



**> SOMAMOS TALENTOS,  
EXPERTISES, INOVAÇÃO  
E TECNOLOGIA.**

GRUPO  
**nex**  
com

**FR** Fato  
Relevante

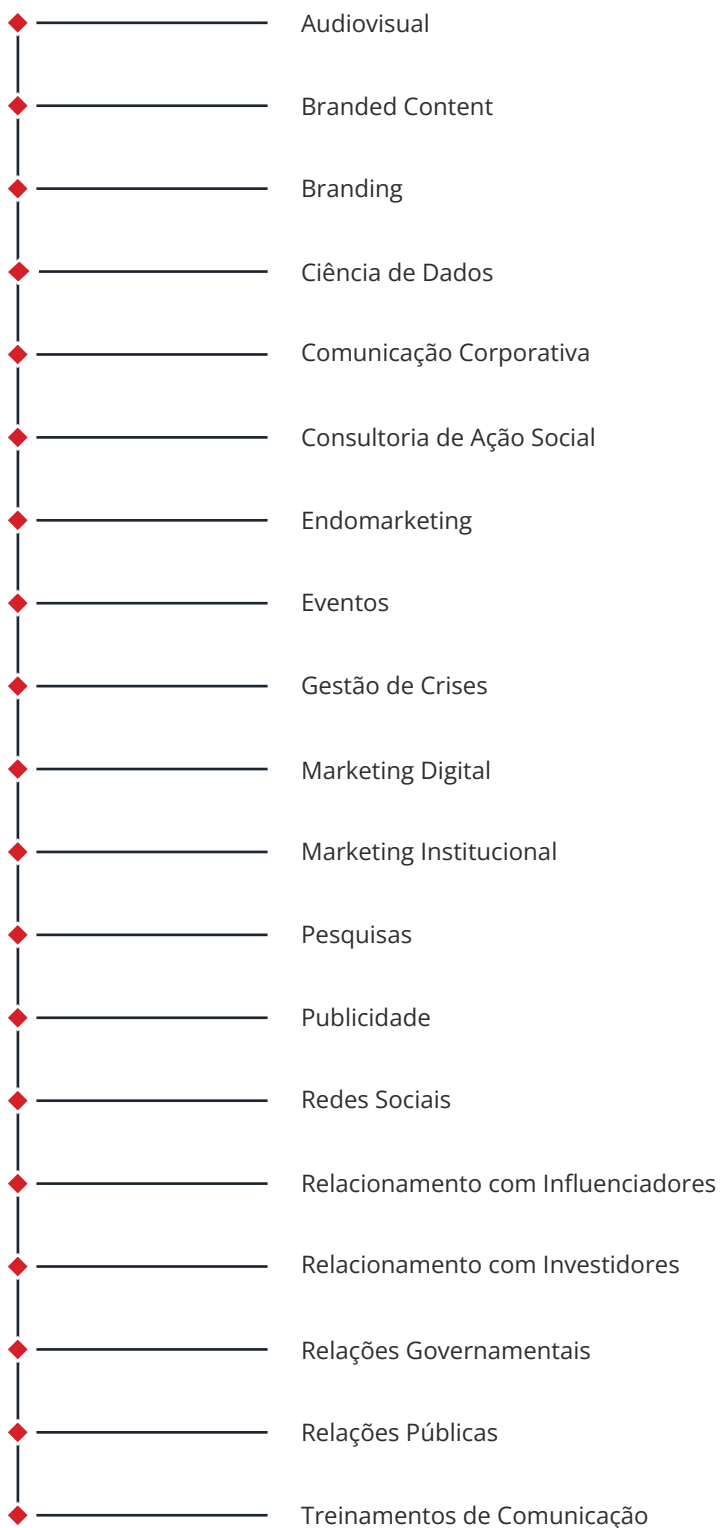
**charisma**

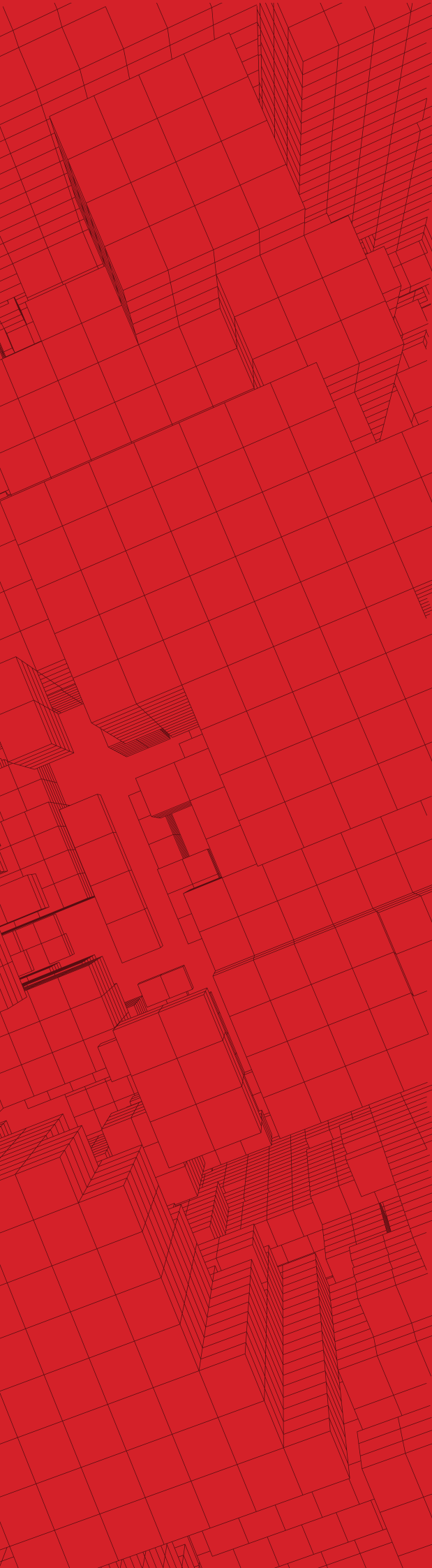


TRIDENTE.AG

**avenida**  
comunicação

# O que fazemos

- 
- ◆ Audiovisual
  - ◆ Branded Content
  - ◆ Branding
  - ◆ Ciência de Dados
  - ◆ Comunicação Corporativa
  - ◆ Consultoria de Ação Social
  - ◆ 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



## 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, em um 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 dedicadas aos nossos clientes, para que possam atingir suas metas. Oferecemos uma comunicação moderna, integrada com diversos mercados, para atender demandas de plataformas digitais e canais 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 nos mais diversos segmentos.

# SUMÁRIO

06

Uma história em números

07

Grupo Nexcom acelera expansão em 2024

08

Tridente.ag

09

Avenida Comunicação

10

Digital: estratégias que fizeram a diferença em 2024

11

Charisma: um ano de transformação e crescimento

13

Nexcom presente na Inteligência Artificial

15

Gestão de pessoas: um pilar estratégico para o sucesso

16

Estratégia e Relacionamento no DNA do Nexcom

19

Cases que marcaram 2024

22

Grupo Nexcom e o compromisso com transformações sociais

## Uma história em números

Há três anos, o Grupo Nexcom nasceu com a missão de levar para o mercado brasileiro de agências as melhores práticas de comunicação e atendimento. Com equipes já em sintonia, o ano de 2024 foi marcado pela aquisição de novas agências e pela expansão do portfólio de serviços, para seguir entregando cada vez mais resultados para seus mais de 120 clientes.

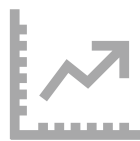
A chegada das agências Tridente, especializada em publicidade, e Avenida Comunicação, de assessoria de imprensa no Rio de Janeiro, reforçou a capacidade do Grupo Nexcom de oferecer soluções completas e integradas. Esses novos integrantes fortaleceram ainda mais o posicionamento do grupo como um parceiro estratégico no mercado de comunicação, agregando e expertise ao ecossistema da empresa.

Com uma cultura sólida e um time comprometido, o Grupo Nexcom segue sua trajetória de crescimento e evolução, mantendo o compromisso de entregar resultados consistentes e de qualidade, sempre alinhados às necessidades de seus clientes e às tendências do setor.

✓ SAIBA MAIS SOBRE O ANO DO GRUPO NEXCOM EM NÚMEROS:

**+220**

profissionais



**R\$ 49 milhões**

de faturamento em 2024

Certificado duas vezes pelo  
**Great Place to Work**

**+170**

clientes

**21**

sócios



## »» Grupo Nexcom acelera expansão em 2024

O Grupo Nexcom realizou duas aquisições em 2024. A agência de publicidade Tridente.ag e a empresa de relações públicas Avenida. Adicionalmente, fez acordos operacionais com o objetivo de futuros investimentos nas agências SP4 e Ink.

Fundada em 2016, a Tridente.ag trabalha também com conteúdo, mídia de performance e offline, além de influência e desenvolvimento de negócios no digital. José Diniz, sócio-diretor da Tridente.ag, atua no segmento de comunicação e marketing há mais de 20 anos. Ajudou a construir marcas como Itaú, Banco Daycoval, JBS, Electrolux, Giraffas, Certisign, Sata Tools, EcoUrbis, Fórmula E, Deel e Consórcio Embracon, entre outras.

A Avenida Comunicação construiu uma sólida reputação, especialmente no Rio de Janeiro, desde sua criação em 2019. Fundada pelos sócios-diretores Isabela Abdala e Aziz Filho, jornalistas premiados e com carreiras bem-sucedidas em algumas das maiores redações do país, a Avenida destaca-se em assessoria de imprensa, produção de conteúdo, construção de mensagens, campanhas e gestão de crises.

Tridente.ag e Avenida se juntam à agência Fato Relevante e à Charisma, empresa de business intelligence, no Grupo Nexcom. A Fato Relevante foi fundada em 2019 e já está entre as agências de comunicação corporativa mais admiradas do mercado. Nos últimos três anos, a FR dobrou de tamanho. A Charisma teve um salto de seis vezes no faturamento a partir do investimento feito pelo Nexcom.

Os dois novos negócios fazem parte da estratégia de diversificação do grupo, seja no segmento de comunicação – com outras atividades, como publicidade e digital –, seja no aspecto regional, com uma expansão mais significativa no Rio de Janeiro por intermédio da Avenida. O Nexcom vem procurando criar um portfólio sólido, rentável e diversificado no segmento de comunicação.

A SP4 atua há mais de 20 anos. Com expertise em planejamento estratégico, gestão de relacionamento com a imprensa e mobilização de redes, a SP4 estuda cenários, identifica desafios e traça caminhos alinhados aos objetivos estratégicos de cada cliente. Os conteúdos, desenvolvidos por um time de alta performance,

unem conhecimento multidisciplinar, criatividade e orientação para resultados.

A Ink é uma agência de comunicação 360° também com mais de 20 anos de atividade. Sua missão é criar e fortalecer conexões entre empresas e órgãos públicos com o mercado e a sociedade. Ao longo de duas décadas, a Ink prestou serviços de consultoria de comunicação, relações com imprensa, marketing digital e gestão de redes sociais para centenas de clientes dos mais diversos setores.

Para dar conta dessa ampliação e tornar efetiva essa estratégia, o Grupo Nexcom reforçou sua governança em 2024, além de criar um programa de opções para seus sócios.

Agradecemos aos clientes, sócios e colaboradores pelo empenho.



*Alcides Ferreira é sócio-fundador do Grupo Nexcom e da Fato Relevante.  
Crédito: Sofia Colucci*

# Tridente.ag

Em um movimento estratégico para ampliar sua atuação no mercado publicitário e digital, a Tridente.ag integra agora o Grupo Nexcom. Reconhecida por sua abordagem inovadora e compromisso com resultados, a agência soma suas competências ao ecossistema diversificado do grupo, fortalecendo sinergias e ampliando horizontes.

Com a integração, a Tridente.ag traz sua expertise em campanhas de comunicação integrada, alinhando-se ao propósito do Grupo Nexcom de oferecer soluções one stop shop para o mercado. Essa parceria reforça o potencial de crescimento sustentável e adaptado às demandas de um mercado em constante evolução.

*“É uma honra fazer parte do Grupo Nexcom”, afirma José Diniz, fundador da Tridente.ag. “Vimos para somar e trazer soluções ainda mais completas, com agilidade para os clientes e prospects. Vamos com tudo para 2025 juntos.”*



*Jose Diniz é fundador da Tridente.ag; Alcides Ferreira é sócio-fundador do Grupo Nexcom e da Fato Relevante.*

A chegada da Tridente.ag ao Grupo Nexcom fortalece o compromisso de ambas as empresas com a transformação digital e a comunicação, destacando a busca pela excelência. “Juntas, as empresas consolidam uma base sólida para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do futuro, reunindo visões para conectar competências e construir soluções personalizadas para nossos clientes,” destaca Alcides Ferreira, sócio-fundador do Grupo Nexcom e da Fato Relevante.



# Avenida Comunicação

O Grupo Nexcom começa 2025 em expansão, com a incorporação da Avenida Comunicação, sediada no Rio de Janeiro, ao seu portfólio. A união consolida a posição ascendente do grupo no mercado de comunicação corporativa. Com empresas de referência na casa, o Nexcom amplia suas operações com a chegada da Avenida, uma agência reconhecida pela excelência em assessoria de imprensa, produção de conteúdo, construção de mensagens, campanhas e gestão de crises.

Fundada pelos jornalistas Isabela Abdala e Aziz Filho, atualmente seus sócios-diretores, a Avenida Comunicação construiu uma sólida reputação, especialmente no Rio de Janeiro, e se destaca pela atuação direta de seus sócios e gerentes em cada estratégia. A equipe da agência é altamente qualificada, com forte presença no terceiro setor e em comunicação de causa.

“Os desafios da Comunicação se renovam velozmente, e sua superação exige coragem. É nessa direção que vamos caminhar com o Grupo Nexcom”, destaca Isabela Abdala. “A Avenida cresceu, vai crescer mais, e essa união dará aos nossos clientes o conforto e a certeza de que continuaremos entregando os melhores resultados”, afirma Aziz Filho.

Esta é a segunda parceria divulgada nos últimos meses pelo Grupo Nexcom, ampliando a capacidade de atender às demandas do mercado e alcançar resultados ainda mais eficazes para os clientes. “A Avenida chega para somar ao que já é referência no mercado, consolidando o grupo como um dos principais no setor de comunicação corporativa do país”, diz Alcides Ferreira, sócio-diretor do Grupo Nexcom e da Fato Relevante.



*Isabela Abdala e Aziz Filho são sócios-fundadores da Avenida, Alcides Ferreira é sócio-fundador do Grupo Nexcom e da Fato Relevante.*

# Digital: estratégias que fizeram a diferença em 2024

Por **Luiz Bernardo**, sócio-diretor de Digital



A área de Digital do Grupo Nexcom teve um papel fundamental no crescimento e fortalecimento das marcas em 2024. Colocamos foco em engajamento, ampliação de presença e fortalecimento de posicionamento dos nossos clientes. Para isso, nossa equipe de 22 profissionais de Digital desenvolveu estratégias inovadoras, utilizando novas plataformas e ações segmentadas para conectar diferentes públicos.

O ano foi marcado pela humanização da comunicação nas redes sociais, uso de mídia paga e influenciadores, além de atenção à diversidade e atração de talentos qualificados. As iniciativas digitais geraram resultados expressivos, refletindo a importância estratégica da área no sucesso do grupo.

Para 2025, queremos intensificar a inovação, usando inteligência artificial e automação, além de aprimorar campanhas e a personalização de conteúdo. Vamos fortalecer nossa presença em novas plataformas e ampliar a interação com públicos-chave, consolidando o crescimento digital e elevando o engajamento e a visibilidade da marca.

Vimos nossas estratégias saindo do papel e gerando resultados extraordinários para nossos clientes. Mas, mais do que falar, quero apresentar o case do nosso cliente ONS, que mostra como nossas ações digitais fizeram a diferença.

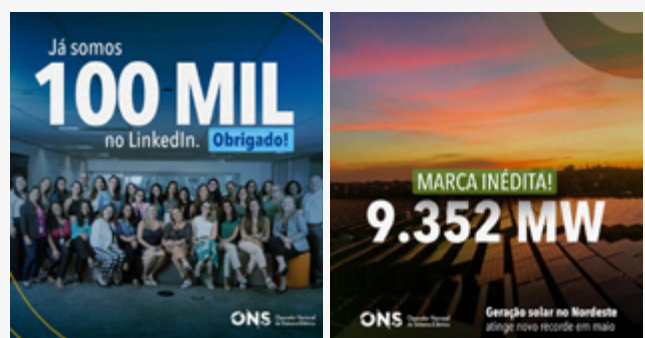
## ONS

O desafio de comunicação do Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS) foi alcançar todos os cidadãos brasileiros que utilizam energia elétrica, mantendo suas redes sociais atrativas e compreensíveis para diferentes públicos, desde os técnicos até o usuário comum. Além disso, havia a necessidade de tratar temas complexos de forma acessível e envolvente. Buscamos transmitir mensagens de maneira clara e dinâmica, especialmente nas plataformas digitais.

A estratégia adotada foi criar publicações com uma linguagem simples e acessível, utilizando recursos como memes e tendências populares, especialmente no Instagram e LinkedIn. O objetivo era humanizar a comunicação, tornando o conteúdo mais atraente e estimulante para o público. A abordagem privilegiou a simplicidade e a conexão emocional, promovendo uma maior interação com a audiência.

Os resultados foram expressivos. Ao longo de 2024, mais de 1.100 peças foram produzidas e postadas nas redes sociais, gerando um crescimento de 910% no número de seguidores no LinkedIn e 33% no Instagram. Esse aumento relevante demonstra o sucesso da estratégia de engajamento e a eficácia na transmissão das mensagens do ONS.

“Com a entrada da Fato Relevante na conta do ONS, percebi uma evolução significativa. Buscamos sempre trazer os conteúdos humanizados, com participações dos empregados, seja por meio de fotos, seja por depoimentos, e temos recebido feedback que eles se sentem cada vez mais representados nas redes”, destaca Ana Patrícia Paiva, profissional da equipe de comunicação corporativa do ONS.



Conteúdos produzidos para o Instagram do ONS

## Charisma



## um ano de transformação e crescimento

Por Lucas Brasil



Lucas Brasil é sócio-executivo da Charisma

O ano de 2024 marcou um período de grande transformação e conquistas para a Charisma, nossa empresa de gestão de narrativas. Com uma estratégia ambiciosa e inovadora, demos passos importantes para posicionar a Charisma como referência no mercado de inteligência de narrativas e dados, com o objetivo claro de nos consolidarmos como um BlaaS (Business Intelligence as a Service).

Um dos marcos mais relevantes foi o lançamento do Índice Charisma, uma metodologia própria que traduz dados e análises em insights estratégicos para nossos clientes. Essa abordagem, somada ao nosso foco em inovação e entrega de valor, resultou na conquista de grandes contas, como Braskem, Kabum, ESPM, Anbima, Coca-Cola Femsa, Decolar/Despegar e Corinthians, fortalecendo ainda mais nosso portfólio.

O impacto dessa estratégia foi evidente em nossos resultados: triplicamos o tamanho da empresa em termos de receita, ampliamos nossa equipe para mais de 30 profissionais talentosos e consolidamos a Charisma como uma empresa preparada para liderar o mercado de narrativas e inteligência estratégica.

### Rumo a 2025: Consolidar e Escalar

Com um 2024 de conquistas, nossos objetivos para 2025 estão ainda mais alinhados com a visão de futuro do grupo. Pretendemos:

- **Consolidar o mercado de Narrativas e BlaaS**, fortalecendo nosso posicionamento como líderes nesse segmento.
- **Desenvolver novas linhas de receita baseadas em produtos de escala**, explorando soluções que combinem tecnologia e estratégia para oferecer valor a um número crescente de clientes.

Estamos confiantes de que o crescimento da Charisma reflete não apenas a força de nosso time, mas também a relevância de nossa proposta de valor em um mercado que demanda cada vez mais inteligência, agilidade e resultados mensuráveis. Seguimos comprometidos com nossa missão de transformar dados e narrativas em impacto real para nossos clientes e parceiros.





# Nexcom presente na Inteligência Artificial

A inteligência artificial (IA) tem revolucionado a forma como nos comunicamos, criando possibilidades para personalizar mensagens, otimizar processos criativos e ampliar a conexão com os públicos. Ferramentas como algoritmos de análise preditiva, sistemas de criação automatizada e assistentes virtuais estão moldando o futuro da comunicação, trazendo eficiência e impacto às estratégias de marcas.

O Grupo Nexcom acompanha estas tendências de perto e as transformam em ferramentas para potencializar os resultados. Por meio da IA, os times podem interpretar grandes volumes de dados para entender comportamentos, antecipar demandas e criar campanhas que realmente se conectam com as pessoas e seus interesses. Além disso, otimizam os fluxos de trabalho, permitindo que as equipes se concentrem no que fazem de melhor: criar histórias poderosas.

Especialista em inteligência artificial e fundador da Dishubtive, Eduardo Salvalaggio atua há mais de 25 anos no desenvolvimento de soluções inovadoras para o mercado digital. Para ele, a IA tem um papel fundamental na forma como marcas se conectam com seu público, e o Nexcom se destaca ao estar na vanguarda dessa transformação.



*Eduardo Salvalaggio, CEO da Dishubtive e Diretor de Tecnologia Criativa na Vitrio/B&Partners*

*“Mais do que uma ferramenta, a inteligência artificial é um parceiro estratégico. Quando aplicada à comunicação, ela nos permite transformar dados em narrativas que ressoam com as pessoas, ampliando o alcance e a relevância das mensagens.”*

Ao lado de especialistas como Eduardo, o Grupo Nexcom reafirma seu compromisso com a inovação e o impacto transformador da tecnologia. A parceria com a Dishubtive fortalece essa jornada, unindo expertise e visão estratégica para explorar todo o potencial da IA na comunicação. Seguindo na construção do futuro do setor, o Nexcom conecta inteligência e criatividade em cada passo dessa transformação.



**SER GREAT  
PLACE TO  
WORK**

*é uma constante*

**NO NEXCOM**

# Gestão de pessoas: um pilar estratégico para o sucesso

Em 2024, a área de Gestão de Pessoas do Grupo Nexcom reforçou sua posição como protagonista na construção de uma cultura organizacional inspiradora, inclusiva e orientada ao bem-estar e desenvolvimento de seus colaboradores. Sob a liderança da Diretora de RH, Olívia de Sá, e da head, Milena Baltazar, o compromisso **é criar experiências excepcionais para as pessoas que fazem parte da empresa.**

O Grupo Nexcom já foi certificado pelo **Great Place to Work (GPTW)** por duas vezes, enquanto este ano a FR alcançou este marco pela primeira vez. Segundo Milena Baltazar, a certificação simboliza mais do que uma conquista. “É uma confirmação de que estamos no caminho certo para construir um ambiente de trabalho onde as pessoas se sintam valorizadas, inspiradas e conectadas com nossos objetivos, e, acima de tudo, um convite para que a gente siga evoluindo juntos.”

Além de iniciativas tradicionais, o Grupo Nexcom avançou em projetos que fortalecem a inclusão e oferecem oportunidades reais de crescimento para os profissionais. Também houve um esforço contínuo para promover a colaboração e o engajamento entre as equipes, valorizando as conexões humanas como alicerce para a inovação.

Com foco no desenvolvimento, diversidade e colaboração, a gestão de pessoas no Grupo Nexcom impulsiona conexões que promovem inovação, crescimento sustentável e impacto positivo na organização e na sociedade.



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

**“O selo reflete a nossa dedicação ao bem-estar dos colaboradores e ao fortalecimento de uma cultura organizacional positiva e colaborativa.”**

**ESTRATÉGIA**  
*e relacionamento*  
**NO DNA DO**  
**NEXCOM**

# Por dentro do Pós-Venda, com a Olívia

No Grupo Nexcom, o Pós-Venda e o Planejamento Estratégico são como os ingredientes e o passo a passo de uma receita bem-sucedida. O Pós-Venda, comandado pela Olívia de Sá, oferece o tempero que reforça as relações com os clientes, enquanto o Planejamento Estratégico atua como o guia que garante que cada ação esteja alinhada aos objetivos.

Essa combinação harmoniosa garante entregas consistentes e impactantes, unindo inovação, cuidado e estratégia. Saiba mais sobre como essas áreas impulsionam o Nexcom na entrevista a seguir.

## 1 - Olívia, como o setor de Pós-Venda contribui para o sucesso do Grupo Nexcom?

R: O Pós-Venda é essencial para a construção de relações duradouras com os clientes e para garantir a excelência em todas as etapas da nossa entrega. Trabalhamos para alinhar as expectativas dos clientes, adaptando nossos processos de forma estratégica e ágil. É um setor que vai além do suporte; ele é fundamental para fortalecer a confiança e gerar resultados consistentes.

Também colabora muito na resposta rápida em casos de crise. Tentamos adotar a metodologia das startups, o *fail fast, learn faster*, logo, se errarmos, que seja de forma rápida e que nosso ajuste seja mais veloz ainda. Sempre tiramos lições das falhas.

## 2 - Quais ferramentas ou práticas foram implementadas em 2024 para melhorar o desempenho da área?

R: Um dos nossos maiores avanços foi a aplicação semestral da pesquisa NPS (Net Promoter Score). Isso nos deu uma visão mais clara e constante sobre a satisfação dos clientes, além de nos permitir agir rapidamente diante de feedbacks. A pesquisa não só ajuda a identificar pontos de melhoria, mas também garante que nossas entregas estejam sempre alinhadas às expectativas do mercado.



Olívia de Sá é Diretora de RH e Pós-venda. Crédito: Sofia Colucci

**“Nosso objetivo é não apenas atender às necessidades dos clientes, mas antecipá-las e superá-las.”**

## 3 - Como o setor mantém o equilíbrio entre tecnologia e humanização no atendimento?

R: A tecnologia é indispensável para garantir eficiência e agilidade, mas a essência do nosso trabalho é o contato humanizado. Nossos clientes sabem que, mesmo com automação e ferramentas avançadas, têm um time dedicado a ouvi-los e compreendê-los. Esse equilíbrio é o que nos diferencia no mercado e reforça a nossa credibilidade. O olho no olho dificilmente será substituído pelas mensagens automáticas e preferimos que seja assim.

## 4 - O que podemos esperar do Pós-Venda em 2025?

R: Para 2025, temos três grandes focos:

1. Revisar a jornada do cliente para torná-la ainda mais simples, fluida e personalizada.
2. Ampliar o uso de ferramentas tecnológicas, integrando mais inteligência preditiva aos nossos processos.
3. Fortalecer a capacitação da equipe, garantindo que o atendimento humanizado continue sendo nosso diferencial, mesmo em um cenário de automação crescente.

## 5 - Qual é a mensagem que você deixaria sobre a importância do Pós-Venda?

R: O Pós-Venda é um motor estratégico dentro do Grupo Nexcom. Nosso trabalho reflete o compromisso de criar experiências positivas, ser ágil na ação e transformar feedbacks em oportunidades de melhoria. Para nós, cada interação é uma chance de fortalecer a relação com o cliente e garantir que nossas entregas sejam sinônimo de excelência. Em 2025, continuaremos evoluindo para estar sempre à frente das expectativas.

# Por dentro do Planejamento Estratégico, com a Rafaela

Se o Pós-Venda é o tempero que dá sabor e consistência às relações com os clientes, o Planejamento Estratégico, liderado pela sócia-diretora Rafaela Barrozo, é a receita completa que orienta cada etapa da jornada. Sob sua liderança, a área transforma ideias em estratégias criativas, conecta os objetivos das marcas com o público e garante que cada ação seja executada com precisão. É essa combinação de visão estratégica, análise de cenário e criatividade que assegura entregas relevantes, impactantes e alinhadas às necessidades de cada cliente.

## 1 - Qual é o papel do planejamento estratégico na comunicação dos clientes do Grupo Nexcom?

**R:** Nosso trabalho é pegar as ideias e transformá-las em algo que faça sentido para o público e para os objetivos do cliente. A gente conecta o que a marca quer dizer com o que o público precisa ouvir, sempre pensando na melhor forma de fazer isso acontecer. No fim, nosso papel é dar direção e garantir que todo o esforço vá para o lugar certo.

## 2 - Como o planejamento contribui para apoiar os times internos do Grupo?

**R:** O planejamento é aquele colega “pau pra toda obra” (e tem bastante obra por aqui, viu? rs). Nosso papel é conectar as áreas, alinhar as informações e garantir que todo mundo esteja na mesma página. Isso não só facilita o dia a dia, mas também ajuda os outros times a entregarem o melhor, porque eles já sabem o que fazer e por que fazer.

Muitas vezes, os profissionais estão tão concentrados em suas demandas e no atendimento aos clientes que acabam não conseguindo olhar ao redor. É aí que entramos, dando um passo atrás e iluminando o que pode estar passando despercebido.

## 3 - O planejamento é apenas estratégico ou tem um papel criativo também?

**R:** O planejamento também é criativo, com certeza! Não ficamos só nos números e pesquisas;



Rafaela Barrozo é Head de Planejamento Estratégico.  
Crédito: Sofia Colucci

*“O planejamento é como o mapa que ajuda a guiar as ações de comunicação.”*

estamos muito conectados com o time de criação. A integração entre estratégia e criatividade é o que faz tudo funcionar. É nesse bate-bola que surgem ideias incríveis, porque conectamos o que faz sentido estrategicamente com o que encanta e engaja o público.

## 4 - Para qual tipo de problema ou demanda um cliente pode procurar a área de planejamento?

**R:** Se o cliente tem uma dor, um insight ou uma simples sensação de que algo precisa mudar, já é motivo suficiente para nos procurar. A gente pega esses pontos iniciais, transforma em um briefing e, a partir daí, cria um plano para resolver ou aproveitar a oportunidade. Pode ser um problema de posicionamento, de engajamento ou até a vontade de lançar algo novo – nosso trabalho é estruturar tudo e encontrar a melhor solução.

## 5 - Que mensagem você deixaria para os clientes e parceiros do Nexcom sobre a importância do planejamento estratégico?

**R:** O planejamento é onde tudo começa. Ele transforma desafios e ideias em algo claro e direcionado, garantindo que as ações realmente entreguem valor. Para clientes e parceiros, somos aquele braço estratégico que ajuda a construir soluções criativas e relevantes, sempre pensando no impacto final. Se tem algo que você quer resolver ou explorar, estamos aqui para fazer isso virar realidade de um jeito estratégico e inspirador.



# > Cases que marcaram 2024

Cada ano traz novas histórias. Em 2024, o Grupo Nexcom ampliou sua trajetória de impacto com projetos que se destacaram pela inovação e pelos resultados. Com uma abordagem estratégica e personalizada, os profissionais da casa encaram desafios em setores como o financeiro, o turismo e o terceiro setor, reafirmando sua posição como referência em comunicação para marcas que buscam relevância no mercado.

**Confira alguns cases que movimentaram o ano do Grupo Nexcom.**



# Anbima

Em 2024, a cooperação entre a ANBIMA e o time liderado por Ilana Szyller deu um novo impulso ao FInfluence, o estudo que mapeia o ecossistema de influenciadores do mercado financeiro nas redes sociais. O trabalho da agência, iniciado em 2021, se expandiu para incluir a produção de conteúdo voltado aos profissionais do setor, como podcasts, e-books e guias, além da já tradicional divulgação dos relatórios semestrais. A pesquisa acompanha o impacto dos influencers nas plataformas como X, YouTube, Instagram e Facebook, que, até o primeiro semestre do ano, acumulavam mais de 225 milhões de seguidores.

A sétima edição do relatório, produzida pela equipe da Agência Fato Relevante, aprofundou o estudo do comportamento dos influenciadores de finanças nas mídias sociais e trouxe uma abordagem inédita sobre a relação desses profissionais com as bets. A pesquisa, conduzida pela ANBIMA com apoio do instituto IBPAD, resultou em um documento estratégico que analisa as tendências e os temas mais discutidos por estes profissionais no período. Ilana comenta: “O FInfluence se consolidou como uma ferramenta essencial para entender o comportamento digital do mercado financeiro e os padrões que moldam o setor, ajudando a ANBIMA a oferecer insights valiosos para seus associados e para o público em geral”.

Além da produção do relatório, o time também cuidou de toda a comunicação da ANBIMA, incluindo a criação de uma página especial no site da entidade, com conteúdo de fácil consulta e relevante sobre a pesquisa. A divulgação do material gerou ampla repercussão na imprensa, com destaque em veículos como Valor Econômico, Valor Investe, Folha de S.Paulo, InfoMoney e Broadcast. A estratégia de divulgação foi amplificada com o apoio da imprensa e da divulgação digital, assegurando um

alcance significativo e a disseminação do conhecimento para o público-alvo do setor.

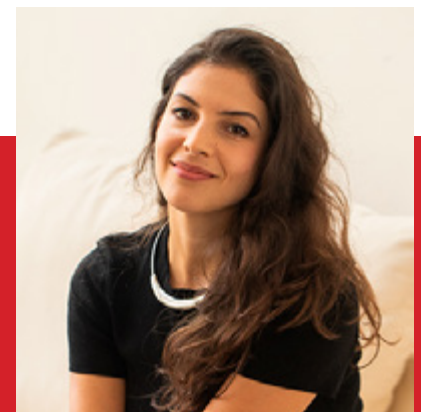
Ilana ressalta que o trabalho em equipe foi fundamental para o sucesso do projeto: “Nosso time é multidisciplinar e híbrido, temos pessoas que atuam tanto em PR quanto no digital. Isso exige que todos estejam dispostos a atuar fora da zona de conforto, mas é justamente essa integração que permite que atendamos a ANBIMA de forma completa e eficiente”.

Os resultados refletem a adaptação da ANBIMA ao novo cenário do mercado financeiro e a capacidade da equipe de Ilana de integrar diferentes áreas de conhecimento, garantindo que a entidade continue sendo uma referência na promoção do conhecimento e da educação financeira no Brasil.



**“O FInfluence se consolidou como uma ferramenta essencial para entender o comportamento digital do mercado financeiro.”**

**Ilana Szyller,**  
Sócia-diretora, especialista em  
Mercado Financeiro e Negócios  
Crédito: Sofia Colucci



# Decolar

Em 2024, o trabalho da FR para a Decolar foi marcado por uma recente inovação da empresa líder em tecnologia de viagens na América Latina. SOFIA, a primeira assistente virtual de viagens com Inteligência Artificial Generativa, chegou para acompanhar os viajantes desde o momento em começam a sonhar em embarcar em uma nova experiência, passando pelo planejamento e coordenação da viagem, até sua volta.

A estratégia da agência para divulgar esse avanço tecnológico começou com a entrevista do chefe de Tecnologia do Grupo Decolar, Gonzalo Estebarena, ao portal InfoMoney. Ao longo do ano, SOFIA foi destaque em entrevistas dos principais executivos da empresa, ao lado da expansão da abertura de lojas com a marca Decolar em shoppings na Grande São Paulo e Campinas (SP), Rio, Belo Horizonte, Salvador e Recife. E, no final de 2024, a divulgação do acordo de fusão assinado pela holding da Decolar para ser adquirida pela Prosus, empresa global de tecnologia que tem investimentos em mais de 100 empresas em todo o mundo.

Outro objetivo foi superar os ótimos resultados de 2023 em termos de exposição do cliente na mídia, meta batida antes do final do ano. Foram mais de 6 mil publicações, um crescimento de mais de 20% em relação ao ano anterior.

A expertise da agência no setor tem sido crucial para superar desafios, como a crise trazida pela pandemia, e posicionar a Decolar como empresa inovadora. O Núcleo de Viagens e Turismo da FR é liderado pela sócia Vanessa Silva, com 15 anos de experiência em comunicação estratégica no setor, com a direção do sócio Marcelo Mendonça. O atendimento à Decolar conta com a dedicação exclusiva de Thais Barion. Vanessa também gerencia o atendimento a outro cliente do núcleo, a Assist Card – líder em seguro e assistência de viagem –, que renovou em 2024 seu patrocínio ao Flamengo, estampando a marca na camisa do time de futebol.

O Núcleo ainda desenvolve projetos pontuais para clientes do setor. Em parceria com a agência OneWG, a FR organizou uma press trip à Serra Catarinense, para a abertura da Estação Inverno 2024. A ação reuniu em Santa Catarina alguns dos principais jornalistas de turismo do país. A ampla repercussão deu mais visibilidade ao Estado como um importante destino de inverno.



Entrevista de Gonzalo Estebarena, chefe de Tecnologia do Grupo Decolar, ao portal InfoMoney



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



Alexandre Camargo, diretor-geral da Assist Card no Brasil, em matéria da IstoÉ Dinheiro sobre a renovação do patrocínio ao Flamengo



**Vanessa Silva**, Sócia da FR, Head do Núcleo de Viagens e Turismo. Crédito: Sofia Colucci



**Marcelo Mendonça**, Sócio da FR, especialista em Gestão de Crises, Litigation PR, Viagens e Turismo e Setor Aéreo. Crédito: Sofia Colucci

# Grupo Nexcom e o compromisso com transformações sociais

Ao longo de 2024, o Grupo Nexcom atuou em diversas iniciativas de impacto social, comprometendo-se com causas que visam transformar vidas e promover a inclusão. O apoio a projetos voltados para a educação, saúde e reabilitação tem sido uma prioridade, com o objetivo de gerar resultados significativos e duradouros para as comunidades atendidas. Essas ações refletem o compromisso contínuo do grupo com a melhoria das condições de vida e o fortalecimento da cidadania, criando oportunidades para aqueles que mais necessitam.



# Instituto Mais Identidade

A Fato Relevante, sob a liderança da sócia-diretora Angelita Gonçalves, assumiu o desafio de aumentar a visibilidade do Instituto Mais Identidade, organização dedicada à reabilitação bucomaxilofacial de pacientes com deformidades causadas por câncer, traumas ou doenças congênitas. Com o uso de tecnologia, como impressoras 3D, a instituição transforma a vida destas pessoas, devolvendo-lhes não só a aparência, mas também a identidade e dignidade, essenciais para sua reintegração social.

A consultoria da Fato Relevante foi desenhada para ampliar o *awareness* sobre o Instituto, posicionando-o como um centro de referência e fortalecendo sua reputação pública. “Divulgar o trabalho do Instituto Mais Identidade vai além da responsabilidade profissional. É um ato de amor e empatia”, diz Angelita, que menciona o estigma que essas pessoas enfrentam. “Nosso papel é mostrar que a reabilitação facial não é apenas uma questão estética. Ela devolve sonhos, reconstrói histórias e dá a essas vidas uma nova chance de florescer. Queremos mobilizar pessoas e inspirar apoio a uma iniciativa que restaura vidas e resgata a dignidade.”

O trabalho trouxe resultados expressivos, garantindo ao Instituto destaque em veículos de grande alcance, como a **Record TV**, **O Estado de S. Paulo**, **Marie Claire** e **UOL**. Estas conquistas reforçam a missão do projeto e ajuda na atração de novos apoiadores. “Cada espaço na mídia amplia o conhecimento sobre as transformações que a instituição proporciona”, afirma Angelita.

Com o aumento da exposição, o Instituto Mais Identidade também busca reduzir a lista de espera de quem aguarda pelo tratamento. A parceria com a Fato Relevante reforça esse compromisso e vem consolidando a posição da organização como um agente transformador na sociedade, ao recuperar não só a parte estética, mas também a autoestima de centenas de pessoas em todo o Brasil.



Reportagem especial no Estadão sobre o trabalho do Instituto

**Cada conquista na mídia amplia o conhecimento sobre as transformações que a instituição proporciona.**



Angelita Gonçalves, Sócia-diretora, especialista em Saúde e Indústria Farmacêutica. Crédito: Sofia Colucci



# Instituto Sementes



*O Instituto Sementes transforma vidas, combatendo a injustiça social com educação, saúde e cultura para crianças e adolescentes. Créditos: divulgação*

O Instituto Sementes é uma organização sem fins lucrativos dedicada a transformar vidas por meio de educação, saúde e iniciativas culturais. Sob a coordenação de Vanessa Souza, voluntária do projeto e consultora de gestão e finanças do Grupo Nexcom, a organização tem desempenhado um papel essencial no combate à injustiça social e à vulnerabilidade, especialmente entre crianças e adolescentes.

Desde sua fundação, o Instituto Sementes tem expandido suas atividades, como demonstra o crescimento no atendimento a jovens em situação de vulnerabilidade. Iniciado com um grupo pequeno de 15 crianças, hoje o projeto beneficia mais de 65 pessoas em espaços como o Clube Nacional, onde são oferecidas aulas de reforço escolar, práticas de esportes e programas de artesanato.

Essas atividades são possíveis graças à parceria com o Grupo Nexcom, que, há dois anos, contribui mensalmente para financiar professores e outras ações educacionais. “Quando conseguimos o apoio do Nexcom, nossa capacidade de impactar as vidas dessas crianças aumentou significativamente. A educação se tornou ainda mais acessível para elas”, afirma Vanessa

Além do impacto educacional, o Instituto organiza eventos especiais, como festas de fim de ano, que oferecem momentos de alegria e esperança para as crianças e suas famílias. Já as celebrações contam com a contribuição de diversas empresas, incluindo o Grupo Nexcom, reafirmando o compromisso com um futuro mais digno e promissor para a comunidade atendida.



***A educação é a essência do nosso trabalho. Esse trabalho é fundamental para construir um futuro mais justo e cheio de oportunidades.***



**Vanessa Souza**, Consultora de Gestão e finanças do Grupo Nexcom. Crédito: Sofia Colucci



**FAÇA PARTE  
DESSA HISTÓRIA:**

**Café ou call? Você escolhe!**

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

 @nexcomgrupo

**Relatório Anual 2024  
Grupo Nexcom**

**Coordenação**  
Grupo Nexcom

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

**Projeto Gráfico e Diagramação**  
Rebeca Campagnoli  
Camilla Martimbianco