

2007

RELATÓRIO ANUAL
ANNUAL REVIEW



SUCESSO PLANEJADO EM COMUNICAÇÃO
PLANNED SUCCESS IN COMMUNICATIONS





O ANO DE 2007

O ano de 2007 foi marcado por um grande avanço para a FSB Comunicações. Estimulada pelo bom desempenho da economia do País, a empresa cresceu, conquistou novos clientes, reforçou sua equipe e ampliou sua estrutura física, tendo se posicionado para enfrentar os desafios do futuro e consolidar sua liderança em alguns dos principais mercados brasileiros.

Esse crescimento é consequência direta da parceria que firmamos com nossos clientes, com os quais sempre queremos estabelecer relacionamentos de longo prazo. Para isso, temos foco – quase uma obsessão, diria – na obtenção de resultados concretos para o cliente. Nossa satisfação está na superação de metas e na oferta de serviços estratégicos para quem nos contrata.

O resultado são parcerias de longo prazo com nossos clientes e uma carteira em permanente crescimento. Temos muito orgulho das novas marcas que se incorporaram à empresa em 2007, grupo que inclui algumas das principais empresas nacionais e multinacionais que operam no País, além de governos e órgãos públicos.

Para fazer frente ao crescimento do número de clientes, a FSB reforçou sua equipe e contratou profissionais com grande experiência em jornalismo, assessoria de imprensa, relações públicas e marketing. Somente em 2007 foram 54 contratações em nossos quatro escritórios. Este é um número do qual nos orgulhamos muito, afinal gente é o principal diferencial que a FSB pode oferecer a seus clientes.

Outro destaque foi o investimento que a empresa fez para ampliar suas instalações no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Durante o ano, a FSB aumentou a metragem de suas instalações em 81% e se estruturou para poder manter seu ritmo de crescimento nos próximos anos.

Foi, portanto, um ano importante para a FSB, pautado pelo crescimento e pela pavimentação de nosso caminho para um futuro cada vez mais bem-sucedido.

Francisco Soares Brandão
SÓCIO-DIRETOR E FUNDADOR

THE YEAR OF 2007

The year of 2007 was marked by a huge breakthrough for FSB Comunicações. Boosted by the Country's economy good performance, the Company grew, conquered new clients, reinforced its team and expanded its physical structure in a position ready to face the future challenges and consolidate its leadership in some of the major Brazilian markets.

Such growth is a direct consequence of the partnership we entered with our clients with whom we always wish to build long-term relationships. For that, we have focused – which is almost an obsession, I'd say – in obtaining solid results for our clients. Our satisfaction lies in excelling our goals and in offering strategic services to those retaining us.

Its effects are long-term partnerships with our clients and a constantly growing portfolio. We are extremely proud of the new brands incorporated to the Company in 2007, a group which includes some of the major national and multinational corporations operating in the Country in addition to governments and public entities.

To face the increase in the number of its clients, FSB has reinforced its team and hired widely experience professionals in journalism, press advisory, public relations and marketing. In 2007 alone our four offices had 54 new hires. This is a number which makes us very proud for, after all, people is the main differential offered by FSB to its clients.

Another highlight was the investment made by the Company to expand its premises in Rio de Janeiro, São Paulo and Brasília. During the year, FSB increased the area of its facilities by 81% and structured itself to keep up with its growing pace in the next few years.

This was therefore an important year for FSB dominated by its growth and the paving of our road towards an increasingly successful future.

Francisco Soares Brandão
MANAGING DIRECTOR AND FOUNDER

RIO DE JANEIRO

Líder do mercado do Rio de Janeiro, a FSB ampliou sua estrutura física em 2007 e hoje ocupa praticamente a totalidade do andar onde está localizada, no bairro de Ipanema. O aumento, que representou a duplicação da metragem ocupada, foi fundamental para permitir o crescimento de áreas importantes para a empresa, como a FSB Design e as áreas de Política e Energia/Petróleo.

Durante o ano, a FSB também consolidou sua estrutura de áreas especializadas, com foco específico em setores econômicos. Desta forma, a empresa fortaleceu equipes com conhecimento mais aprofundado em setores como Indústria, Serviços (incluindo Serviços Financeiros), Turismo, Energia, Petróleo, Gás e Biocombustíveis.

Dois destaques importantes para a FSB no Rio de Janeiro foram o prêmio Aberje na categoria 'Comunicação nas Crises Empresariais' para o trabalho realizado para a Ampla, uma das principais distribuidoras de energia do País, e a estratégia desenvolvida para apoiar a campanha da Estátua do Cristo Redentor para se tornar uma das Sete Maravilhas do Mundo Moderno, realizada para o cliente *Rio Convention and Visitors Bureau*.

No *case* da Ampla, o trabalho consistiu no desenvolvimento de estratégia de comunicação para apoiar as ações da empresa contra o furto de energia e obteve importantes resultados de relações públicas e assessoria de imprensa.

Para a campanha do Cristo Redentor, a criatividade da equipe foi fundamental na mobilização da população brasileira para votar. A idéia de envolver os participantes do programa '*Big Brother*' obteve excelente repercussão e foi uma das ações-chave para o sucesso da candidatura.

Os dois *cases* são importantes porque ilustram com perfeição a filosofia de trabalho da FSB de combinar planejamento e criatividade em suas ações para os clientes.



RIO DE JANEIRO

Leader in the Rio de Janeiro market, FSB expanded its physical structure in 2007 and today it virtually occupies the entire floor where it operates in Ipanema. Such increase which doubled its occupancy area was fundamental to enable the growth of important areas for the company such as FSB Design and the areas of Politics and Energy/Petroleum.

During the year, FSB also consolidated its structure of specialized areas with specific focus in economic segments. Thus the company strengthened its teams with a deeper knowledge in such areas as Industry,



Services (including Financial Services), Tourism and Energy, Oil, Gas and Bio-fuels.

Two major highlights for FSB in Rio de Janeiro were the ABERJE award in the 'Communication in Business Crises' category for the work carried out for Ampla, one of the major power distributors in the Country and the strategy developed to support the campaign to make the Statue of Christ the Redeemer one of the Seven Wonders of Modern World, carried out for our client Rio Convention and Visitors Bureau.

In the Ampla case our work comprised the development of

communication strategy to support the company actions against energy theft by obtaining important results of public relations and press advisory.

As to the Christ Statue campaign the staff creativity was fundamental in the mobilization of the Brazilian population to vote. The idea to involve the participants of the Big Brother TV show had an excellent repercussion and was one of the key actions for the success of the campaign.

Both cases are important because they illustrate to perfection the FSB work philosophy to combine planning and creativity in its actions for its clients.



SÃO PAULO

O ano de 2007 foi excepcional para a operação da FSB em São Paulo. No período, a empresa conquistou como clientes alguns dos principais grupos econômicos nacionais e multinacionais do País, ampliando sua carteira e consolidando sua posição no grupo das maiores agências do mercado paulista.

Esses novos clientes escolheram a FSB por sua experiência no desenvolvimento de estratégias de comunicação para grandes operações estruturadas e para gerenciamento de crises. Com isso, a empresa se envolveu, em 2007, em alguns dos principais negócios realizados no País.

Nesses casos, a FSB desenvolveu e implementou planejamentos de comunicação para apoiar a estratégia de negócio de seus clientes em operações de fusões e aquisições, reestruturações societárias e abertura de capital, e no enfrentamento de crises de imagem e reputação, muitas vezes com conotações políticas.

Para isso, a empresa reforçou sua equipe e contratou uma série de novos profissionais com extensa experiência nos mercados de jornalismo, assessoria de imprensa e *design*, incluindo passagens pelos principais veículos de comunicação do País. A FSB ampliou também sua estrutura física na capital paulista, com crescimento de 50% na metragem ocupada em sua sede, localizada no bairro do Itaim Bibi.

Durante o ano, dois membros da equipe de São Paulo participaram de um dos principais eventos mundiais do setor de Relações Públicas/Assessoria de Imprensa, o Congresso da *Public Relations Society of America* (PRSA), realizado em outubro, na Filadélfia, nos Estados Unidos. Durante o evento, os profissionais da FSB participaram de apresentações e debates sobre as mais modernas tendências do mercado em nossa área.

SÃO PAULO

The year of 2007 was outstanding for FSB operations in São Paulo. During the year the Company captured some clients in the major national and multinational economic groups in the Country by expanding its portfolio and consolidating its position in the top group of the major players of São Paulo market.

These new clients elected FSB due to its wide experience in the development of communication strategies for major structure operations and crisis management. Thus in 2007 the Company was engaged in some of the main business deals carried out in the Country.

In these cases, FSB developed and implemented such communication planning to support its clients' business strategy in merger and acquisition operations, corporate restructurings and opening of capital and in facing crisis of image and reputation, many times with political connotation.

For that, the Company reinforced its staff and retained new professionals with wide experience in journalism, press advisory and design, also with some time spent in major communication vehicles in the Country. FSB also expanded its physical structure in the State Capital with an increase of 50% in the area of its headquarters located in the Itaim district.

During the year two members of São Paulo staff participated in one of the major world events in the segment of Public Relations/Press Advisory, the Public Relations Society of America (PRSA) International Conference, held in October in Philadelphia, USA. At the event FSB staff participated in presentations and discussions on the latest market trends in our area.

BRASÍLIA

A FSB se consolidou em 2007 como uma das principais agências do mercado de Brasília. Durante o ano, a empresa manteve a tendência registrada no Rio e em São Paulo e investiu para fortalecer sua equipe e ampliar sua estrutura física.

Um destaque importante foi a chegada do novo diretor da operação de Brasília, Wladimir Gramacho, em substituição a Flávio Ribeiro de Castro, que foi convidado a se tornar sócio da FSB e voltou a ter sua base no Rio de Janeiro. Gramacho é doutor em Ciência Política pela Universidade de Salamanca e tem grande experiência como consultor político e de comunicação, tendo atuado como coordenador-adjunto de imprensa da campanha eleitoral do presidente Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições 2006 e assessor especial de comunicação do Ministério da Previdência Social. Nas redações, foi editor da sucursal da IstoÉ em Brasília e repórter de política e economia da Folha de S.Paulo, Jornal do Brasil, Gazeta Mercantil e Correio Braziliense.

Outro destaque foi o trabalho realizado para a Embratur na promoção do Brasil como destino turístico em alguns dos principais mercados mundiais. As ações, feitas em parceria com a agência Ogilvy PR, obtiveram importantes resultados no sentido de aumentar a presença do País na mídia internacional e nos veículos especializados no mercado de turismo.

O trabalho realizado para a Embratur posiciona a FSB como uma das agências mais qualificadas do mercado para a coordenação de estratégias internacionais de comunicação. A empresa possui hoje uma abrangente rede de parceiros nos maiores mercados mundiais e extensa experiência na realização de ações em países da América Latina, América do Norte, Europa e Ásia.

BRASÍLIA

In 2007, FSB consolidated its position as one of the major agencies in the Brasília market. Throughout the year the Company sustained the trend seen in Rio and São Paulo and invested to strengthen its team and expand its physical structure.

An important highlight was the arrival of the new Brasília Operations Director, Wladimir Gramacho to replace Flávio Ribeiro de Castro who was invited to become partner of FSB and returned to his base in Rio de Janeiro. Gramacho has a Ph.D. in Political Science from Salamanca University and is highly experienced as a political and communication consultant, having acted as assistant press coordinator in the 2006 presidential campaign of President Luiz Inácio Lula da Silva and special communication advisor of the Ministry of Social Security. He was also editor of IstoÉ Magazine in Brasília and politics and economy reporter in Folha de S.Paulo, Jornal do Brasil, Gazeta Mercantil and Correio Braziliense.

Another highlight was the work performed for Embratur in promoting Brazil as a tourist destination in some of the major world markets. The actions carried out jointly with Ogilvy PR secured important results to increase the Country's presence in the international media and in specialized vehicles in the tourism market.

The work carried out for Embratur places FSB as one of the most qualified agencies in the market for the coordination of international communication strategies. Today the Company has a wide partnership network in the largest world markets and extensive experience in actions in countries of Latin America, North America, Europe and Asia.







BELO HORIZONTE

A mais nova operação da FSB – inaugurada em dezembro de 2006 – começou com força e já conquistou uma importante carteira de clientes na capital mineira. O escritório da empresa está situado no bairro da Savassi.

A carteira de clientes inclui empresas das áreas de siderurgia, mineração, publicidade, tecnologia e serviços financeiros, além de associações profissionais e de representação da indústria. A equipe é formada por profissionais com extensa experiência no mercado mineiro, com passagens por alguns dos principais veículos do Estado.

Em 2007, além das atividades cotidianas de assessoria de imprensa, os clientes de Minas Gerais demandaram da empresa serviços estratégicos, incluindo gerenciamento de crises, planejamentos de longo prazo, desenvolvimento de programas de comunicação interna, treinamento de porta-vozes (*media training*) e consultoria para divulgação nacional de projetos locais.

Com isso, a FSB Belo Horizonte se estruturou para atender clientes com necessidades locais e nacionais, contando, quando necessário, com o apoio da estrutura da empresa nas demais capitais. O escritório mineiro coordena também contas baseadas no Espírito Santo, onde mantém estrutura especial de atendimento.

BELO HORIZONTE

FSB most recent operation – opened in December 2006 – started with power and has already captured an important portfolio of clients in the Minas capital. The Company office is located in Savassi district.

Its client portfolio includes companies in the areas of steelworks, mining, publicity, technology and financial services in addition to professional associations and industry representation. Its team includes highly experienced professionals in the Minas market with time spent in some of the major vehicles of the State.

In 2007, in addition to the daily routine activities of press advisory, the Minas Gerais clients required from the Company such strategic services including crisis management, long-term planning, development of internal communication programs, media training and consulting services for national publicizing of local events.

With that in mind, FSB Belo Horizonte structured itself to serve its clients in local and national needs supported, whenever required, by the Company structure in other capitals. The Minas office also coordinates accounts based in Espírito Santo where it maintains a special structure of customer services.

CONHECIMENTO INTERNACIONAL

A FSB investiu em 2007 para fortalecer sua rede de parcerias internacionais e para conhecer as melhores práticas utilizadas por agências dos principais mercados mundiais. Os objetivos foram identificar parceiros com *expertises* importantes e diferenciadas e agregar ao trabalho permanente da empresa novas técnicas e tendências da área de comunicação corporativa.

Para isso, profissionais da FSB viajaram a Nova York, Washington, Filadélfia, Londres, Madri e Buenos Aires, onde definiram parcerias com empresas especializadas em áreas como Comunicação Financeira, Assuntos Públicos, Campanhas Internacionais e Treinamento de Porta-Vozes, entre outras. Os contatos realizados durante as viagens permitiram à FSB fortalecer sua rede de parceiros e contar com as melhores agências do mundo para apoiar as necessidades internacionais de seus clientes.

A absorção de conhecimento também foi uma prioridade para a empresa. Profissionais da FSB tiveram, em 2007, a oportunidade de participar de cursos internacionais e de trazer para o Brasil o que existe de mais avançado em mercados-chave na área de comunicação corporativa.

INTERNATIONAL KNOWLEDGE

In 2007 FSB made investments to strengthen its international partnership network and to absorb the best practices used by agencies in the major world markets. The purposes were to identify partners with important and differentiated expertise and aggregate new techniques and tendencies of the corporate communication area into the Company permanent work.

For that purpose, FSB staff traveled to New York, Washington, Philadelphia, London, Madrid and Buenos Aires where they defined partnerships with specialized companies in such areas as Financial Communication, Public Matters, International Campaigns and Media Training, to name a few. The contacts made during the trips enabled FSB to consolidate its networking and have the best agencies in the world to support its clients' international needs.

The absorption of knowledge was also a priority for the Company. In 2007 FSB staff had the opportunity to attend international courses and bring back to Brazil the latest advancements in key markets in the corporate communication industry.



O MERCADO

O otimismo da FSB Comunicações em relação a 2007, já anunciado em nosso relatório anterior, se traduziu em crescimento de faturamento, do número de funcionários e da carteira de clientes. Mantendo a tradição dos anos anteriores, a empresa registrou um incremento de receitas da ordem de 30% no período, estimulada, em grande parte, pelo aumento do número de clientes atendidos de 111 para cerca de 140. A equipe acompanhou a tendência e passou de 150 para 210 colaboradores em 2007.

Esses números são consequência da profissionalização e do amadurecimento do mercado de comunicação corporativa no Brasil. Muitas empresas estão apenas descobrindo a importância de manter políticas estruturadas de comunicação e investir em estratégias de construção, fortalecimento e proteção de suas marcas e reputações. A tendência de aumento dos orçamentos dedicados à área é clara e repete movimento já registrado em mercados mais desenvolvidos.

O crescimento da FSB deve-se também ao permanente foco da empresa na qualidade dos serviços prestados para seus clientes. Este é um diferencial estratégico da FSB, reconhecido pelo mercado.

MARKET

FSB Comunicações optimism in relation to 2007 already announced in our previous review was translated into an increase in invoicing, number of employees and client portfolio. By upholding the tradition of previous years, the Company recorded an increase in revenues of about 30% in the period largely boosted by the increase in the number of clients served, from 111 to about 140. The house team followed the trend and went from 150 to 210 employees in 2007.

These numbers are consequence of the professionalization and maturity of the corporate communication market in Brazil. Many companies are starting finding out the importance to maintain structured communication policies and invest in strategies of construction, strengthening and protection of their brands and images. The upward tendency of budgets dedicated to the area is clear and echoes a movement already seen in more developed markets.

FSB growth is also due to the Company's permanent focus on the quality of services provided to its clients. This is a FSB major strategic differential fully recognized by the market.

Novos produtos

Estar sempre na vanguarda do mercado é parte fundamental da filosofia de trabalho da FSB. Por isso, a empresa investe permanentemente no desenvolvimento de novos produtos, formatos e estratégias.

Em um ano de crescimento como 2007, essa característica da empresa ganha ainda mais força. No ano passado, a FSB desenvolveu, por exemplo, novos formatos para a publicação de balanços anuais, tornando-os menos pesados e mais eficientes na transmissão das mensagens de interesse dos clientes.

Além disso, desenvolveu planos *'full marketing'* para diversos clientes, nos quais implementou trabalhos integrados, incluindo eventos, campanhas publicitárias, comunicação interna, estratégias de imprensa e produção de materiais de divulgação, entre outros.

Na área de tecnologia, a novidade é o crescimento da FSB Digital, braço da empresa especializado no desenvolvimento de soluções para novas mídias. Um destaque do setor foi capacitação da equipe para criar projetos de Web 2.0 e tecnologias móveis, as mais novas tendências do mercado.

NEW PRODUCTS

Always being in the forefront of the market is an essential part of FSB philosophy of work. Therefore the Company is constantly investing in the development of new products, formats and strategies.

In a year of growth such as 2007 this characteristic is further added of strength. Last year, for instance, FSB developed new formats for the publication of annual balance sheets making them less heavy and more effective in the conveyance of messages in the clients' interest.

Additionally FSB has developed full-marketing plans for several clients where it implemented integrated works including events, advertising campaigns, in-house communication, press strategies and production of publicizing materials, to name a few.

In the technology area the innovation is the growth of FSB Digital a company's arm specialized in developing solutions for new media. One highlight in the industry was the qualification of the team to create Web 2.0 projects and mobile technologies, the newest trends in the market.

GESTÃO DE CRISE

A FSB acumulou, nos últimos anos, importante base de conhecimento para o enfrentamento de crises de imagem e reputação. Seus profissionais, com formação em áreas como jornalismo, direito e ciência política, desenvolveram e implementaram estratégias de crise para clientes de diversas áreas, como bancos, órgãos públicos, indústrias e associações setoriais.

A filosofia da FSB se baseia no desenvolvimento de estratégias customizadas, com foco nas necessidades e características específicas de cada cliente. Para isso, a etapa inicial de diagnóstico e planejamento, feita por meio de uma profunda imersão no cliente, adquire importância fundamental, sendo complementada por uma metódica preocupação com a execução das ações de campo.

Entre essas ações destacam-se programas de treinamento e preparação de porta-vozes, definição de públicos-alvo e de mensagens-chave, criação de materiais e peças informativas, monitoramento de imprensa, e agendamento de contatos com formadores de opinião.

Os profissionais da FSB estão disponíveis 24 horas por dia, sete dias por semana, para atender seus clientes em momentos de crise e ajudá-los a implementar as melhores estratégias de comunicação para cada situação.

CRISIS MANAGEMENT

In the last years FSB has built up an important knowledge base to confront the image and reputation crisis. Its professional staff with formation in journalism, law and political science, developed and implemented crisis strategies for clients of different segments such as banks, public entities, industries and sector associations.

FSB philosophy is based on the development of customized strategies focusing on each client's specific needs and characteristics. With that in mind, the initial stage of diagnosis and planning made through a deep immersion in the client, acquires a fundamental importance, being complemented by a thorough concern with the execution of field actions.

Such actions comprise training media programs, definition of target-publics and key-messages, creation of informative materials and briefs, press monitoring and scheduling of contacts with opinion makers and trend setters.

FSB staff is available 24/7 to attend to its clients in moments of crisis and to assist them to implement the best communication strategies for each situation.



ESCRITÓRIO FSB RIO DE JANEIRO | FSB RIO DE JANEIRO OFFICE

Gente

NOSSE MAIOR INVESTIMENTO

Em 2007, a FSB continuou apostando nas pessoas como o seu principal fator de sucesso nos negócios. A FSB estruturou sua área de Gestão de Pessoas, por meio da seleção de uma empresa de consultoria especializada em desenvolver políticas e programas alinhados às necessidades do negócio.

O principal desafio consiste no desenvolvimento de políticas de gestão de pessoas que permitam à FSB enfrentar, com sucesso, os obstáculos que o mercado

atual impõe. O objetivo principal é levar a equipe de colaboradores a um patamar de desenvolvimento de competências que destaque a empresa das demais concorrentes, gerando maior satisfação para os clientes e reconhecimento pelo mercado.

O processo de desenvolvimento e implantação de novas políticas de gestão de pessoas está acontecendo em etapas, no sentido de fomentar na empresa novas práticas e uma nova cultura. Entre outros projetos,



já foram desenvolvidos o novo plano de cargos e salários, baseado no modelo de gestão por competências; o programa de acompanhamento do desempenho com base em metas claramente definidas e desafiadoras, cujo resultado alimenta o programa de desenvolvimento e recompensas; e o programa de desenvolvimento gerencial, que objetiva proporcionar aos executivos da FSB uma nova visão do gerenciamento de negócios e pessoas.



ESCRITÓRIO FSB SÃO PAULO | FSB SÃO PAULO OFFICE

PEOPLE OUR BIGGEST INVESTMENT

In 2007 FSB continued placing all its chips on people as its main success factor in business. The Company structured its People Management area by the selection of a consulting company specialized in developing policies and programs aligned with the business needs.

The main challenge lies in the development of people management policies to enable FSB successfully face the obstacles imposed by the modern market. Its main purpose is to lead the team of employees to a level of development of competencies providing the Company with an edge and making it standing out among its competitors, generating more satisfaction to its clients and recognition by the market.

The process of development and implementation of new people management policies is happening in stages in order to boost new practices and a new culture in the Company. Several projects have been developed such as the new career plan based on the model of management by competency; the performance follow-up program based on clearly defined and challenging goals which results feed the development and reward program; and the managerial development program aiming to provide FSB executives with a new vision of business and people management.

2008...

As expectativas para 2008 são promissoras. Com a economia brasileira reencontrando o caminho do crescimento e a consolidação do setor de comunicação corporativa no País, a FSB irá seguramente manter seu ritmo de expansão e consolidar sua posição de liderança nos principais mercados nacionais. Para isso, a empresa continuará a investir no desenvolvimento de sua equipe, na ampliação de sua estrutura física e na busca permanente por resultados que excedam a expectativa de seus clientes.

Em relação à equipe, a prioridade será a identificação de profissionais seniores para reforçar seu time nos quatro mercados de atuação. A empresa aposta também nos resultados de seu novo programa de desenvolvimento gerencial, que começará a gerar frutos em 2008.

O ano será marcado também pela continuidade nos investimentos em estrutura física. A ampliação iniciada em 2007 será complementada, com o objetivo de garantir que a FSB tenha sempre o que existe de mais moderno em infra-estrutura e tecnologia.

2008...

The expectations for 2008 are very promising. With the Brazilian economy returning to its path of growth and the consolidation of the corporate communication sector in the Country, FSB will surely uphold its pace of expansion and consolidate its leadership position in the major national markets. With that in mind, the Company will continue investing in the development of its team, the expansion of its physical structure and the ongoing search for results exceeding its clients' expectations.

As to the staff, the priority will be the identification of senior professionals to reinforce its team in the four operating markets. The Company also wages on the results of its new managerial development program which will start bringing forth fruits by 2008.

The year will also be marked by the continuity in the investments in the physical structure. The expansion started in 2007 will be complemented aiming to assure that FSB will always have the most modern and state-of-the-art in infrastructure technology.



ESCRITÓRIO FSB RIO DE JANEIRO | FSB RIO DE JANEIRO OFFICE



ESCRITÓRIO FSB SÃO PAULO | FSB SÃO PAULO OFFICE



ESCRITÓRIO FSB BRASÍLIA | FSB BRASÍLIA OFFICE



ESCRITÓRIO FSB BELO HORIZONTE | FSB BELO HORIZONTE OFFICE



www.fsb.com.br

RIO DE JANEIRO

Rua Visconde de Pirajá, 547
3º andar – Ipanema
CEP 22410-900
tel. 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, conj. A, bloco E, cj. 713
Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel. 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900
4º, 6º, 7º e 11º andares
Itaim Bibi
CEP 04531-003
tel./fax 55 11 3165.9596

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147
conj. 1102/1104 – Savassi
CEP 30112-000
tel. 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001

