



Relatório Anual 2003



Rio de Janeiro
R. Visconde de Pirajá, 547
Conj. 312 - Ipanema
CEP 22415-900
Tel. (21) 2512.9920
Fax (21) 2512.8684



São Paulo
R. Pedroso Alvarenga, 900
Conj. 41/42 - Itaim Bibi
CEP 04531-003
Tel. (11) 3061.9596
Fax (11) 3086.0211



Brasília
SHS Quadra 6 - Bloco E - cj. A
Ed. Business Center Park - s/ 712 a 714
CEP 70322-915
Tel. (61) 323.1072
Fax (61) 323.2404

www.fsb.com.br

2003 Um ano de muito trabalho e realizações



Perspectivas para 2004

Em 2003, a FSB superou amplamente as metas fixadas no final de 2002. A proposta era investir no fortalecimento da equipe, no desenvolvimento de novos produtos e no crescimento e expansão das operações em São Paulo e Brasília.

O êxito foi imenso.

Para 2004, os objetivos permanecem ambiciosos.

As prioridades são estreitar ainda mais o relacionamento com os clientes, desenvolver novas expertises e tecnologias e firmar presença no mercado internacional. E é claro contar com equipe cada vez mais qualificada e apta a prestar os melhores serviços de comunicação para os clientes.

Como se disse, 2003 foi ano de muito trabalho e de muitas realizações.

Muito mais está por vir em 2004.



Perspectives for 2004

In 2003 FSB widely exceeded the goals set in the end of 2002. The proposal was to invest in the strengthening of the team, in the development of new products and in the growth and expansion of operations in São Paulo and Brasília.

This was a huge success.

Our goals remain ambitious for 2004.

Our priorities are to power up our clients' relations, develop new competences and technologies and solidify our presence in the international market. And continue to count on an increasingly qualified team always ready to provide the best communication services to our clients.

Again, 2003 was a year of a lot of hard work but great achievements.

A lot more is yet to come in 2004.

Trabalho reconhecido

O ano de 2003 foi marcado pela conquista do Prêmio Aberje Rio de Janeiro, mais expressiva

premição na área de comunicação corporativa do País.

O trabalho, reconhecido pela Aberje como o melhor do ano, foi o de divulgação da associação da SulAmérica Seguros com o ING Group, um dos maiores conglomerados financeiros do mundo.



Recognized Work

2003 was marked by the conquest of the Rio de Janeiro Aberje Award, the most expressive award in the corporate communication area in the Country.

The work recognized by Aberje as the Best of the Year was the publicizing of the association of SulAmérica Seguros with the ING Group, one of the largest financial conglomerates in the world.

A FSB cresceu 39% em 2003. Do ponto de vista econômico-financeiro, o crescimento se deveu ao aumento da base de clientes e ao desenvolvimento bem-sucedido de novos produtos e expertises. Do ponto de vista estratégico, ele se deveu ao aprimoramento do nível de excelência da equipe. A produtividade foi elevada, o que permitiu ampliar a qualidade e a oferta dos serviços.

O destaque em 2003 ficou por conta da expansão das operações em mercados competitivos como Brasília e São Paulo.

O desenvolvimento de produtos mais sofisticados estreitou ainda mais o relacionamento com os clientes. A FSB aprimorou as áreas de design, eventos, planejamento e media training, e passou a oferecer soluções ainda mais completas e integradas em comunicação.

As conquistas de 2003 foram resultado do investimento dos últimos anos em contratação de profissionais experientes e capacitados nas diversas disciplinas relacionadas ao universo da comunicação.

O ano foi de muito trabalho e de muitas realizações - em quantidade e qualidade. Muito mais está por vir em 2004.

Francisco Soares Brandão

2003 · Hard Work and Great Achievements

In 2003 FSB grew 39%. From the economic-financial viewpoint its growth was caused by an increase of the client base and the highly successful development of new products and competences. From the strategic viewpoint its growth was the result of the optimization of the team's excellence level. The high productivity enabled the expansion of the quality and the number of services offered.

The highlight in 2003 was the increase of operations in competitive markets like Brasilia and São Paulo.

The development of more sophisticated products strengthened the relationship with our clients. FSB enhanced the areas of design, events, planning and media training, and started offering more complete and integrated solutions in communication.

The 2003 conquests resulted from the recent years' investments in hiring experienced and qualified professionals in the different disciplines related to the communication universe.

The year meant hard work but great achievements both in quantity and quality.

A lot more is yet to come in 2004.

Francisco Soares Brandão

Equipe: Inovar sempre

Uma das características da FSB é de fato o investimento permanente em gente. Desde sua fundação, em 1982, a empresa empenha-se em recrutar profissionais com formação diferenciada. O objetivo é contar com equipe capaz de oferecer as melhores soluções e atender às necessidades dos clientes no desenvolvimento de negócios e conquista de mercados.

Além de jornalistas e profissionais de relações públicas, a empresa conta hoje com colaboradores de formação multidisciplinar. Há jornalistas, sociólogos, economistas, advogados, historiadores e até especialistas em informática, todos voltados para as melhores práticas de gestão da comunicação.

Em 2003, a FSB manteve a política de investir em profissionais de alto nível no Rio, em São Paulo e em Brasília. A performance dos novos contratados, somada à experiência dos que já se encontravam na empresa, foi determinante para o desenvolvimento de novos produtos e serviços em consultoria política e institucional, design gráfico, *branding*, eventos, Internet, publicações customizadas e planejamento estratégico. A empresa fechou o ano de 2003 com 93 funcionários.

A inovação foi importante em áreas estratégicas. A FSB realizou cerca de 25 encontros de *media training*, que reuniram executivos e figuras de destaque da mídia. Na área política, desenvolveu trabalhos de acompanhamento do Poder Legislativo para diversas empresas e associações, o que incluiu a produção semanal de uma “Carta Política” sobre o cenário da Capital Federal.

Team: Innovate always

One of FSB's characteristics is its ongoing investment in people. Since its foundation in 1982 the company has strived in recruiting professionals of different backgrounds. The purpose is having a team apt to offer the best solutions and meet the clients' needs in the development of businesses and conquest of markets.

Besides journalists and public relations professionals, the company can now count on versatile employees with multi-faceted backgrounds. There are journalists, sociologists, economists, lawyers, historians and even Information Technology specialists all of them geared up towards the best practices of communication management.

In 2003 FSB kept its policy of investing in high-level professionals in Rio, São Paulo and Brasília. The newcomers' performance, added to the staff's experience was determinant for the development of new products and services in political and institutional consulting, graphic design, branding, events, Internet, customized publications and strategic planning. The company closed the year with 93 employees.

Strategic areas went through important innovations. FSB promoted 25 media training that gathered executives and media personalities. In the political area the company developed follow-up works of the Legislative Branch for several companies and associations, which included the weekly production of a "Political Newsletter" on the scenario of the Federal Capital.

A FSB mantém, desde sua fundação, a tradição de apoiar projetos sociais.

No ano de 2003, o trabalho se concentrou no apoio a entidades e projetos como Pastoral do Menor da Arquidiocese do Rio de Janeiro, Ajuda Brasil e Fome Zero, principal ação social do Governo Federal.

O Fome Zero reuniu FSB, Inpress e Máquina da Notícia na prestação de serviços gratuitos de divulgação e assessoria de imprensa.

Para a FSB, é motivo especial de orgulho colaborar com o Governo na missão nobre de combate à fome.

Os funcionários da FSB também se organizaram para colaborar mensalmente com a ONG Criança Renascer, no Rio de Janeiro. A colaboração se materializa com a doação de vales-refeição para compra de biscoitos produzidos por uma cooperativa de mulheres de Magé, distribuídos para menores atendidos no Hospital da Lagoa.

Em São Paulo, a agência oferece suporte de divulgação pró-bono para o Instituto Gaia, responsável por mais de uma dezena de projetos sociais e ambientais.

Social Responsibility

Since its foundation, FSB has upheld the tradition of supporting social projects. In 2003, the work concentrated in the support to entities and projects like Pastoral do Menor of the Rio de Janeiro Archdiocese, Ajuda Brasil and Fome Zero, the Federal Government's main social action.

Fome Zero congregated FSB, Inpress and Máquina da Notícia in the provision of free publicizing services and press advisory. FSB is especially proud to collaborate with the Government in its noble mission to fight hunger in the country.

FSB's employees also contribute to monthly with the NGO Criança Renascer in Rio de Janeiro. Their collaboration appears through the donation of meal-vouchers for the purchase of cookies produced by a women's cooperative in Magé and distributed to children at Lagoa Hospital.

In São Paulo the agency offers pro-bono publicizing support to Instituto Gaia, responsible for more than a dozen social and environmental projects.

Responsabilidade Social



Consolidação de Brasília

No ano passado, quando completava 5 anos em Brasília, a FSB consolidou suas operações naquele mercado. Vencer em Brasília foi sempre um desafio para agências de outros estados, tradicionalmente acostumadas à iniciativa privada. Finalmente, em 2003, o êxito de Rio e São Paulo começou a se tornar realidade para a FSB também naquele importante mercado.

A expansão levou a empresa a transferir suas atividades para o Business Center Park. Trata-se de complexo de escritórios situado no Setor Hoteleiro Sul, dotado de todos os recursos dos chamados "edifícios inteligentes". A mudança tem permitido integração total e inédita (dados, voz e vídeo conferência) do escritório com as operações de Rio e São Paulo.

Como resultado, a FSB é hoje uma das principais agências de comunicação da Capital Federal. Está capacitada a prestar serviços de comunicação para órgãos públicos e para políticos, além de oferecer consultoria a clientes com sedes em outros estados e demandas específicas em Brasília.

Brasília Consolidation

Last year, when FSB celebrated its 5th anniversary in Brasília, it consolidated its operations in that market. To win in Brasília has always been a great challenge to other states' agencies traditionally accustomed to the private sector. Finally, in 2003, FSB's success in Rio and São Paulo also came true in that important market.

The expansion caused the company to transfer its activities to the Business Center Park, an office complex located in the South Hotel Sector, equipped with all features of the so-called "smart buildings". The move has enabled a full and innovative integration (data, voice and video-conference) of the office with Rio and São Paulo operations.

Thus, FSB is now one of the major communication agencies of the Federal Capital. It is competent and qualified to provide communication services to public entities and politicians, besides offering consulting services to clients headquartered in other states with specific demands in Brasília.

Capacitação global

A capacidade de oferecer cobertura internacional para os clientes é prioridade para a FSB.

Em 2003, desenvolveu-se trabalho de fortalecimento de uma rede de alianças nos principais mercados mundiais, especialmente América Latina, Europa e Estados Unidos.

A empresa conta hoje com os melhores parceiros em mercados-chave, o que permite oferecer soluções de comunicação adotadas com sucesso em outros países.

A capacitação global tem servido de base para a expansão internacional. Também habilita a FSB a apoiar grupos internacionais em seu desembarque no mercado brasileiro, num trabalho integrado às estruturas de comunicação de suas matrizes.

A agência continuará a investir no processo de internacionalização nos próximos anos.



Jose Roberto Aguiar



Global Competence

The capacity to offer international coverage to clients is one FSB's top priorities. In 2003, an alliance network was strengthened in major world markets especially Latin America, Europe and United States.

The company has now the best partners in key markets, which enables us to offer communication solutions successfully adopted in other countries.

The global competence has acted as groundwork for the international expansion. It also qualifies FSB to support international groups in their launching in the Brazilian market, in a work integrated to their headquarters' communication structures.

The agency will continue investing in the internationalization process in the next years.

Estreitar relacionamentos

A FSB realizou alguns eventos especiais para seus clientes em 2003.

A série de encontros denominada "FSB em Off" reuniu centenas de participantes no Rio e em São Paulo. Foram convidados palestrantes como o coordenador de mobilização social do governo Lula, Frei Betto, o vice-presidente de investimentos do Grupo SulAmérica, Walter Mundell, e o vice-presidente mundial de soluções do portal Yahoo!, Tim Sanders.

Também foram organizados almoços e jantares, assim como muitos encontros com foco em relações públicas. Privilegiou-se a produção de eventos, seminários, *workshops*, feiras e congressos.

A idéia é continuar a aprimorar este tipo de iniciativa em 2004.

Closer Relationships

In 2003, FSB held special events for its clients. A series of meetings called "FSB em Off" gathered hundreds of participants in Rio and São Paulo and invited speakers such as the coordinator of social mobilization of the Lula government, Frei Betto, the Vice-President of Investments of the SulAmérica Group, Walter Mundell, and the World Vice-President of Solutions of Yahoo!, Tim Sanders.

Luncheons and dinners were also organized, as well as meetings focusing public relations and favoring the production of events, seminars, workshops, fairs and congresses.

The idea is to continue optimizing this type of initiative in 2004.