



**> SUMAMOS TALENTOS  
Y EXPERIENCIAS.**

GRUPO  
**nex**  
com

**FR** Fato  
Relevante

**charisma**

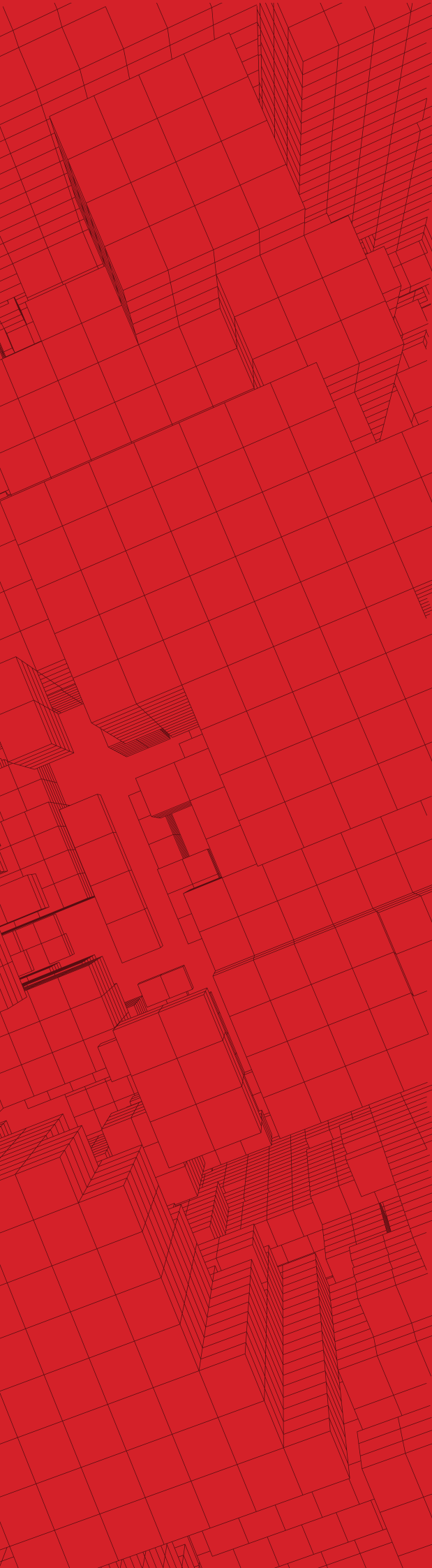


TRIDENTE.AG

**avenida**  
comunicação

# Lo que hacemos

- ◆ Audiovisual
- ◆ Contenido de Marca
- ◆ Imagen de Marca (Branding)
- ◆ Ciencia de Datos
- ◆ Comunicación Corporativa
- ◆ Consultoría en Acción Social
- ◆ Mercadeo Interno (Endomarketing)
- ◆ Eventos
- ◆ Gestión de Crisis
- ◆ Mercadotecnia Digital
- ◆ Mercadotecnia Institucional
- ◆ Investigaciones
- ◆ Publicidad
- ◆ Redes Sociales
- ◆ Relación con Influencers
- ◆ Relación con Inversores
- ◆ Relaciones Gubernamentales
- ◆ Relaciones Públicas
- ◆ Capacitaciones en Comunicación



## Sobre nosotros

Nacimos de la unión de empresas que siguen operando de manera independiente, pero que comparten una misma cultura y una serie de objetivos comunes. Creemos en poner al cliente en primer lugar, en consolidar el mercado brasileño de agencias y en la idea de reunir, en un solo grupo, las mejores prácticas de comunicación. También apostamos por la escalabilidad, la innovación y la tecnología. Un camino que apenas comienza.

## Nuestro mercado

¡Nuestro mercado es el mundo! Operamos a un ritmo acelerado, invirtiendo en tecnologías, personas y experiencias dedicadas a nuestros clientes para ayudarles a alcanzar sus metas. Ofrecemos una comunicación moderna, integrada con diversos mercados, para responder a las demandas de plataformas digitales y canales tradicionales.

## Nuestra estrategia

Aseguramos un crecimiento sostenible, brindando a nuestros clientes una diversidad de talentos con habilidades y autonomía para la toma de decisiones en los más diversos sectores.

# ÍNDICE

06

Una historia en cifras

07

Grupo Nexcom acelera su expansión en 2024

08

Tridente.ag

09

Avenida Comunicación

10

Digital: estrategias que marcaron la diferencia en 2024

11

Charisma: un año de transformación y crecimiento

13

Nexcom presente en Inteligencia Artificial

15

Gestión de personas: un pilar estratégico para el éxito

16

Estrategia y Relaciones en el ADN de Nexcom

19

Casos de éxito que marcaron 2024

22

Grupo Nexcom y su compromiso con las transformaciones sociales

## Una historia en cifras

Hace tres años, el Grupo Nexcom nació con la misión de llevar al mercado brasileño de agencias las mejores prácticas en comunicación y atención al cliente. Con equipos alineados, 2024 estuvo marcado por la adquisición de nuevas agencias y la expansión del portafolio de servicios, asegurando resultados por encima de las expectativas para sus más de 120 clientes.

La incorporación de Tridente, especializada en publicidad, y Avenida Comunicación, agencia de relaciones públicas en Río de Janeiro, reforzó la capacidad del Grupo Nexcom de ofrecer soluciones integrales y completas. Estos nuevos miembros consolidaron aún más la posición del grupo como un socio estratégico en el mercado de la comunicación, aportando innovación y experiencia al ecosistema de la empresa.

Con una cultura sólida y un equipo comprometido, el Grupo Nexcom sigue su trayectoria de crecimiento y evolución, manteniendo su compromiso de entregar resultados consistentes y de alta calidad, alineados con las necesidades de sus clientes y las tendencias del sector.

### ✓ CONOZCA EL AÑO DEL GRUPO NEXCOM EN CIFRAS:

<p><b>+220</b> profesionales</p>		<p><b>R\$ 49 millones</b> en ingresos en 2024</p>	
<p>Certificado dos veces por <b>Excelente Lugar para trabajar</b> <b>(Great Place to Work)</b></p>		<p><b>+170</b> clientes</p>	<p><b>21</b> socios</p>



## »» Grupo Nexcom acelera su expansión en 2024

El Grupo Nexcom realizó dos adquisiciones en 2024: la agencia de publicidad Tridente.ag y la empresa de relaciones públicas Avenida. Además, firmó acuerdos operativos con el objetivo de futuras inversiones en las agencias SP4 e Ink.

Fundada en 2016, Tridente.ag también trabaja con contenido, medios de rendimiento y offline, además de influencia y desarrollo de negocios en el entorno digital. José Diniz, socio-director de Tridente.ag, tiene más de 20 años de experiencia en el sector de la comunicación y el mercadotecnia. Ha contribuido a la construcción de marcas como Itaú, Banco Daycoval, JBS, Electrolux, Giraffas, Certisign, Sata Tools, EcoUrbis, Fórmula E, Deel y Consórcio Embraccon, entre otras.

Avenida Comunicación ha construido una sólida reputación, especialmente en Río de Janeiro, desde su creación en 2019. Fundada por los socios-directores Isabela Abdala y Aziz Filho, periodistas galardonados con carreras exitosas en algunas de las principales redacciones del país, Avenida se especializa en asesoría de prensa, producción de contenido, desarrollo de mensajes, campañas y gestión de crisis.

Tridente.ag y Avenida se suman a Fato Relevante, agencia de comunicación corporativa, y a Charisma, empresa de inteligencia de negocios, dentro del Grupo Nexcom. Fundada en 2019, Fato Relevante ya se encuentra entre las agencias de comunicación corporativa más prestigiosas del mercado, duplicando su tamaño en los últimos tres años. Charisma, por su parte, ha multiplicado por seis su facturación tras la inversión del Grupo Nexcom.

Estas adquisiciones forman parte de la estrategia de diversificación del grupo, tanto en el segmento de comunicación – incorporando nuevas actividades como publicidad y digital – como en el ámbito regional, con una expansión más significativa en Río de Janeiro a través de Avenida. Nexcom busca consolidar un portafolio sólido, rentable y diversificado en el sector de la comunicación.

SP4 tiene más de 20 años de trayectoria y es experta en planificación estratégica, gestión de relaciones con la prensa y movilización de redes. Analiza escenarios, identifica desafíos y diseña estrategias alineadas con los

objetivos estratégicos de cada cliente. Sus contenidos, desarrollados por un equipo de alto rendimiento, combinan conocimiento multidisciplinario, creatividad y orientación a resultados.

Ink es una agencia de comunicación 360° con más de 20 años de experiencia. Su misión es crear y fortalecer conexiones entre empresas, organismos públicos, el mercado y la sociedad. A lo largo de dos décadas, ha prestado servicios de consultoría en comunicación, relaciones con la prensa, mercadotecnia digital y gestión de redes sociales a cientos de clientes de diversos sectores.

Para sostener esta expansión y hacer efectiva su estrategia, el Grupo Nexcom fortaleció su gobernanza en 2024 y lanzó un programa de opciones para sus socios.

Agradecemos a nuestros clientes, socios y colaboradores por su compromiso.



*Alcides Ferreira es socio ejecutivo de FR y socio fundador del Grupo Nexcom.  
Crédito: Sofia Colucci*

# Tridente.ag

En un movimiento estratégico para expandir su presencia en el mercado publicitario y digital, la agencia Tridente.ag ahora forma parte del Grupo Nexcom. Reconocida por su enfoque innovador y compromiso con resultados, la empresa suma sus competencias al ecosistema diversificado del grupo, fortaleciendo sinergias y ampliando horizontes.

Con esta integración, Tridente.ag aporta su experiencia en campañas de comunicación integrada, alineándose con el propósito del Grupo Nexcom de ofrecer soluciones integrales en un solo lugar (one-stop-shop). Esta alianza refuerza el potencial de un crecimiento sostenible, adaptado a las demandas de un entorno en constante evolución.

***“Es un honor formar parte del Grupo Nexcom”, afirma José Diniz, fundador de Tridente.ag. “Venimos a sumar y a ofrecer soluciones aún más completas, con agilidad para nuestros clientes y prospectos. Vamos con todo hacia 2025 juntos.”***



*Jose Diniz es fundador de Tridente.ag; Alcides Ferreira es socio fundador del Grupo Nexcom y de Fato Relevante.*

La incorporación de Tridente.ag al Grupo Nexcom refuerza el compromiso de ambas empresas con la transformación digital y la comunicación, destacando la búsqueda de la excelencia. “Juntas, las empresas consolidan una base sólida para afrontar desafíos y aprovechar oportunidades futuras, conectando visiones y competencias para ofrecer soluciones personalizadas a nuestros clientes”, destaca Alcides Ferreira, socio fundador del Grupo Nexcom y de Fato Relevante.



# Avenida Comunicación

El Grupo Nexcom inicia 2025 en plena expansión con la incorporación de Avenida Comunicación, con sede en Río de Janeiro, a su portafolio. Esta alianza consolida la posición ascendente del grupo en el mercado de comunicación corporativa. Con empresas de referencia en su ecosistema, Nexcom amplía su alcance con la llegada de Avenida, una agencia reconocida por su excelencia en asesoría de prensa, producción de contenido, desarrollo de mensajes, campañas y gestión de crisis.

Fundada por los periodistas Isabela Abdala y Aziz Filho, actualmente socios-directores, Avenida Comunicación ha construido una sólida reputación, especialmente en Río de Janeiro, destacándose por la participación directa de sus socios y gerentes en cada estrategia. Su equipo está altamente capacitado y tiene una fuerte presencia en el tercer sector y en comunicación de causa.

“Los desafíos de la comunicación evolucionan rápidamente, y superarlos requiere valentía. Es en esta dirección que avanzaremos con el Grupo Nexcom”, destaca Isabela Abdala. “Avenida ha crecido y seguirá creciendo. Esta alianza brindará a nuestros clientes la tranquilidad y certeza de que continuaremos entregando los mejores resultados”, afirma Aziz Filho.

Esta es la segunda asociación anunciada por el Grupo Nexcom en los últimos meses, ampliando su capacidad para responder a las demandas del mercado y ofrecer resultados aún más eficaces a sus clientes. “Avenida llega para fortalecer lo que ya es una referencia en el mercado, consolidando al grupo como uno de los principales actores en el sector de comunicación corporativa del país”, afirma Alcides Ferreira, socio-director del Grupo Nexcom y de Fato Relevante.



*Isabela Abdala y Aziz Filho son socios fundadores de Avenida; Alcides Ferreira es socio fundador del Grupo Nexcom y de Fato Relevante.*

# Digital: estrategias que marcaron la diferencia en 2024

Por **Luiz Bernardo**, socio-director de Digital



El área Digital del Grupo Nexcom tuvo un papel fundamental en el crecimiento y fortalecimiento de las marcas en 2024. Nos enfocamos en compromiso, expansión de presencia y fortalecimiento del posicionamiento de nuestros clientes. Para ello, nuestro equipo de 22 profesionales del área de Digital desarrolló estrategias innovadoras, utilizando nuevas plataformas y acciones segmentadas para conectar con diferentes públicos.

El año estuvo marcado por la humanización de la comunicación en redes sociales, el uso de publicidad pagada e influencers, así como por la diversidad y la atracción de talento cualificado. Las iniciativas digitales generaron resultados significativos, reflejando la importancia estratégica del área en el éxito del grupo.

Para 2025, queremos intensificar la innovación, incorporando inteligencia artificial y automatización, además de mejorar las campañas y la personalización del contenido. Vamos a fortalecer nuestra presencia en nuevas plataformas y ampliar la interacción con públicos clave, consolidando el crecimiento digital y elevando el compromiso y la visibilidad de la marca.

Vimos nuestras estrategias cobrar vida y generar resultados extraordinarios para nuestros clientes. Pero más que hablar de ello, quiero presentar el caso de nuestro cliente ONS, que demuestra cómo nuestras acciones digitales marcaron la diferencia.

## ONS

El Operador Nacional del Sistema Eléctrico (ONS) tenía el desafío de llegar a todos los ciudadanos brasileños que utilizan energía eléctrica, manteniendo sus redes sociales atractivas y comprensibles para diversos públicos, desde técnicos especializados hasta usuarios comunes. Además, era necesario comunicar temas técnicos y complejos de manera accesible y atractiva, con un enfoque claro y dinámico, especialmente en las plataformas digitales.

La estrategia adoptada fue crear publicaciones con un lenguaje simple y accesible, utilizando recursos como memes y tendencias populares, especialmente en Instagram y LinkedIn. El objetivo era humanizar la comunicación, haciendo el contenido más atractivo y estimulante para el público. La estrategia priorizó simplicidad y conexión emocional, fomentando una mayor interacción con la audiencia.

Los resultados fueron notables. A lo largo de 2024, se produjeron y publicaron más de 1.100 piezas en redes sociales, generando un aumento del 910% en el número de seguidores en LinkedIn y del 33% en Instagram. Este crecimiento demuestra el éxito de la estrategia de compromiso y la efectividad en la transmisión de los mensajes del ONS.

“Con la llegada de Fato Relevante a la cuenta de ONS, noté una evolución significativa. Siempre buscamos humanizar el contenido, con la participación de los empleados, ya sea a través de fotos o testimonios, y hemos recibido comentarios que muestran que cada vez se sienten más representados en las redes.” destaca Ana Patrícia Paiva, profesional del equipo de comunicación corporativa del ONS.



Contenido producido para el Instagram del ONS

## Charisma



## un año de transformación y crecimiento

Por Lucas Brasil



*Lucas Brasil es socio ejecutivo de Charisma*

El año 2024 marcó un período de gran transformación y logros para Charisma, nuestra empresa de gestión de narrativas. Con una estrategia ambiciosa e innovadora, dimos pasos importantes para posicionar a Charisma como un referente en el mercado de inteligencia de narrativas y datos, con el claro objetivo de consolidarnos como un BlaaS (Business Intelligence as a Service) ( IECS - Inteligencia Empresarial como Servicio).

Uno de los hitos más relevantes fue el lanzamiento del Índice Charisma, una metodología propia que traduce datos y análisis en conocimientos (insights) estratégicos para nuestros clientes. Este enfoque, sumado a nuestro compromiso con la innovación y la entrega de valor, nos permitió sumar grandes cuentas, como Braskem, Kabum, ESPM, Anbima, Coca-Cola Femsa, Decolar/Despegar y Corinthians, fortaleciendo aún más nuestro portafolio.

El impacto de esta estrategia se reflejó en nuestros resultados: triplicamos el tamaño de la empresa en términos de ingresos, ampliamos nuestro equipo a más de 30 profesionales talentosos y consolidamos a Charisma como una empresa preparada para liderar el mercado de narrativas e inteligencia estratégica.

### Rumbo a 2025: Consolidar y Escalar

Tras un 2024 lleno de logros, nuestros objetivos para 2025 están aún más alineados con la visión de futuro del grupo. Buscamos:

- **Consolidar el mercado de Narrativas y IECS (BlaaS)**, reforzando nuestra posición como líderes en este segmento.
- **Desarrollar nuevas líneas de ingresos basadas en productos escalables**, explorando soluciones que combinen tecnología y estrategia para ofrecer valor a un número creciente de clientes.

Estamos seguros de que el crecimiento de Charisma refleja no solo la fortaleza de nuestro equipo, sino también la relevancia de nuestra propuesta de valor en un mercado que demanda cada vez más inteligencia, agilidad y resultados medibles. Seguimos comprometidos con nuestra misión de convertir datos y narrativas en impacto real para nuestros clientes y socios.





# Nexcom presente en la Inteligencia Artificial

La inteligencia artificial (IA) ha revolucionado la forma en que nos comunicamos, creando posibilidades para personalizar mensajes, optimizar procesos creativos y fortalecer la conexión con los públicos. Herramientas como algoritmos de análisis predictivo, sistemas de creación automatizada y asistentes virtuales están moldeando el futuro de la comunicación, aportando eficiencia e impacto a las estrategias de las marcas.

El Grupo Nexcom sigue de cerca estas tendencias y las convierte en herramientas para potenciar los resultados. Gracias a la IA, los equipos pueden interpretar grandes volúmenes de datos para comprender comportamientos, anticipar demandas y crear campañas que realmente conecten con las personas y sus intereses. Además, optimizan los flujos de trabajo, permitiendo que los profesionales se enfoquen en lo que mejor saben hacer: crear historias poderosas.

Experto en inteligencia artificial y fundador de Dishubtive, Eduardo Salvaggio lleva más de 25 años desarrollando soluciones innovadoras para el mercado digital. Para él, la IA juega un papel clave en la forma en que las marcas se conectan con su público, y Nexcom se destaca por estar a la vanguardia de esta transformación.



**Eduardo Salvaggio**, CEO de Dishubtive y Director de Tecnología Creativa en Vitrio/B&Partners

***“Más que una herramienta, la inteligencia artificial es un socio estratégico. Cuando se aplica a la comunicación, nos permite transformar datos en narrativas que resuenan con las personas, ampliando el alcance y la relevancia de los mensajes.”***

Junto a expertos como Eduardo, el Grupo Nexcom reafirma su compromiso con la innovación y el impacto transformador de la tecnología. La alianza con Dishubtive fortalece este camino, uniendo expertise y visión estratégica para explorar todo el potencial de la IA en la comunicación. En la construcción del futuro del sector, Nexcom conecta inteligencia y creatividad en cada paso de esta transformación.



*Ser un*  
**EXCELENTE**  
**LUGAR PARA**  
**TRABAJAR**  
**(GREAT PLACE**  
**TO WORK)**  
*es una constante*  
**EN NEXCOM**

# Gestión de personas: un pilar estratégico para el éxito

En 2024, el área de Gestión de Personas del Grupo Nexcom reforzó su posición como protagonista en la construcción de una cultura organizacional inspiradora, inclusiva y orientada al bienestar y desarrollo de sus colaboradores. Bajo el liderazgo de la Directora de RRHH, Olívia de Sá, y la Head, Milena Baltazar, el compromiso es crear experiencias excepcionales para quienes forman parte de la empresa.

El Grupo Nexcom ya ha sido certificado dos veces por Gran Lugar Para Trabajar (Great Place to Work) (GPTW), mientras que este año FR alcanzó este reconocimiento por primera vez. Según Milena Baltazar, la certificación simboliza más que un logro:

“Es una confirmación de que estamos en el camino correcto para construir un ambiente de trabajo donde las personas se sientan valoradas, inspiradas y conectadas con nuestros objetivos. Y, sobre todo, es una invitación a seguir evolucionando juntos”.

Además de iniciativas tradicionales, el Grupo Nexcom ha avanzado en proyectos que fortalecen la inclusión y ofrecen oportunidades reales de crecimiento para los profesionales. También ha habido un esfuerzo continuo por fomentar la colaboración y el compromiso entre los equipos, valorando las conexiones humanas como base para la innovación.

Con foco en desarrollo, diversidad y colaboración, la gestión de personas en el Grupo Nexcom impulsa conexiones que promueven la innovación, el crecimiento sostenible y un impacto positivo en la organización y en la sociedad.



*Milena Baltazar es Head de Talents. Crédito: Sofia Colucci*

***“El sello refleja nuestra dedicación al bienestar de los colaboradores y al fortalecimiento de una cultura organizacional positiva y colaborativa.”***

# **ESTRATEGIA** *y Relación en* **EL ADN DE** **NEXCOM**

# Dentro de Posventa, con Olívia

En el Grupo Nexcom, el Postventa y la Planificación Estratégica son como los ingredientes y el paso a paso de una receta exitosa. El Postventa, dirigido por la Jefe de Experiencia del Cliente (Head de Customer Experience), Olívia de Sá, aporta el toque especial que fortalece las relaciones con los clientes, mientras que la Planificación Estratégica actúa como el guía que garantiza que cada acción esté alineada con los objetivos.

Esta combinación armoniosa garantiza entregas consistentes e impactantes, uniendo innovación, atención y estrategia. Descubre más sobre cómo estas áreas impulsan a Nexcom en la siguiente entrevista.

## 1 - Olívia, ¿cómo contribuye el área de Postventa al éxito del Grupo Nexcom?

R: El Postventa es clave para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes y garantizar la excelencia en todas las etapas de nuestra entrega. Trabajamos para alinear las expectativas de los clientes, adaptando nuestros procesos de forma estratégica y ágil. Es un área que va más allá del soporte: es fundamental para fortalecer la confianza y generar resultados consistentes.

También es crucial en la respuesta rápida ante crisis. Intentamos adoptar la metodología de las startups, fallar rápido (fail fast), aprender rápido (learn faster): si cometemos errores, que sean rápidos y que las correcciones sean aún más ágiles. Siempre aprendemos de los fallos.

## 2 - ¿Qué herramientas o prácticas se implementaron en 2024 para mejorar el rendimiento del área?

R: Uno de nuestros mayores avances fue la aplicación semestral de la encuesta NPS (Índice de Promotores Netos) (Net Promoter Score). Esto nos ha brindado una visión más clara y constante sobre la satisfacción de los clientes, permitiéndonos actuar rápidamente con base en los comentarios. La encuesta no solo ayuda a identificar puntos de mejora, sino que también garantiza que nuestras entregas estén alineadas con las expectativas del mercado.



Olívia de Sá es Directora de Recursos Humanos y Posventa.  
Crédito: Sofia Colucci

**“Nuestro objetivo no es solo satisfacer las necesidades de los clientes, sino anticiparlas y superarlas.”**

## 3 - ¿Cómo mantiene el área el equilibrio entre tecnología y humanización en el servicio al cliente?

R: La tecnología es indispensable para garantizar eficiencia y agilidad, pero la esencia de nuestro trabajo es el contacto humano. Nuestros clientes saben que, incluso con automatización y herramientas avanzadas, tienen un equipo dedicado a escucharlos y entenderlos. Este equilibrio es lo que nos diferencia en el mercado y refuerza nuestra credibilidad. El contacto humano difícilmente será reemplazado por los mensajes automáticos, y preferimos que así sea.

## 4 - ¿Qué podemos esperar del Postventa en 2025?

R: Para 2025, tenemos tres grandes focos:

1. Revisar el recorrido del cliente para hacerlo aún más simple, fluido y personalizado.
2. Ampliar el uso de herramientas tecnológicas, integrando más inteligencia predictiva en nuestros procesos.
3. Fortalecer la capacitación del equipo, asegurando que el servicio humanizado siga siendo nuestro diferencial, incluso en un entorno cada vez más automatizado.

## 5 - ¿Cuál es el mensaje que dejarías sobre la importancia del Postventa?

R: El Postventa es un motor estratégico dentro del Grupo Nexcom. Nuestro trabajo refleja el compromiso de crear experiencias positivas, ser ágiles en la acción y transformar los comentarios en oportunidades de mejora. Para nosotros, cada interacción es una oportunidad para fortalecer la relación con el cliente y garantizar que nuestras entregas sean sinónimo de excelencia. En 2025, continuaremos evolucionando para estar siempre por delante de las expectativas.

# Dentro de la Planificación Estratégica, con Rafaela

Si el Postventa es el toque especial que da sabor y consistencia a las relaciones con los clientes, la Planificación Estratégica, liderada por la socia-directora Rafaela Barrozo, es la receta completa que orienta cada etapa del recorrido. Bajo su liderazgo, el área convierte ideas en estrategias creativas, conecta los objetivos de las marcas con las necesidades del público y garantiza que cada acción se ejecute con precisión. Es esta combinación de visión estratégica, análisis de contexto y creatividad lo que permite entregas relevantes, impactantes y alineadas con cada cliente.

## 1 - ¿Cuál es el papel de la planificación estratégica en la comunicación de los clientes del Grupo Nexcom?

**R:** Nuestro trabajo es convertir ideas en estrategias que conecten con el público y los objetivos del cliente. Conectamos lo que una marca quiere decir con lo que su público necesita escuchar, buscando siempre la mejor manera de hacerlo. En resumen, nuestro papel es dar dirección y asegurar que cada esfuerzo se dirija al lugar correcto.

## 2 - ¿Cómo ayuda la planificación a los equipos internos del Grupo?

**R:** La planificación es ese compañero "para todo" (¡y hay mucho por hacer aquí!). Conectamos áreas, alineamos información y nos aseguramos de que todos estén en la misma página. Esto no solo facilita el día a día, sino que también ayuda a los otros equipos a entregar lo mejor, porque ya saben qué hacer y por qué hacerlo.

Muchas veces, los equipos están tan enfocados en sus tareas diarias y en la atención a los clientes que pierden de vista el panorama general. Ahí es donde entramos nosotros: damos un paso atrás y destacamos lo que podría estar pasando desapercibido.

## 3 - ¿La planificación es solo estratégica o también tiene un papel creativo?

**R:** ¡La planificación también es creativa, sin duda! No nos limitamos solo a los números y las



Rafaela Barrozo es Jefa de Planificación Estratégica.  
Crédito: Sofia Colucci

*"La planificación es el mapa que guía las acciones de comunicación."*

investigaciones; estamos muy conectados con el equipo de creación. La integración entre estrategia y creatividad es lo que hace que todo funcione. Es en este intercambio de ideas donde surgen conceptos increíbles, porque conectamos lo que tiene sentido estratégicamente con lo que encanta y lo que llama la atención del público.

## 4 - ¿Para qué tipo de problema o demanda un cliente puede recurrir al área de planificación?

**R:** Si el cliente tiene un problema, una perspectiva (insight) o una simple sensación de que algo necesita cambiar, ya es motivo suficiente para buscarnos. Tomamos esos puntos iniciales, los transformamos en un resumen ejecutivo (briefing) y, a partir de ahí, creamos un plan para resolver o aprovechar la oportunidad. Puede ser un problema de posicionamiento, de compromiso (engagement) o incluso la intención de lanzar algo nuevo. Nuestro trabajo es estructurar todo y encontrar la mejor solución.

## 5 - ¿Qué mensaje dejarías para los clientes y socios de Nexcom sobre la importancia de la planificación estratégica?

**R:** La planificación es donde todo comienza. Transforma desafíos e ideas en algo claro y direccionado, garantizando que las acciones realmente entreguen valor. Para clientes y socios, somos ese brazo estratégico que ayuda a construir soluciones creativas y relevantes, siempre pensando en el impacto final. Si hay algo que quieras resolver o explorar, estamos aquí para hacerlo realidad de una manera estratégica e inspiradora.



# > Casos que marcaron 2024

Cada año trae nuevas historias. En 2024, el Grupo Nexcom amplió su trayectoria de impacto con proyectos que se destacaron por su innovación y resultados. Con un enfoque estratégico y personalizado, los profesionales de la empresa enfrentaron desafíos en sectores como el financiero, el turismo y el tercer sector, reafirmando su posición como referencia en comunicación para marcas que buscan relevancia en el mercado.

**Descubre algunos casos que marcaron el año del Grupo Nexcom.**



# Anbima

En 2024, la cooperación entre ANBIMA y el equipo liderado por Ilana Szyller dio un nuevo impulso a Finfluence, el estudio que analiza el ecosistema de influencers del mercado financiero en redes sociales. El trabajo de la agencia, iniciado en 2021, se expandió para incluir la producción de contenido dirigido a los profesionales del sector, como podcasts, e-books y guías, además de la ya tradicional difusión de los informes semestrales. La investigación sigue el impacto de los influencers en plataformas como X, YouTube, Instagram y Facebook, que, hasta el primer semestre del año, acumulaban más de 225 millones de seguidores.

La séptima edición del informe, producida por el equipo de la Agencia Fato Relevante, profundizó en el estudio del comportamiento de los influencers financieros en las redes sociales y presentó un análisis inédito sobre la relación de estos profesionales con las apuestas en línea (bets). La investigación, realizada por ANBIMA con el apoyo del instituto IBPAD, resultó en un documento estratégico que analiza las tendencias y los temas más discutidos por estos especialistas en el período.

Ilana comenta: “Finfluence se ha consolidado como una herramienta esencial para comprender el comportamiento digital del mercado financiero y los patrones que moldean el sector, ayudando a ANBIMA a ofrecer perspectivas (insights) valiosas para sus asociados y para el público en general”.

Además de la producción del informe, el equipo también gestionó toda la comunicación de ANBIMA, incluyendo la creación de una página especial en el sitio web de la entidad, con contenido de fácil acceso y relevante sobre la investigación. La difusión del material generó un amplio impacto en la prensa, con menciones en medios como Valor Econômico, Valor Investe, Folha de S.Paulo, InfoMoney y Broadcast.

La estrategia de divulgación se amplificó con el apoyo de la prensa y la promoción digital, asegurando un alcance significativo y la difusión del conocimiento al público objetivo del sector.

Ilana destaca que el trabajo en equipo fue clave para el éxito del proyecto: “Nuestro equipo es multidisciplinario e híbrido, con profesionales que trabajan tanto en relaciones públicas como en digital. Esto exige que todos salgan de su zona de confort, pero precisamente esta integración nos permite atender a ANBIMA de manera completa y eficiente”.

Los resultados reflejan la adaptación de ANBIMA al nuevo panorama del mercado financiero y la capacidad del equipo de Ilana Szyller para integrar diferentes áreas de conocimiento, garantizando que la entidad continúe siendo un referente en la promoción del conocimiento y la educación financiera en Brasil.



**Finfluence se ha consolidado como una herramienta esencial para comprender el comportamiento digital del mercado financiero.**

**Ilana Szyller,**  
Socia-directora, especialista en  
Mercado Financiero y Negocios  
Crédito: Sofia Colucci



# Decolar

En 2024, el trabajo de la FR para Decolar estuvo marcado por una reciente innovación de la empresa líder en tecnología de viajes en América Latina. SOFIA, la primera asistente virtual de viajes con Inteligencia Artificial Generativa, llegó para acompañar a los viajeros desde el momento en que comienzan a soñar con embarcarse en una nueva experiencia, pasando por la planificación y coordinación del viaje, hasta su regreso.

La estrategia de la agencia para divulgar este avance tecnológico comenzó con la entrevista del jefe de Tecnología del Grupo Decolar, Gonzalo Estebarena, al portal InfoMoney. A lo largo del año, SOFIA fue protagonista en entrevistas de los principales ejecutivos de la empresa, junto con la expansión de la apertura de tiendas con la marca Decolar en centros comerciales de la Gran São Paulo y Campinas (SP), Río de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador y Recife. Y, a finales de 2024, se divulgó el acuerdo de fusión firmado por la holding de Decolar para ser adquirida por Prosus, una empresa global de tecnología con inversiones en más de 100 empresas en todo el mundo.

Otro objetivo fue superar los excelentes resultados de 2023 en términos de exposición del cliente en los medios, una meta que se alcanzó antes de finalizar el año. Se registraron más de 6 mil publicaciones, lo que representó un crecimiento de más del 20% en comparación con el año anterior.

La experiencia de la agencia en el sector ha sido crucial para superar desafíos, como la crisis provocada por la pandemia, y posicionar a Decolar como una empresa innovadora. El Núcleo de Viajes y Turismo de FR está liderado por la socia Vanessa Silva, con 15 años de experiencia en comunicación estratégica en el sector, bajo la dirección del socio Marcelo Mendonça. La atención a Decolar cuenta con la dedicación exclusiva de Thais Barion. También bajo la gestión de Vanessa, Nicole Kirsanoff se encarga de la atención a otro cliente del núcleo, Assist Card, líder en seguros y asistencia de viajes, que renovó en 2024 su patrocinio al Flamengo, estampando su marca en la camiseta del equipo de fútbol.

El núcleo también desarrolla proyectos puntuales para clientes del sector. En colaboración con la agencia OneWG, la FR organizó un viaje de prensa (press trip) a la Serra Catarinense, para la apertura de la Estación Invierno 2024. La acción reunió en Santa Catarina a algunos de los principales periodistas de turismo del país. La amplia repercusión dio mayor visibilidad al Estado como un importante destino de invierno.



Entrevista de Gonzalo Estebarena, jefe de Tecnología del Grupo Decolar, al portal InfoMoney



Entrevista de Damián Scokin, CEO global de Grupo Decolar, para O Globo



Alexandre Camargo, director general de Assist Card en Brasil, en un reportaje de IstoÉ Dinheiro sobre la renovación del patrocinio al Flamengo.



**Vanessa Silva**, Socia de FR, Head del Núcleo de Viajes y Turismo.  
Crédito: Sofia Colucci



**Marcelo Mendonça**, Socio de FR, especialista en Gestión de Crisis, Litigio PR, Viajes y Turismo y Sector Aéreo.  
Crédito: Sofia Colucci

# Grupo Nexcom y el compromiso con transformaciones sociales

A lo largo de 2024, el Grupo Nexcom participó en diversas iniciativas de impacto social, comprometiéndose con causas que buscan transformar vidas y promover la inclusión. El apoyo a proyectos enfocados en la educación, salud y rehabilitación ha sido una prioridad, con el objetivo de generar resultados significativos y duraderos para las comunidades atendidas. Estas acciones reflejan el compromiso continuo del grupo con la mejora de las condiciones de vida y el fortalecimiento de la ciudadanía, creando oportunidades para quienes más lo necesitan.



# Instituto Mais Identidade

Fato Relevante, bajo el liderazgo de la socia-directora Angelita Gonçalves, asumió el desafío de aumentar la visibilidad del Instituto Mais Identidade, organización dedicada a la rehabilitación bucomaxilofacial de pacientes con deformidades causadas por cáncer, traumas o enfermedades congénitas. Con el uso de tecnologías como impresoras 3D, la institución transforma la vida de estas personas, devolviéndoles no solo la apariencia, sino también la identidad y dignidad, esenciales para su reintegración social.

La consultoría de Fato Relevante fue diseñada para ampliar el conocimiento sobre el Instituto, posicionándolo como un centro de referencia y fortaleciendo su reputación pública. “Divulgar el trabajo del Instituto Mais Identidade va más allá de la responsabilidad profesional. Es un acto de amor y empatía”, dice Angelita, quien menciona el estigma que enfrentan estas personas. “Nuestro papel es mostrar que la rehabilitación facial no es solo una cuestión estética. Devuelve sueños, reconstruye historias y da a estas vidas una nueva oportunidad de florecer. Queremos movilizar a las personas e inspirar apoyo a una iniciativa que restaura vidas y rescata la dignidad.”

El trabajo generó resultados expresivos, asegurando que el Instituto destacara en medios de gran alcance, como **Record TV, O Estado de S. Paulo, Marie Claire y UOL**. Estos logros refuerzan la misión del proyecto y ayudan a atraer nuevos patrocinadores. “Cada espacio en los medios amplía el conocimiento sobre las transformaciones que la institución proporciona”, afirma Angelita.

Con el aumento de la exposición, el Instituto Mais Identidade también busca reducir la lista de espera de quienes esperan tratamiento. La colaboración con Fato Relevante refuerza este compromiso y consolida la posición de la organización como un agente transformador en la sociedad, al recuperar no solo lo estético, sino también la autoestima de cientos de personas en todo Brasil.



Reportaje especial en Estadão sobre el trabajo del Instituto

**Cada conquista en los medios amplía el conocimiento sobre las transformaciones que la institución proporciona.**



Angelita Gonçalves, Socia-directora, especialista en Salud e Industria Farmacéutica. Crédito: Sofia Colucci



# Instituto Sementes



*El Instituto Sementes transforma vidas, combatiendo la injusticia social con educación, salud y cultura para niños y adolescentes. Créditos: divulgación*



**Vanessa Souza**, Consultora de Gestión y Finanzas del Grupo Nexcom. Crédito: Sofia Colucci

El Instituto Sementes es una organización sin fines de lucro dedicada a transformar vidas a través de la educación, salud e iniciativas culturales. Bajo la coordinación de Vanessa Souza, voluntaria del proyecto y consultora de gestión y finanzas del Grupo Nexcom, la organización ha jugado un papel esencial en la lucha contra la injusticia social y la vulnerabilidad, especialmente entre niños y adolescentes.

Desde su fundación, el Instituto Sementes ha ampliado sus actividades, como lo demuestra el crecimiento en la atención a jóvenes en situación de vulnerabilidad. Iniciado con un pequeño grupo de 15 niños, hoy el proyecto beneficia a más de 65 personas en espacios como el Clube Nacional, donde se ofrecen clases de refuerzo escolar, prácticas deportivas y programas de artesanía.

Estas actividades son posibles gracias a la colaboración con el Grupo Nexcom, que, desde hace dos años, contribuye mensualmente para financiar a los profesores y otras acciones educativas. “Cuando logramos el apoyo de Nexcom, nuestra capacidad de impactar las vidas de estos niños aumentó significativamente. La educación se hizo aún más accesible para ellos”, afirma Vanessa.

Además del impacto educativo, el Instituto organiza eventos especiales, como fiestas de fin de año, que ofrecen momentos de alegría y esperanza para los niños y sus familias. Las celebraciones cuentan con la contribución de diversas empresas, incluido el Grupo Nexcom, reafirmando el compromiso con un futuro más digno y prometedor para la comunidad atendida.



***La educación es la esencia de nuestro trabajo. Este trabajo es fundamental para construir un futuro más justo y lleno de oportunidades.***





## **SÉ PARTE DE ESTA HISTORIA:**

**¿Café o videollamada? ¡Tú eliges!**

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

 [@nexcomgrupo](https://www.linkedin.com/company/nexcomgrupo)

**Informe Anual 2024  
Grupo Nexcom**

**Coordinación**  
Grupo Nexcom

**Redacción y Revisión**  
Alcides Ferreira  
Ivelise Cardoso  
Julia Bispo  
Marcelo Mendonça

**Diseño Gráfico y Diagramación**  
Rebeca Campagnoli  
Camilla Martimbianco