A performance da Nasdaq em 2021, se refere a qual não temos influência, mostra que era a realidade”.

Perguntado sobre a necessidade de reconstruir a reputação do SoftBank como investidor afilado, Clavel não vê uma questão. “Ninguém não vê uma questão”, diz Clavel. “Nosso controladora, tem US\$ 35 bilhões a US\$ 40 bilhões em caixa, então o que queremos são grandes retornos ao longo do tempo e não retorno mais rápido”.

“Contribuímos para os preços altos, mas somos os únicos”  
Alex Clavel

Estos fatos confortáveis com nossa posição de liderança aqui.”

O fundo voltou a fazer aportes, em cheques menores, acompanhando rodadas de investidas ou adicionando empresas ao portfólio. O ritmo, com certeza, é menos intenso. Nos últimos meses, o SoftBank analisou com empresas, mas investiu de fato em seis. “Continuamos sendo um ponto de venda importante quando falamos com uma nova investida: não estamos desafiados hoje e vamos sair com perfil de volta amarrado. Alinhando sua meta, podemos dar mais”.

Ele cita a CEO da Pellove como perfil de empreendedor que o SoftBank busca na carteira. “Conversando com ela, senti que estava falando com a chefe de produto. Adoramos companhias assim, em que os empreendedores estão comprometidos com o produto e, se tiver algo errado, o CEO tira a caixa de ferramentas para consertar”, diz.

O executivo destaca que, apesar de investir em companhias mais maduras, o grupo topa riscos mais altos, como fundos que investem em estágio inicial. “Somos um bicho diferente de outros investidores bem-sucedidos por aí, e tudo bem”.

Este texto foi originalmente publicado pelo Pipeline, a site de negócios da Valor Econômica

Entrevista de Alex Clavel, CEO da Operação Internacional do SoftBank, para o Valor Pipeline

# Cases que marcaram 2023

## Coca-Cola Femsa

Atualmente, o monitoramento em tempo real das marcas é uma peça-chave, permitindo que empresas compreendam o impacto de suas ações, meçam a opinião pública e evitem potenciais crises. A Charisma, integrante do Grupo Nexcom, teve uma participação crucial nesse contexto ao realizar uma análise completa da tradicional caravana de Natal, realizada pela Coca-Cola Femsa.

Antes do início do evento, a Charisma desempenhou um papel estratégico no mapeamento de influenciadores e veículos de mídia locais em cada microrregião, estabelecendo uma base estável para a construção de relações positivas. Em meio a uma complexa logística de quase dois meses de ação, a empresa enfrentou o desafio de neutra-

lizar possíveis detratores, garantindo que a mensagem da Coca-Cola Femsa fosse transmitida sem obstáculos.

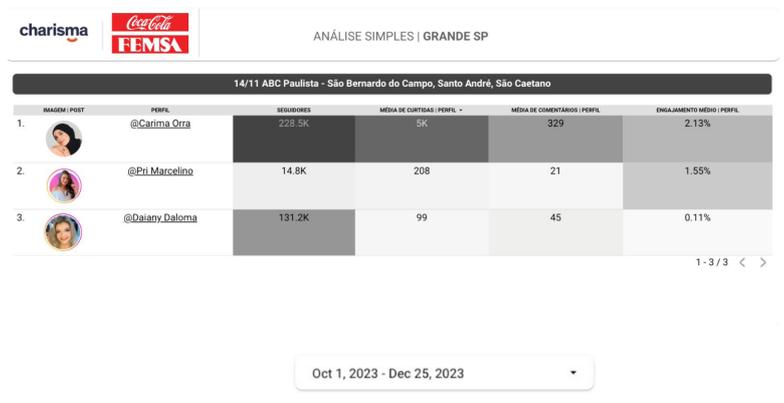
Durante a caravana, o time acompanhou em tempo real os comentários nas redes sociais, incluindo Instagram, Facebook, TikTok e YouTube, fornecendo relatórios diários detalhados. "O objetivo era informar a equipe de comunicação da Coca-Cola Femsa sobre qualquer incidente que afetasse a reputação da marca, possibilitando ações rápidas e eficazes", explica Lucas Brasil, fundador da Charisma.

O sucesso desse projeto permitiu à Coca-Cola Femsa corrigir rotas, proporcionando uma imagem mais sólida da empresa, com insights valiosos para o planejamento da ação de 2024. O trabalho da Charisma evidencia a relevância de uma abordagem proativa para a construção e manutenção da marca.

**O monitoramento 360° atua como um farol garantindo a segurança reputacional da marca**

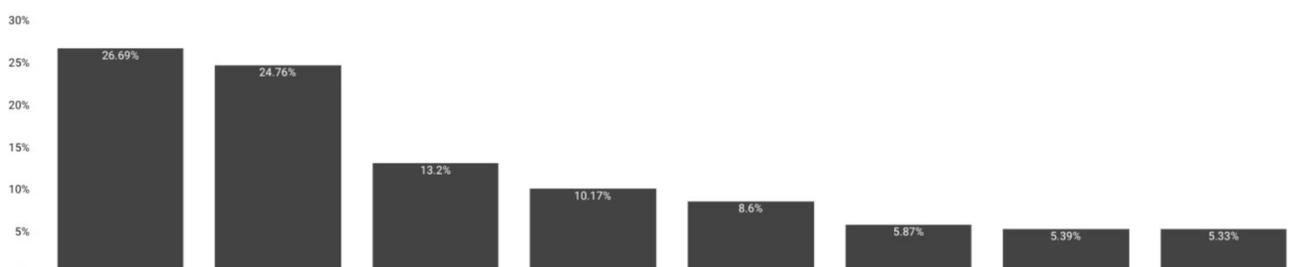
**Lucas Brasil**

Sócio executivo da Charisma



Oct 1, 2023 - Dec 25, 2023

### PERCEPÇÃO DE COMENTÁRIOS NEGATIVOS



Dados monitorados em tempo real pela Charisma

# Cases que marcaram 2023



**Ruy Barata**  
Sócio-diretor, especialista em Energia,  
Mineração e Infraestrutura

**“O sucesso alcançado reforça o conhecimento e maturidade do Grupo Nexcom em lidar com desafios complexos e sensíveis”**

## Samarco

As agências do Grupo Nexcom são, por si só, verdadeiros cases de sucesso quando o assunto é fornecer atendimento estratégico e altamente personalizado aos mais diversos setores. Um exemplo notável desse comprometimento é o trabalho da agência Fato Relevante no processo de recuperação judicial da Samarco. Desde 2021, a FR integrou a comunicação da empresa na RJ, conduzindo a gestão de informação à imprensa e aos credores sob a direção do sócio-diretor Ruy Barata, com supervisão do sócio-fundador da FR, Alcides Ferreira, especialista em gestão de crises.

O resultado desse esforço foi a contribuição para a aprovação do plano de recuperação judicial pela Samarco em 2023, um marco significativo na trajetória da empresa e que reduziu parte significativa de sua dívida em bilhões. A comunicação da Samarco desempenhou um papel crucial nesse processo ao levar transparência na relação com os credores da empresa e gerenciando a comunicação com a imprensa, incluindo os principais veículos nacionais e internacionais que fizeram a cobertura do processo ao longo de dois anos de negociações, como Valor Econômico, Reuters, Financial Times, Estadão, Folha de São Paulo, Estado de Minas, Bloomberg, REDD Intelligence e Debtwire.

A eficácia do trabalho da FR é evidenciada pelos resultados tangíveis alcançados pela Samarco. “Desde o início, nossa estratégia de comunicação estava focada na importância da manutenção do papel social da Samarco, nos seus esforços para retomada da produção com segurança e sustentabilidade, e na solidez do seu plano de negócios que precisava ser transmitido com clareza aos jornalistas e stakeholders da companhia ao longo das etapas do processo negocial da recuperação judicial”, explica Barata.

Enquanto a Samarco avança para o fim do seu processo de recuperação judicial, a ênfase da comunicação agora passa a ser para o cumprimento do plano de negócios da companhia a medida em que evolui a retomada gradual e segura das operações, com a meta ambiciosa de atingir 60% da capacidade produtiva até 2025 e alcançar 100% até 2028.

**ALCIDES FERREIRA**  
Comunicação  
Financeira, Relações  
com Investidores,  
Gestão de Crise



**ALESSANDRA CARVALHO**  
Comunicação  
Corporativa, Finanças  
e Indústria



**ANA CLÁUDIA CÂMARA**  
Gestão de Crise,  
Endomarketing,  
Administração  
Pública  
e Comunicação  
Corporativa



**ANGELITA GONÇALVES**  
Saúde, Indústria  
Farmacêutica e  
Comunicação  
Corporativa



**BRUNO BLECHER**  
Agronegócio  
e Meio Ambiente.



**CASSIO CLEMENTE**  
Gerenciamento  
de Marketing,  
Estratégia Digital  
e Planejamento de  
Negócios



**CRISTINA MAIELLO**  
Treinamento,  
Prevenção de Crise,  
Saúde, Indústria,  
Comunicação  
Corporativa



**DANILO VIVAN**  
Comunicação  
Corporativa, Mercado  
Financeiro, Negócios  
e Real Estate



**EDSON GUSHIKEN**  
Comunicação  
Corporativa, Indústria  
e Finanças



**EMÍLIA SPIRLANDELI**  
Comunicação  
Corporativa,  
Marketing, Negócios,  
Gestão de Crise,  
Mídia, Esporte,  
Tecnologia



**FERNANDO RUBINO**  
Gerenciamento  
de Crise e Finanças



**FRANCISCO MARCELINO DE OLIVEIRA**  
Gestão  
e Planejamento  
Estratégico



**GILSON GUILHERMINO**  
Gestão Administrativa  
e Financeira,  
Planejamento  
Estratégico  
e Controller



**GUSTAVO BARROSO**  
Gestão Financeira



**ILANA SZYLLER**  
Mercado Financeiro  
e Negócios



**ISABEL RODRIGUES**  
Comunicação  
Corporativa



**IVELISE CARDOSO**  
Mercado Financeiro,  
Negócios e Saúde



**JULIANA NERY**  
Comunicação  
Corporativa,  
Consumo, Gestão  
de Crise,  
Planejamento  
Estratégico  
e Reposicionamento  
de Marcas



**KÁTIA HOCHMAN**  
Finanças  
e Negócios



**LIA CARNEIRO**  
Comunicação  
Corporativa,  
Finanças, Gestão  
de Crise, Indústria,  
Mineração e RH



**LORENA CASTRO**  
Estrategista Digital



**LUCAS BRASIL**  
Business Intelligence



**LUIZ BERNARDO**  
Estrategista de  
Conteúdo Digital



**MARCELO  
MENDONÇA**  
Prevenção  
e Gestão de Crises,  
Litigation, PR,  
Viagens e Turismo



**MARCELO NADALON**  
Especialista  
em Agronegócio



**MARCOS VIESI**  
Mercado de Capitais  
e Indústria



**MARCUS LAVORATO**  
Relações  
Institucionais



**NÚBIA TAVARES**  
Estratégia e  
Integração das Áreas



**OLÍVIA DE SÁ**  
Customer Experience  
e Pós-Vendas



**RAFAELA BARROZO**  
Planejamento  
Estratégico



**RENATA BINOTTO**  
Comunicação  
Corporativa, Finanças  
e Gestão de Crise



**RICARDO BONATELLI**  
Comunicação  
Corporativa, Gestão  
de Crise e Negócios



**RUY BARATA**  
Energia, Mineração  
e Infraestrutura



**THIAGO CARDIM**  
Estrategista Digital



**VANESSA DA SILVA**  
Viagens e Turismo



**VANESSA SOUZA**  
Gestão Financeira  
e Administrativa



*Agradecemos por mais um ano de sucesso.*

---

Sozinho se vai rápido.

**AGORA É HORA  
DE IR LONGE.**

---



**FAÇA PARTE  
DESSA HISTÓRIA:**

**Café ou call? Você escolhe!**

[contato@gruponexcom.com.br](mailto:contato@gruponexcom.com.br)

 @nexcomgrupo

**Relatório Anual 2023**  
Grupo Nexcom

**Coordenação**  
Grupo Nexcom

**Redação e Revisão**  
Alcides Ferreira  
Ivelise Cardoso  
Julia Bispo  
Marcelo Mendonça  
Ricardo Bonatelli

**Projeto Gráfico e Diagramação**  
Rebeca Campagnoli