



Relatório Anual 2010 | Annual Report 2010

Relações com a Mídia	Media Relations
Gestão Estratégica	Strategic Management
Comunicação de Governo	Government Communications
Comunicação Interna	Internal Communications
Construção de Imagem	Brand Building
Design & Conteúdo	Design & Content



- 
- 03 ▶ **CARTA DO FUNDADOR**
Founder's Letter
 - 04 ▶ **ESCRITÓRIO DO RIO DE JANEIRO**
Rio de Janeiro Office
 - 06 ▶ **NASCE A FSB COMUNICAÇÕES**
Birth of FSB Comunicações
 - 08 ▶ **ESCRITÓRIO DE SÃO PAULO**
São Paulo Office
 - 10 ▶ **A DÉCADA DO CRESCIMENTO**
A decade of growth
 - 12 ▶ **ESCRITÓRIO DE BRASÍLIA**
Brasília Office
 - 14 ▶ **2010**
2010
 - 16 ▶ **ESCRITÓRIO DE BELO HORIZONTE**
Belo Horizonte Office
 - 18 ▶ **QUALIDADE NO TRABALHO
PARA O SETOR PÚBLICO**
Quality in the work for the Public Sector
 - 19 ▶ **INSTITUTO FSB PESQUISA CRESCE
E FORTALECE SUA EQUIPE**
Instituto FSB Pesquisa grows and strengthens its team
 - 20 ▶ **FSB PR DIGITAL INOVA E GANHA MERCADO**
FSB PR Digital innovates and gains market
 - 21 ▶ **FSB DESIGN INTEGRA O MUNDO
ON-LINE AO SEU PORTFÓLIO**
FSB Design integrates the on-line
world to its portfolio
 - 22 ▶ **IMAGEM&MÍDIA: O NOVO NÚCLEO
ESTRATÉGICO DA FSB**
Imagem&Mídia: The new strategic
area of FSB
 - 23 ▶ **NOVOS INVESTIMENTOS E
TRANSFORMAÇÕES MARCARÃO
OS PRÓXIMOS ANOS**
New investments and changes
will define next years

Carta do fundador



Founder's letter

Born of a dream and hard work, FSB Comunicações is celebrating 30 years of history. As the founding partner of the company, I feel very proud of everything we have built until now. However, I am even more enthusiastic about what the future holds.

My pride and my optimism are the result of the certainty that we are on the right way. We have invested all these years to create a company that became a reference in the provision of services for the private and public sectors. Our goal was always to build the best corporate communications agency in Brazil.

We are now harvesting what we sowed. We are proud to have an increasingly strong team, formed by the combination of young talents and highly experienced professionals with recognized competence in the market. The year 2010 was certainly the period in which we invested more in human resources in the history of FSB.

We also developed new businesses such as FSB Design, FSB PR Digital, Instituto FSB Pesquisa, and the areas of Politics and Imagem& Mídia, all of them aimed to anticipate the needs of our clients and the market.

The consequence of all this dedication was closing last year with growth of 45%, a record for us, consolidating a leadership position in the Brazilian market of corporate communications.

Nascida de um sonho e de muito trabalho, a FSB Comunicações está completando 30 anos de história. Como sócio-fundador da empresa, sinto muito orgulho de tudo o que construímos nesse tempo. Mas me entusiasmo ainda mais com o que o futuro nos reserva.

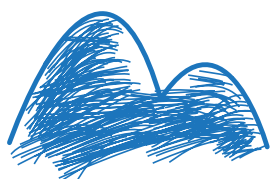
Meu orgulho e meu otimismo são fruto da certeza de que estamos no caminho correto. Investimos todos esses anos para criar uma empresa que se tornasse referência na prestação de serviços tanto no setor privado quanto público. Nossa meta sempre foi a de construir a melhor agência de comunicação corporativa do Brasil.

Estamos colhendo, enfim, o que plantamos. Temos hoje o orgulho de contar com uma equipe cada vez mais forte, formada pela combinação de jovens talentosos com profissionais extremamente experientes e de competência reconhecida pelo mercado. O ano de 2010 foi certamente o período em que mais investimos em recursos humanos na história da FSB.

Desenvolvemos também novos negócios – como a FSB Design, a FSB PR Digital, o Instituto FSB Pesquisa, e as áreas de Política e Imagem&Mídia –, sempre no sentido de antecipar as necessidades de nossos clientes e do mercado.

A consequência de toda essa dedicação foi fechar o ano passado com crescimento de 45%, um recorde em nossa história, e consolidar uma posição de liderança no mercado brasileiro de comunicação corporativa.

Francisco Soares Brandão
Fundador da FSB Comunicações
Founder of FSB Comunicações



Escritório Rio de Janeiro

Rio de Janeiro Office

.Inaugurado em 1980.

.Opened in 1980.



A FSB é líder no Rio e se beneficiou em 2010 do forte movimento de recuperação do estado, alimentado por uma onda de investimentos e pelos grandes eventos esportivos programados para os próximos anos.

FSB is the leader in Rio and benefited in 2010 from the strong recovery trend of the state, fueled by a wave of investments and major sporting events scheduled for the next years.

Nasce a FSB Comunicações

A FSB foi fundada em 1980 por Francisco Soares Brandão e teve seu foco inicial na área de promoções e eventos. Chamada inicialmente Promoshow, a empresa começou com uma permuta com o tradicional hotel Copacabana Palace, acertada com o amigo Luiz Eduardo Guinle: em troca de um escritório no edifício anexo ao prédio principal da Avenida Atlântica, Francisco começou a cuidar da comunicação do hotel.

A partir daí, muitas ideias, muitas ações de sucesso: a primeira queima de fogos do réveillon de Copacabana, em parceria com o empresário Ricardo Amaral, eventos de gamão, bridge e windsurf em Angra dos Reis, shows de música no verão carioca etc.

O passo seguinte deu-se quando Francisco percebeu a importância da relação com a imprensa para seus clientes. Foi nesse momento que a Promoshow transformou-se finalmente em FSB Comunicações.

Desde então, a filosofia de trabalho da FSB é clara: usar estratégias de comunicação – como o trabalho de relacionamento com a imprensa – para ajudar os clientes a atingir seus objetivos de negócio.

Birth of FSB Comunicações

FSB was founded in 1980 by Francisco Soares Brandão and had its initial focus on the area of promotions and events. Called Promoshow initially, the company started with an exchange with the traditional hotel Copacabana Palace, based on an agreement made with Francisco's friend Luiz Eduardo Guinle: in exchange for an office in the Copacabana Palace, he began to be responsible for the communication of the hotel.

Since then, many ideas, many successful operations: the first New Year's fireworks in Copacabana, in partnership with the businessman Ricardo Amaral, events of backgammon, bridge and windsurfing in Angra dos Reis, music concerts in the summer.

► **SOCIEDADE** na Ellis Associados.

Primeiros clientes: Chandon, Chase Manhattan e Gomes de Almeida Fernandes

PARTNERSHIP with Ellis Associates.

First clients: Chandon, Chase Manhattan and Gomes de Almeida Fernandes

► **INÍCIO** da Promoshow no Anexo do Copacabana Palace

PROMOSHOW starts operating in the annex building of the Copacabana Palace

1980

1983



..F.S.B..
COMUNICAÇÕES

1986

► **MUDANÇA** para a marca FSB. BEGINNING of the brand FSB.



As primeiras grandes ações de sucesso foram o projeto de comunicação para o banco americano Chase Manhattan e a promoção do então recém-lançado conceito de edifícios com serviços para a construtora Gomes de Almeida Fernandes, a atual Gafisa. O resultado para a Gafisa foi a venda em tempo recorde de todas as unidades dos primeiros empreendimentos nesse formato.

Com o foco certo, a FSB consolidou-se no setor, mudou para o atual endereço em Ipanema, em 1983, conquistou novos clientes e começou a atrair experientes profissionais para seus quadros. Em 1995, um novo e importante passo: a abertura da FSB em São Paulo, o maior mercado do país.

The next step came when Francisco realized about the importance of press relations for his clients. It was then that Promoshow finally became FSB Comunicações.

Since then, the FSB's work philosophy is clear: to use communications strategies – like press relations activities – to help clients achieve their business goals.

The first major successful activities were the communications project for the U.S. bank Chase Manhattan and the promotion of the newly launched concept of buildings with services for the Gomes de Almeida Fernandes construction company, today called Gafisa. The result for Gafisa was the sale in a record time of all units of the first projects of that type.

With the right focus, FSB consolidated itself in the industry, moved to the current address in Ipanema, in 1983, won new clients and began to attract experienced professionals for its staff. In 1995, an important new step: the opening of its office in São Paulo, the largest market in the country.

► **NOVOS CLIENTES**
Grupo Icatu, Monteiro
Aranha e Texaco

NEW CLIENTS
Grupo Icatu, Monteiro Aranha
e Texaco

► **ENTRADA do**
sócio Marcos
Trindade

NEW PARTNER Marcos
Trindade

1995 ► **INÍCIO das**
operações
em São Paulo

START UP of
operations in São Paulo

► **ENTRADA do sócio**
Moisés Gomes

NEW PARTNER Moisés Gomes



1994 ► **NOVOS CLIENTES**
CSN, Construtora
Andrade Gutierrez,
Universidade Gama
Filho e Xerox

NEW CLIENTS
CSN, Construtora Andrade
Gutierrez, Universidade Gama
Filho and Xerox

1999 ► **ESTRUTURAÇÃO**
Rede Brasileira de
Comunicação
Empresarial

STRUCTURING Brazilian
Network for Business
Communication

► **NOVOS CLIENTES**
Queiroz Galvão
e Telemar

NEW CLIENTS
Queiroz Galvão and Telemar





Escritório São Paulo

São Paulo Office

.Inaugurado em 1995.

.Opened in 1995.



A FSB opera em São Paulo desde 1995, com foco no atendimento a grupos privados nacionais e multinacionais. Em 2010, o escritório conquistou contas em setores como publicidade, finanças e tecnologia.

FSB operates in São Paulo since 1995, focusing on services to national and multinational companies. In 2010, the office won accounts in sectors such as advertising, finance and technology.

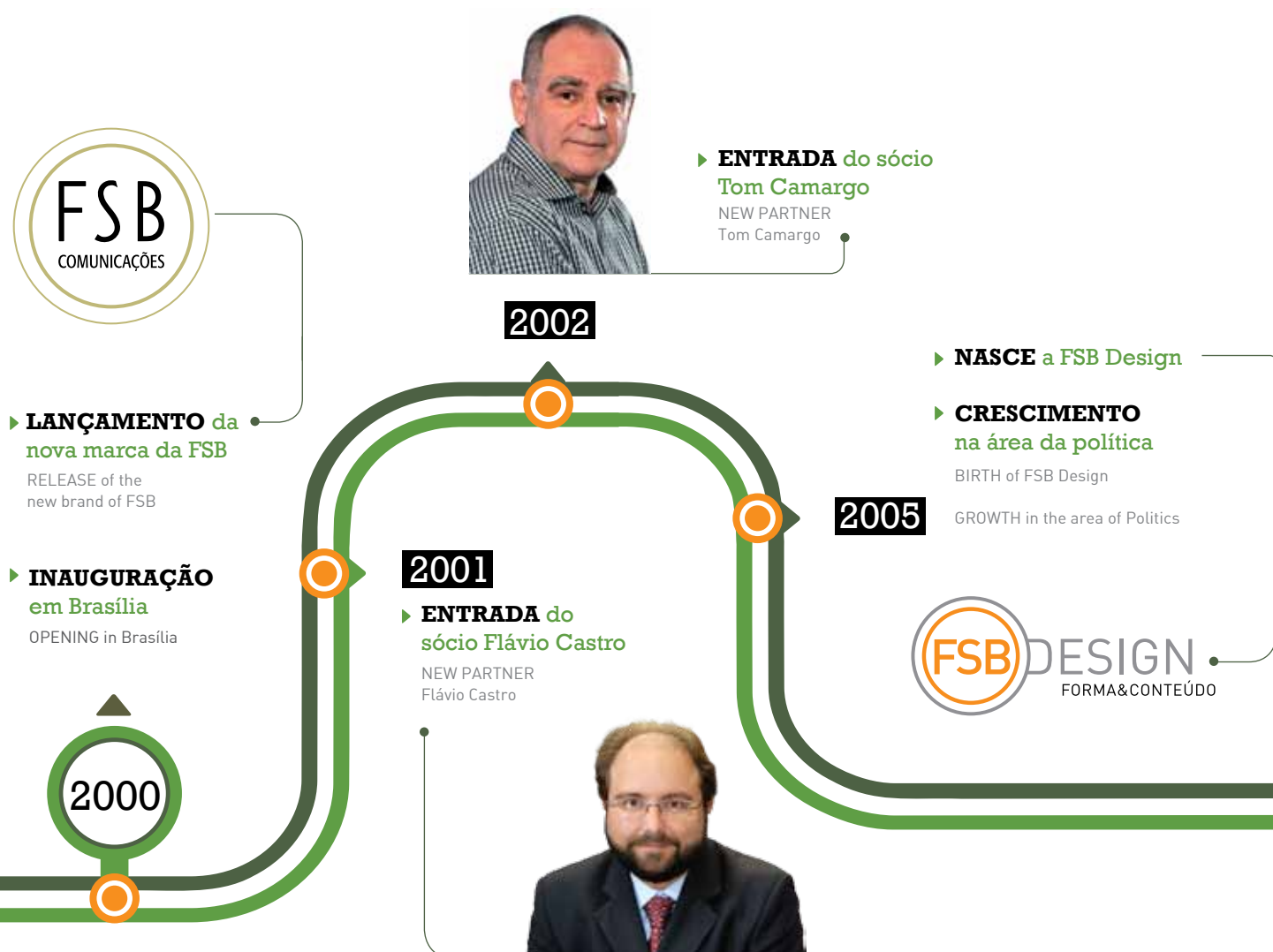
A década do crescimento

O novo século marcou o período do grande salto da FSB. Com taxas médias de crescimento de mais de 20% ao ano, a empresa abriu novas fronteiras e assumiu uma posição de liderança no mercado brasileiro de comunicação corporativa.

Nesse período, vieram os escritórios de Brasília, no ano 2000, e de Belo Horizonte, em

2006. Em 2005, a empresa incorporou uma agência de design e criou a FSB Design, com núcleos em São Paulo e no Rio.

Mais recentemente surgiram novas áreas que agregaram ainda mais serviços ao portfólio da empresa: a FSB PR Digital, o Instituto FSB Pesquisa e as áreas de Política e Imagem&Mídia.



**FSBIMAGEM
& Mídia**

► **INÍCIO** do
Núcleo de
Imagem&Mídia

START UP of
Imagem&Mídia

2010

2009

INSTITUTO
FSB PESQUISA

► **NASCE** o Instituto
FSB Pesquisa

BIRTH of Instituto FSB Pesquisa

2007

► **ENTRADA** no
mundo digital

ENTERING the
digital world

FSB ^{PR} Digital

2006

► **INAUGURAÇÃO**
em Belo Horizonte

OPENING in Belo Horizonte



Tabhata Almeida e
Paulo Camargos, no
escritório de BH
Tabhata Almeida and
Paulo Camargos, in the
Belo Horizonte Office



Gustavo Krieger e Patrícia
Santiago, de Brasília
Gustavo Krieger and Patrícia
Santiago, in the Brasília Office

A decade of growth

The new century marked the period of the great leap of FSB. With average growth rates of over 20% per year, the company opened new frontiers and assumed a leadership position in the Brazilian market for corporate communications.

In that period, offices in Brasília in 2000, and in Belo Horizonte in 2006, were opened. In 2005, the company incorporated a design agency and created FSB Design, with head offices in São Paulo and Rio de Janeiro.

More recently, new areas emerged and added more services to the company's portfolio: FSB PR Digital, the Instituto FSB Pesquisa and the areas of Politics and Imagem&Mídia.



Escritório Brasília

Brasília Office

.Inaugurado em 2000.

.Opened in 2000.



A experiência com o setor público fez com que a FSB registrasse excelente crescimento em Brasília em 2010. Um marco foi a conquista da conta do Ministério dos Esportes.

Thanks to the experience with the public sector, FSB registered excellent growth in Brasília in 2010. A milestone was winning the account of the Ministry of Sports.

2010

In addition to marking the 30th anniversary of FSB, 2010 will be remembered as a year of record growth and strategic investments for the company.

It was the year in which the company invested the most in human resources. Strengthening the team, FSB ended 2010 with a total of 389 professionals in its four offices and teams who are dedicated full time to larger clients.

The result was also above all forecasts: FSB ended the year with revenue growth of around 45%, while maintaining historical levels of efficiency and profitability.

The performance is a direct consequence of the acquisition of large clients from the private sector, the excellent results of the new business areas – especially FSB PR Digital and the Instituto FSB Pesquisa –, as well as the company's investment to grow in the public sector and the work carried out in political campaigns.

For the new business areas, 2010 was a year of consolidation and growth in number of clients. FSB PR Digital benefited from the increasing demand for

Além de marcar o trigésimo aniversário da FSB, 2010 entrará na história como um ano de crescimento recorde e de investimentos estratégicos para a empresa.

Tratou-se do ano em que a empresa mais investiu em recursos humanos. Com o fortalecimento da equipe, a FSB terminou 2010 com um total de 389 profissionais em seus quatro escritórios e nos times que se dedicam full time a clientes de maior porte.

O resultado também ficou acima de todas as projeções: a FSB fechou o ano com crescimento de faturamento na casa dos 45%, mantendo seus níveis históricos de eficiência e rentabilidade.

O desempenho é fruto direto da conquista de clientes de peso do setor privado, da excelente performance das novas áreas de negócio – com destaque para a FSB PR Digital e para o Instituto FSB Pesquisa –, do investimento da empresa para crescer no setor público e do trabalho desenvolvido em campanhas políticas.

Para as novas áreas de negócio, 2010 foi um ano de consolidação e crescimento do número de clientes. A FSB PR Digital beneficiou-se da crescente demanda por estratégias de comunicação que incluam as novas ferramentas digitais e ações de relacionamento nas redes sociais. O Instituto FSB Pesquisa realizou diversos levantamentos, pesquisas e sondagens para apoiar o desenvolvimento de estratégias de comunicação para os clientes, além de entrar no mercado de pesquisas eleitorais.



O resultado da FSB no ano ficou acima de todas as projeções

A área política beneficiou-se do momento eleitoral e coordenou estratégias de comunicação e imprensa para três campanhas vitoriosas de diferentes partidos. Além disso, aprofundou seu trabalho para governos em todos os níveis – federal, estadual e municipal.

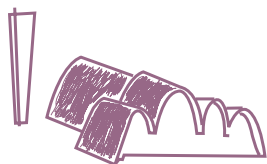
A FSB recebeu em 2010 três prêmios Aberje – pelos trabalhos de gestão de crise para a varejista Casa&Video e desenvolvimento de estratégias de comunicação em redes sociais para o Governo do Estado do Rio de Janeiro – e o Prêmio Nacional de Relações Públicas (POP) para o trabalho de comunicação internacional da Embratur.

communications strategies that include new digital tools and relationship in social networks. The Instituto FSB Pesquisa conducted several studies, researches and surveys to support the development of communications strategies for clients, in addition to getting into the polls market.

FSB's Political area benefited from the election year and coordinated communications and media strategies for three victorious campaigns of different parties. Moreover, it deepened their work for governments at federal, state and municipal levels.

In 2010, FSB received three Aberje awards – thanks to the work in crisis management for the retailer Casa&Video and the development of communications strategies on social networks for the State Government of Rio de Janeiro – and the National Award for Public Relations (POP) for the work in Embratur's international communications.





Escritório Belo Horizonte

Belo Horizonte Office

.Inaugurado em 2006.

.Opened in 2006.



A FSB apostou em Minas Gerais e se consolidou no ano passado como uma das maiores empresas do mercado mineiro, atendendo clientes tanto no setor privado quanto no público.

FSB believed in the potential of Minas Gerais and became one of the largest agencies in that market, serving clients both in the private and the public sectors.



Qualidade no trabalho para o Setor Público

A FSB registrou crescimento expressivo em suas atividades no setor público em 2010. A empresa tem equipes especializadas no atendimento a governos nos quatro escritórios – Brasília, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo.

A FSB possui atualmente clientes no âmbito do Governo Federal e atende também a diversos governos estaduais e municipais, sempre prestando serviços de forma ética, profissional e apartidária.

A filosofia da FSB é oferecer aos clientes de governo a mesma qualidade de serviço que presta à iniciativa privada, combinando a essa característica um profundo conhecimento sobre as especificidades do setor público. Entre os serviços oferecidos destacam-se o desenvolvimento de estratégias de comunicação, relacionamento com a mídia, comunicação interna, ações de prestação de contas e relacionamento nas redes sociais.



Escritórios nos
principais mercados
do país
Offices in the main
markets of the country

Wladimir Gramacho, do
Instituto FSB Pesquisa
Wladimir Gramacho,
Instituto FSB Pesquisa



Quality in the work for the Public Sector

FSB reported significant growth in its activities in the public sector in 2010. The company has specialized teams in assisting governments in its four offices - Brasília, Rio de Janeiro, Belo Horizonte and São Paulo.

FSB has clients within the Federal Government and it is also working with many state and local governments, always providing services in an ethical, professional and nonpartisan way.

FSB's philosophy is to offer government clients the same quality of service as in the private sector, combining that feature with a deep knowledge about the peculiarities of the public sector. Among the services offered, some highlights are the development of communications strategies, media relations, internal communications, accountability operations and relationships in social networks.

Isabela Abdala,
da área de Política
e Governo

Isabela Abdala, area
of Politics and Government



Instituto FSB Pesquisa **cresce e fortalece sua equipe**

O ano de 2010 produziu novas marcas para o Instituto FSB Pesquisa. Foi um ano de expressivo crescimento na carteira de clientes e no número de projetos realizados. Mas foi, especialmente, um ano de fortalecimento da equipe de profissionais do Instituto, cujo foco de atuação têm sido estudos estratégicos sobre comunicação das organizações, comportamento da mídia e processos políticos e eleitorais.

Instituto FSB Pesquisa **grows and strengthens its team**

The year 2010 produced new landmarks for the Instituto FSB Pesquisa. It was a year of significant growth in the clients list and the number of projects undertaken. It was especially a year of strengthening the professional team of the Institute, whose focus of activity has been strategic studies on communication in organizations, behavior of the media and political and electoral processes.



PROJETOS realizados no Brasil, Américas e Europa

PROJECTS undertaken in Brazil, Americas and Europe

PESQUISAS DO INSTITUTO

47 projetos em 2010

27 projetos com jornalistas

JORNALISTAS ENTREVISTADOS

1.468 no Brasil

258 no exterior

Total: 1.726 entrevistados

VEÍCULOS

Total: 931 veículos

INSTITUTE STUDIES AND POLLS

47 projects in 2010

27 projects with journalists

JOURNALISTS INTERVIEWED

1,468 in Brazil

258 abroad

Total: 1,726 interviewees

MEDIA

Total: 931 media outlets

20

Annual Report 2010

2010

Maria Claudia,
da FSB PR Digital
Maria Claudia,
FSB PR Digital



FSB PR Digital inova e ganha mercado

Rizzo Miranda,
da FSB PR Digital
Rizzo Miranda,
FSB PR Digital



A comunicação digital teve um de seus mais instigantes momentos em 2010, e a FSB PR Digital participou ativamente dele: as eleições brasileiras pela primeira vez passaram pelas redes sociais. Com a participação em campanhas e a elaboração de um amplo estudo sobre o comportamento – na web – dos candidatos à Presidência e seus eleitores na reta final, a FSB PR Digital se tornou referência no tema.

Com produtos como Diagnósticos de Imagem e Reputação e Monitoramento e relacionamento nas redes sociais, a empresa ganhou em 2010 o primeiro Prêmio Aberje Nacional criado para Redes Sociais. Foi nesse ambiente que a FSB PR Digital ampliou sua carteira de clientes para segmentos como Energia, Mineração, Serviços e Entretenimento.

FSB PR Digital innovates and gains market

Digital communications had one of its most exciting moments in 2010, and FSB PR Digital actively participated: for the first time, Brazilian elections passed through social networks. With participation in campaigns and the elaboration of a comprehensive study on the behavior – in the web – of the presidential candidates and voters in the final stage of the electoral process, FSB PR Digital became a reference in that matter.

With products such as Evaluation of Image and Reputation and Monitoring and relationships in social networks, the company won in 2010 the first National Aberje Award created for social networks. As a consequence, FSB PR Digital expanded its clients list in segments such as Energy, Mining, Services and Entertainment.

FSB Design integra o mundo on-line a seu portfólio

Entender e organizar a essência da marca de uma empresa ou instituição e adequar a linguagem verbal e visual para uma comunicação clara e objetiva são as especialidades da FSB Design.

Em 2010 – além de desenvolver campanhas de publicidade institucional e ferramentas de comunicação externa, interna e marketing, como jornais, revistas, Relatórios Anuais de Sustentabilidade (GRI) e de Resultado, manuais de crise, manuais de relações com

FSB Design integrates the on-line world to its portfolio

Understanding and organizing the essence of the brand of a company or institution, as well as adjusting verbal and visual language for a clear and objective communication are the specialties of FSB Design.

In 2010, in addition to developing institutional advertising campaigns and tools for internal/external communications such as newspapers, magazines, Annual Reports of Sustainability and Results, crisis manuals, manuals of media relations, brochures and balances; FSB Design integrated all its experience in off-line publications in the creation of campaigns and on-line tools such as websites, blogs, Twitter, Facebook, e-mail marketing campaigns, e-books etc...



Dora Mendonça,
da FSB Design
Dora Mendonça,
FSB Design

a mídia, folhetos e balanços – a FSB Design integrou toda a experiência em publicações off-line na criação de campanhas e ferramentas on-line, como sites, blogs, Twitter, Facebook, e-mail marketing, e-books etc...

Daniele Mazza,
da FSB Design
Daniele Mazza
FSB Design



Ricardo Miranda,
do núcleo
Imagem&Mídia
Ricardo Miranda,
Imagem&Mídia

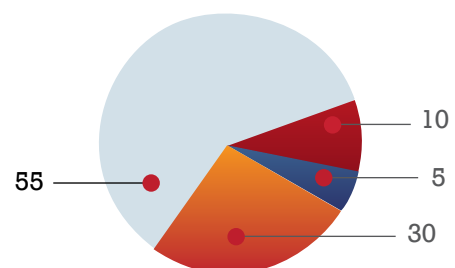
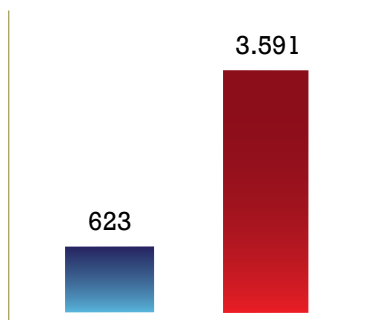


Imagem&Mídia: o novo núcleo estratégico da FSB

Em 2010, a FSB passou a contar com um novo núcleo, o Imagem&Mídia. O núcleo nasceu com a responsabilidade de tornar-se uma central de produção de conteúdo, com um cardápio variado de boletins, relatórios, termômetros de imagem e análises. O objetivo é desenvolver produtos que apoiem o processo de decisão de negócio e o desenvolvimento de estratégias de comunicação para os diversos clientes da empresa. Os produtos trazem informação atualizada e contextualizada, evidenciando oportunidades e possíveis riscos, além de acompanhar os movimentos de mercado, com periodicidade e forma definidas a partir da necessidade de cada cliente.

Imagem&Mídia: The new strategic area of the FSB

In 2010, FSB developed a new area, Imagem&Mídia. It was created with the responsibility of becoming a central of content production, with a varied menu of newsletters, reports, image thermometers and analysis. The goal is to develop products that support business decision process and the development of communications strategies for different clients. The products bring updated information in context, highlighting opportunities and possible risks, as well as monitoring market movements, with defined periodicity and shape from the needs of each client.



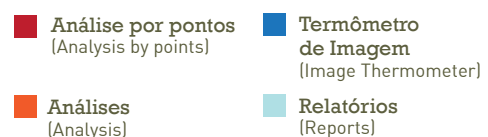
PRODUTOS gerados pela Imagem&Mídia 2009 X 2010

PRODUCTS generated by Imagem&Mídia 2009x2010



PRODUTOS oferecidos pela Imagem&Mídia (%)

PRODUCTS offered by Imagem&Mídia (%)



O ano de 2011 será um período de transformações para a FSB. Depois de praticamente dobrar de tamanho nos últimos três anos, a empresa desenvolverá nos próximos meses um completo programa de reestruturação de suas áreas administrativa e financeira. A meta é fortalecer ainda mais sua estrutura e capacitá-la para os desafios futuros.

Será um momento também de transformações na área de negócios: além de fortalecer suas áreas digital, de pesquisa e de publicidade institucional, a FSB irá desenvolver núcleos especializados em esportes, um mercado com grande potencial de crescimento no Brasil, e eventos, marcando um retorno às suas origens empresariais.

New investments and changes will define next years

The year 2011 will be a period of transformation for FSB. After nearly doubling in size over the past three years, the company will develop in the coming months a full program of restructuring of its administrative and financial areas. The goal is to strengthen the company's structure and enable it for challenges ahead.

It is also a moment of transformation in the business: in addition to strengthening its digital, research and institutional advertising area, FSB will develop specialized divisions in sports - a market with great growth potential in Brazil- and events, marking a return to its business origins.

Novos investimentos e transformações marcarão os próximos anos

Todo esse processo será acompanhado de mudanças no conceito visual da empresa, desenvolvido no início da década passada. A ideia é renová-lo e adaptar a marca e todo o material gráfico e on-line da FSB ao novo momento da comunicação.

A empresa irá ainda fortalecer sua estrutura física e sua equipe. A primeira obra será no escritório de Brasília, cuja área terá um aumento de 30%. A expansão e modernização das operações na capital têm o objetivo de preparar a FSB para crescer no mercado do setor público, que deverá realizar uma série de processos licitatórios nos próximos anos.

This entire process will be accompanied by changes in the company's visual concept, developed last decade. The idea is to renew and adapt the brand and all the on-line and graphic content of FSB to the new communications world.

The company will further reinforce its infrastructure and its staff. The first movement will be in the Brasília Office, whose area will increase in 30%. The expansion and modernization of the operations in the capital are aimed at preparing FSB to grow in the public sector market, which will hold a series of bidding processes in the coming years.



20



olhar
enxergar
perceber



ouvir
escutar
compreender



falar
dizer
comunicar

Rio de Janeiro

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

São Paulo

Rua Pedroso Alvarenga, 900
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares - Itaim Bibi CEP 04531-003
tel. / fax 55 11 3165.9596

Brasília

SHS Quadra 6, bloco E - conj. A, grupo 704 a 714
Ed. Business Center Park CEP 70322-915
tel. 55 61 3323.1072 fax 55 61 3323.2404

Belo Horizonte

Rua Fernandes Tourinho, 147 - conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel. 55 31 3228.1000 fax 55 31 3228.1001



www.fsb.com.br