



RELATÓRIO ANUAL 2016

2016 Annual Report

fsb

RELAÇÕES GERAM RESULTADOS

Relations generate results

Relações
geram
resultados

Relations
generate
results

Relações com a Mídia

Media Relations

Gestão de Crise

Crisis Management

Relações com Públicos de Interesse

Constituency Management

Consumo

Consumer

Marketing e Estratégia Digital

Marketing and Digital Strategy

Produção de Conteúdo

Content Marketing and Digital Publishing

Análise de Mídia

Media Analysis

Pesquisa e Opinião Pública

Research and Public Opinion

Design e Branding

Design and Branding

Publicidade

Advertising

Relações com Investidores

Investor Relations

Vídeo

Video

Comunicação Interna

Internal Communications

sumário contents

- 04 **Carta do sócio-fundador**
Letter from the founding partner
- 07 **Relações geram resultados**
Relations generate results
- 10 **Comitê de Compliance**
Compliance Committee
- 11 **2016 em números**
Numbers of 2016
- 14 **Ano olímpico no Rio de Janeiro**
Olympic year in Rio de Janeiro
- 18 **Importantes conquistas em São Paulo**
Important achievements in São Paulo
- 20 **Entendendo o consumidor**
Understanding the consumer
- 22 **Foco em informação**
Focus on information
- 26 **Traduzindo Brasília para os clientes**
Translating Brasília to clients
- 28 **Ano intenso**
A busy year
- 32 **Soluções para a nova sociedade em rede**
Solutions for the new networked society
- 34 **Apoio em crises**
Support in crisis
- 36 **Um mestre na FSB**
A master at FSB
- 37 **Presença internacional**
International presence
- 38 **Backoffice e tecnologia**
Backoffice and technology

Carta do sócio-fundador

Letter from the founding partner

Inquietude é uma característica que marca a história da FSB desde a sua fundação. Sempre fomos inquietos para, como digo constantemente, contratar gente melhor do que a gente, para oferecer mais ao cliente, para contar com o que existe de mais avançado em tecnologia, para tornar nossa operação cada vez mais digital, para, enfim, estar à frente do mercado. Quem acompanha nossos relatórios ao longo dos anos com certeza já me viu falar sobre isso.

Hoje, a FSB consolidou uma posição de liderança no mercado brasileiro e latino-americano, possui uma base sólida de clientes dos mais variados setores da economia, diversificou sua oferta de serviços online e offline e formou uma equipe forte e multidisciplinar. Ainda assim, continua tão inquieta como sempre, permanentemente em busca de inovar e de se transformar.

O ano de 2016 foi, nesse sentido, um marco para a FSB. Iniciamos um profundo processo de transformação de nossa organização, que começou pela revisão de nosso posicionamento estratégico, avançou para a reavaliação de

nossa estrutura organizacional e de gestão e culminou com o redesenho do planejamento estratégico da empresa.

Se 2015 foi um período marcado pelos investimentos em infraestrutura, com a inauguração de nosso novo escritório em São Paulo, 2016 foi o ano do foco no negócio e da preparação da FSB para enfrentar os novos desafios do mercado e do volátil cenário da comunicação. Começamos hoje a desenvolver a FSB do futuro.

Um dos principais resultados, fruto da parceria com a Touch Branding, liderada por Ricardo Sapiro, é o novo posicionamento corporativo da FSB – “Relações geram resultados” –, que define com precisão nossos propósito, história e filosofia de trabalho. Mais do que isso: é o novo norte que irá orientar a atuação da FSB a partir de agora,

capacitando-a a ser cada vez mais estratégica para os clientes e a enfrentar os desafios do contexto da comunicação.

Os trabalhos de reformulação da estrutura de gestão e do planejamento estratégico da empresa também contaram com o apoio de dois consultores de primeiro nível: Paula Traldi, ex-Ford e Unilever, e Luiz Lima, ex-Unilever e Natura.

Tomamos a decisão de romper barreiras geográficas e valorizar o conhecimento e a integração de nossas equipes. Sempre com o foco de oferecer mais do que o cliente espera de nós.

“A FSB consolidou uma posição de liderança no mercado latino-americano

FSB has consolidated a leadership position on the Latin American Market

Francisco Soares Brandão,
sócio-fundador da FSB Comunicação

Founding Partner of FSB Comunicação

Restlessness is a trait that has marked the history of FSB since its foundation. We have always been restless to, as I say all the time, hire people who are better than us, offer more to our clients, to rely on cutting-edge technology to make our operations increasingly digital, and, finally, to be ahead of the market. Those who have followed our reports over the years have certainly seen me talk about it.

Today, FSB has consolidated a leading position on the Brazilian and Latin American markets; it has a solid customer base in several sectors of the economy, it has diversified its online and offline service offering, and formed a strong, multidisciplinary team. But it has not let any dust settle on account of the laurels of these 36 years of hard work. It is just as restless as ever before, constantly endeavoring to innovate and transform.

In this regard, the year 2016 was a milestone for FSB. We kicked-off a deep transformation process at our organization, which started with the review of our strategic positioning, progressed to the beginning of the re-examination of our organizational and management structure, and culminated with the redesign of the company's strategic planning.

While 2015 was marked by investments in infrastructure, with the opening of our new office in São Paulo, 2016 was the year to focus on the business and prepare FSB to face the new market challenges

and the volatile communications scenario. We have started developing the FSB of the future.

One of the main results, the outcome of the collaboration with Touch Branding, led by Ricardo Sapiro, is FSB's new corporate positioning - "Relations generate results," - which accurately defines our purpose, history, and philosophy. Moreover, it is the new direction that will guide FSB's work from now on, enabling it to be increasingly strategic for its clients and to meet the challenges brought about by the communications context.

The company's management and strategic planning structure reshaping work was also supported by two top-tier consultants: Paula Traldi, formerly Ford and Unilever, and Luiz Lima, formerly Unilever e Natura.

We decided to break geographical barriers and value our teams' knowledge and integration, always with an eye on offering our clients more than they expect of us.

With the turbulent times facing the Country, FSB was naturally involved in some of the major market crisis management operations. This is one of the



Com os momentos turbulentos enfrentados pelo País, naturalmente a FSB se envolveu em algumas das principais operações de gestão de crise do mercado. Trata-se de uma expertise tradicional da empresa, que vem sendo conduzida de forma cada vez mais sofisticada, com o uso de ferramentas de monitoramento *real time*, relações com investidores e o desenvolvimento de canais proprietários para divulgação de conteúdo.

E essa não é uma realidade apenas da área de gestão de crises. A FSB busca permanentemente estar em contato com o que existe de mais inovador na área de comunicação no mundo. Nossos profissionais realizaram em 2016 diversas viagens para o exterior com o objetivo de trocar experiências e buscar novas tecnologias em mercados-chave.

Gestão de crises é uma expertise tradicional da empresa

Em Nova York, maior mercado global do setor de Relações Públicas e Comunicação Corporativa, visitaram agências com diversos perfis, inclusive algumas especializadas na área digital e em Relações com Investidores. Já no Vale do Silício, outro destino preferencial para a FSB, a prioridade foi identificar novas tecnologias e tendências que podem ser usadas no trabalho de nossos clientes no Brasil. A FSB apoiou ainda o *Global PR Summit*, do portal *The Holmes Report*, realizado anualmente em Miami e que contou com a participação de nosso sócio Flávio Castro em um de seus painéis.

Inovação, inquietude, investimento e transformação foram, portanto, as grandes marcas de 2016 para a FSB. Mesmo num ano complexo, continuamos a avançar, exatamente como temos feito nesses últimos 36 anos.

Boa leitura!

company's traditional expertises, and it has been being conducted in an increasingly sophisticated manner, with the use of real time monitoring tools, investor relations, and the development of proprietary channels for content dissemination.

And this is not a reality in the crisis management area alone. FSB endeavors to always be in touch with the state-of-the-art in the communications area in the world. In 2016, our professionals took several trips abroad to exchange experiences and find new technologies in key markets.

Crisis management is one of the company's traditional expertises

In New York, the largest global Public Affairs and Corporate Communications industry market, they visited agencies of different profiles, including some specializing in the digital area and in Investor Relations. Meanwhile, in Silicon Valley, another preferred destination for FSB, the priority was to identify new technologies and trends that can be used in our clients' work in Brazil. FSB also supported The Holmes Report Portal's Global PR Summit, which is held annually in Miami and was attended by our partner Flávio Castro, who took part in one of its panels.

Innovation, restlessness, investments, and transformation were, therefore, the major 2016 highlights at FSB. Although it was a complex year, we pressed ahead, just as we have done in the last 36 years.

Enjoy your read!

Relações geram resultados. O novo posicionamento da FSB Relations generate results. FSB's new positioning

Relações geram resultados. Este é o novo posicionamento da FSB Comunicação, desenvolvido em parceria com a Touch Branding, liderada por Ricardo Sapiro. O conceito reflete o propósito que irá orientar todas as ações da empresa, sempre com foco no estabelecimento de relacionamentos sólidos para gerar resultados concretos para os negócios de nossos clientes.

“O trabalho que realizamos com a Touch foi extremamente bem-sucedido porque fomos capazes de captar a essência da FSB e traduzi-la num posicionamento simples, claro e direto”, afirma o sócio-fundador da FSB, Francisco Soares Brandão. “Estabelecer relacionamentos sempre para construir e gerar resultados concretos para os clientes, tentando superar suas expectativas, foi a base de nosso projeto desde o início e se tornará um propósito claro para nossas equipes.”

A definição de um novo posicionamento para a agência foi apenas uma das atividades do profundo processo de transformação implementado pela FSB em 2016 e que continuará a ser desenvolvido em 2017. Ele inclui a reavaliação de todo o planejamento estratégico da empresa, feito em parceria com os consultores Luiz Lima, ex-Unilever e Natura, e Eduardo Sandre, e que tem o objetivo de definir o rumo da empresa em meio a um cenário de grandes transformações tecnológicas e de mercado.

Outra atividade é a reavaliação da estrutura organizacional e de pessoal da FSB para adequá-la às novas demandas do mercado. Feito em parceria com a consultora Paula Traldi, da Blossom Consulting, o trabalho foi iniciado no segundo semestre de 2016 e começará a trazer resultados este ano.

Conceito reflete o propósito que orienta todas as ações da empresa

The concept reflects the purpose that guides all company actions



**Marcos Trindade,
Tom Camargo,
Magno Trindade,
Flávio Castro,**

*sócios da FSB
Comunicação*

*Partners at FSB
Comunicação*

“As duas ações têm importância estratégica para preparar a FSB para enfrentar os desafios tecnológicos, de gestão e de mercado das próximas décadas”, explica o sócio Marcos Trindade.

A implementação do código de Melhores Práticas de Conduta, iniciada em 2015, e a criação do Comitê de *Compliance* da empresa também foram duas atividades de grande importância no ano passado, no sentido de garantir a observância estrita de elevados padrões de governança e conduta em todas as operações da FSB.

Profundo processo de transformação em 2016

Deep transformation process in 2016

Relations generate results. This is FSB Comunicação's new positioning, and it was developed in partnership with Touch Branding, led by Ricardo Sapiro. The concept reflects the purpose that will guide all company actions, always focused on establishing strong relationships to generate concrete results for our clients' businesses.

“The work we did with Touch was extremely successful because we were able to capture the essence of FSB and translate it into a straightforward, clear, and direct positioning,” notes FSB founding partner, Francisco Soares Brandão. “Always establishing relationships to build and generate concrete results for our clients, trying to surpass their expectations, was the cornerstone of our project from the onset, and it will become a clear purpose for our teams.”

Defining a new position for the agency was just one of the activities that took place in the deep transformation process FSB implemented in 2016, and it will continue being developed in 2017. The process includes the reassessment of the company's entire strategic planning, done in partnership with consultants Luiz Lima, formerly Unilever and Natura, and Eduardo Sandre, and which aims to set the company's direction amid a backdrop of major technology and market changes.

Another activity is the review of FSB's organizational structure and personnel to adapt it to new market demands. Done in partnership with Blossom Consulting's Paula Traldi, the work got underway in the second half of 2016 and will start bearing fruit this year.

“Both actions are strategically important to prepare FSB to address the technology, management, and market challenges ahead of us in the next few decades,” explains partner Marcos Trindade.

The implementation of the Code of Best Practices of Conduct, which started in 2015, and the creation of the company's Compliance Committee were also two very important activities last year aiming to ensure the strict observance of high standards of governance and conduct in all of FSB's operations.

Mudanças incluíram reavaliação da estrutura organizacional e de pessoal

Changes included a reassessment of the organizational structure and of the staff

Comitê de Compliance

Compliance Committee

O fortalecimento das políticas de conduta e *compliance* é uma prioridade permanente para a FSB. Em 2016, os grandes destaques foram a criação do Código de Melhores Práticas e do Comitê de Compliance, duas ações que dão continuidade ao processo de aperfeiçoamento do conjunto de normas e práticas que regem a atuação de todos os profissionais da empresa.

Desde a sua criação, a FSB sempre prezou por implementar um trabalho pautado na ética, qualidade e respeito aos clientes e aos seus profissionais. Em 2012, a empresa iniciou a divulgação dos seus valores com a publicação dos Princípios da FSB. O processo teve prosseguimento nos anos seguintes, com a Revisão do Perfil do Sócio da empresa, em 2013, o Processo de Reestruturação Societária e a criação do Comitê Gestor, em 2014, e, mais recentemente, a criação da Área de Processos e Conformidade e a do Comitê Executivo da FSB, em 2015.

O Código de Melhores Práticas aborda os valores que orientam as atividades da FSB e as condutas de seus integrantes – devendo funcionar como um guia à conduta pessoal e profissional dos sócios, administradores, funcionários, colaboradores, estagiários e prestadores de serviços. A publicação deve ser considerada como uma declaração do compromisso dos profissionais da FSB com as regras de ética empresarial e social, bem como com os princípios da transparência, respeito à igualdade de direitos, à diversidade e prestação de contas.

Já o Comitê de Compliance tem como responsabilidade monitorar e supervisionar o cumprimento das normas dispostas no Código de Melhores Práticas da FSB, garantindo uma postura profissional de respeito aos princípios gerais da empresa e que não coloque em risco a credibilidade da instituição.

Políticas de conduta foram prioridade em 2016

Strengthening the conduct and compliance policies is an ongoing priority for FSB. In 2016, the highlights were the creation of the Code of Best Practices and of the Compliance Committee, two actions that give continuity to the process of improving the set of rules and practices governing the actions of all of the company's professionals.

Since its inception, FSB has always prized doing work based on ethics, quality, and respect for clients and its employees. In 2012, the company started disseminating its values by publishing FSB's principles. The process was continued in the following years, with the Revision of the company's Partner Profile in 2013, the Corporate Restructuring Process, and the creation of the Steering Committee, in 2014, and more recently, the creation of FSB's Process and Compliance Area and Executive Committee, in 2015.

The Code of Best Practices addresses the values that guide FSB's activities and the conduct of its members - which should work as a guide to the personal and professional conduct of its partners, managers, officers, employees, trainees, and service providers. The publication should be regarded as a statement of commitment of FSB's professionals and senior management to the rules of business and social ethics, as well as the principles of transparency, respect for equal rights, diversity, and accountability.

The Compliance Committee, meanwhile, is responsible for monitoring and supervising compliance with the standards set forth in FSB's Code of Best Practices, ensuring a professional posture of respect to the general principles of the company and one that does not to put the institution's credibility at risk.

Conduct policies were priority in 2016

2016 em números

Numbers of 2016

2014 2015 2016



Crescimento constante nas últimas décadas

Constant growth in the last decades



Mais de **220** clientes dos mais variados setores

More than 220 clients operating out of the most diverse industries

Uma das **35** maiores agências do mundo, segundo *The Holmes Report* e *PRWeek*



Among the world's biggest agencies, according to The Holmes Report and PRWeek



Presença nacional e parceiros em mais de **60** mercados internacionais

Nationwide presence and partners in more than 60 international markets



Cerca de **700** profissionais de formações diversas

About 700 professionals of several backgrounds



Ano olímpico no Rio de Janeiro

Olympic year in Rio de Janeiro

A FSB teve no Rio de Janeiro literalmente um ano olímpico em 2016. A agência esteve à frente do trabalho de três dos principais atores dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos cariocas – o Ministério dos Esportes (em parceria com o time de Brasília) e a Prefeitura e o Governo do Estado – e mobilizou equipes que se dedicaram full time ao evento. Além da área de esportes, outro destaque no Rio foi o início da obra de expansão do escritório da empresa no Centro, que ganhou mais dois andares em 2017.

O desafio das Olimpíadas encontrou a FSB extremamente preparada. A agência desenvolveu nas últimas décadas grande experiência na gestão de comunicação de grandes eventos esportivos, setoriais e de negócios. Para se ter uma ideia, a FSB esteve diretamente envolvida na comunicação dos Jogos Panamericanos de 2007, dos Jogos Militares de 2013, da Jornada Mundial da Juventude de 2013 e da própria Copa do Mundo de 2014, na qual trabalhou para o Ministério dos Esportes e para a FIFA. O *case* da Copa recebeu o *Latin American Platinum Sabre Awards*, como melhor trabalho de comunicação em 2015.

Para os históricos Jogos Olímpicos do Rio, além das atividades de imprensa, uma novidade importante foi o trabalho digital realizado para a Prefeitura. Com uma equipe de 28 profissionais integralmente dedicada ao cliente, a FSB realizou a gestão dos sites e das redes sociais do cliente, incluindo o endereço www.cidadeolimpica.com.br, uma referência mundial sobre o evento. A ação da FSB envolveu ainda a produção e edição de mais de cem vídeos para alimentar as redes da cidade.

FSB had, literally, an Olympic year in Rio de Janeiro in 2016. The agency oversaw the work of three of the main players of the Rio Olympic and Paralympic Games – the Ministry of Sports (in partnership with the Brasília team), the City Hall, and the State Government – and it set into motion teams who dedicated themselves to the event full time. In addition to sports, another highlight in Rio was the start of the expansion works for the company's Downtown office, which will get two more floors in 2017.

FSB was very well prepared for the challenge of the Olympics. In recent decades, the agency has amassed extensive experience in communication management for major sporting, industry, and business events. To get an idea, FSB was directly involved in communications for the 2007 Pan American Games, the 2013 Military Games, the 2013 World Youth Day, and for the 2014 World Cup, when it worked for the Ministry of Sports and FIFA. The World Cup case was granted the Latin American Platinum Sabre Awards as the best communications work in 2015.

For the historic Rio Olympic Games, in addition to press activities, an important innovation was the digital work done for the City. With a team of 28 professionals fully dedicated to the client, FSB managed the client's sites and social networks, including the www.cidadeolimpica.com.br web address, a worldwide reference on the event. FSB's work also involved producing and editing more than a hundred videos to feed the city's networks.

Another milestone was the start of the works for the incorporation of two new floors – the 21st and top floors – to FSB's operations in Downtown Rio, which is expected to be ready in early 2017. The new space will be an important relationship tool, prepared for holding events, debates, courses, etc., and will feature cutting-edge information and communication technology.

FSB coordenou trabalho de comunicação para principais atores dos Jogos

Outro marco foi o início da obra para a incorporação de dois novos andares – o 21º andar e a cobertura – à operação da FSB no Centro do Rio, que ficam prontos no início de 2017. O novo espaço será um importante instrumento de relacionamento, preparado para a realização de eventos, debates, cursos etc., e contará com o que existe de mais avançado em tecnologia da informação e de comunicação.

A área de gestão de crises de comunicação também se destacou em 2016. A FSB desenvolveu trabalhos, por exemplo, para alguns dos maiores *cases* de recuperação judicial do País, ajudando as empresas a se relacionar com a sociedade e seus credores e a informá-los sobre seus processos de ajuste e sua viabilidade operacional.

FSB coordinated the communication work for the main players of the Games

The communication crisis management area also stood out in 2016. FSB did work, for example, for some of the biggest court-supervised reorganization cases in Brazil, helping companies to relate to society and their creditors and inform them of their adjustment processes and operational feasibility.



Gabriela Wolthers,
diretora-geral da FSB Rio de Janeiro
General director of FSB Rio de Janeiro



Importantes conquistas em São Paulo

Important achievements in São Paulo

O escritório de São Paulo da FSB Comunicação teve mais um ano de crescimento de dois dígitos, apesar do cenário extremamente adverso do ponto de vista político e econômico. O avanço do escritório de São Paulo frente a seus concorrentes se deve ao investimento que a FSB vem realizando em termos de equipe, serviços e infraestrutura e à aposta da empresa no potencial do mercado paulista, o principal centro de negócios do Brasil.

Em 2016, São Paulo completou seu primeiro ano no novo escritório, com 2 mil metros quadrados, na Avenida Juscelino Kubitschek. Com 15 salas de reunião, estúdio de TV e centros de convivência que podem ser utilizados para eventos, o escritório foi uma alavanca que ajudou na atração de novas contas para São Paulo, além de auxiliar no relacionamento com a carteira de clientes da FSB.

FSB cresce no maior mercado do País

A FSB buscou profissionais em diferentes especialidades para dar conta da maior complexidade nos desafios dos clientes. O bom relacionamento com a mídia tradicional e a publicidade, por exemplo, são ferramentas necessárias, mas não suficientes, para resolver os problemas atuais

FSB Comunicação's São Paulo office had another year of double-digit growth, despite the extremely adverse scenario from the political and economic point of view. The progress the São Paulo office made compared to its competitors is the outcome of the investments that FSB has been making in terms of staff, services, and infrastructure and to the company's bet on the potential of the São Paulo market, the main business center of Brazil. In 2016, São Paulo completed its first year at its new 2000-square-meter office at Avenida Juscelino Kubitschek. With 15 meeting rooms, a TV studio, and experience centers that can be used for events, the office has been a lever that has helped attract new accounts to São Paulo, in addition to assisting in the relationship with FSB's portfolio.

FSB is growing in Brazil's largest market

FSB sought professionals in different specialties to address the increased complexity in our clients' challenges. A good relationship with traditional media and advertising, for example, are necessary tools, but they do not suffice to solve the companies' current communication issues. It is necessary to provide clients with more diverse solutions and professionals who know what to say to various audiences. FSB has an arsenal of communication solutions and is in constant search to always



Melchiades Filho,
diretor-geral da FSB São Paulo
General director of FSB São Paulo

de comunicação das companhias. É preciso oferecer aos clientes maior diversidade de soluções e profissionais que saibam o que dizer diante de públicos diversos. A FSB tem um arsenal de soluções de comunicação e continua pesquisando para inovar sempre a sua prateleira de serviços. A frente digital, por exemplo, está longe de se esgotar como a fronteira para o surgimento de novidades.

Além disso, é essencial que uma metodologia consistente de avaliação de resultados funcione como pano de fundo dessa atuação. Em 2016, a agência desenvolveu, por exemplo, métodos para definir quem são os principais influenciadores em torno dos clientes e como deve ser o relacionamento com cada um deles.

Com o gerenciamento de crises de reputação, uma das principais expertises da agência, a FSB conseguiu administrar graves conflitos que poderiam afetar de maneira indelével a imagem de companhias de grande porte no Brasil. O reconhecimento dos clientes e a atração de novos ao longo de 2016 demonstrou que a FSB é a agência mais bem preparada para essas situações entre seus concorrentes.

innovate its services shelf. The digital front, for example, is far from exhausting itself as the frontier for the emergence of new features.

Moreover, it is essential that a consistent result assessment methodology work as a background of this action. For example, in 2016, the agency developed methods to define who the key influencers surrounding the customers are and how the relationship with each of them should be.

With reputation crisis management, one of the agency's main expertises, FSB was able to manage serious conflicts that would permanently affect the image of major companies in Brazil. The recognition it had from its clients and being able to attract new ones over 2016 proved that FSB is the agency that is best prepared for such situations among its competitors.

Entendendo o consumidor

Understanding the consumer

A FSB Consumo, operação lançada em 2015 dedicada a atender as demandas dos setores de bens e serviços de consumo, integrando ferramentas de marketing digital, gestão de marcas, branding e relações públicas, teve um ano extremamente positivo.

O olhar sempre atento às tendências do mercado de comunicação e ao entendimento do negócio tem

proporcionado um crescimento consistente na entrega de novos produtos junto à base de contas já estabelecida, e, muito importante, a conquista de novos clientes, com destaque para Brasil Kirin, Nestlé, Galderma e Abihpec, com foco voltado para agregar valor ao negócio tanto do ponto de vista reputacional como mercadológico.

Na área de Gestão de Marca, a parceria estabelecida com a Touch Branding revelou-se uma poderosa ferramenta estratégica, ao permitir o desenvolvimento de um entendimento profundo do negócio do cliente e, conseqüentemente, a elaboração de um posicionamento diferenciado e competitivo. O trabalho integrado das equipes da Touch e da FSB Consumo garante que os pontos-chave

Luiz Carlos Dutra,
sócio-diretor da FSB Consumo
Managing partner of FSB Consumer

Parceria com a Touch Branding aumentou oferta de serviços

Partnership with Touch Branding increased services offer

do posicionamento transformem-se em mensagens e conteúdos adequados e sejam comunicados para os públicos corretos, nos canais pertinentes, com a menor dispersão possível entre estratégia e execução.

A FSB Consumo utiliza diferentes ferramentas de marketing e tem como principal diferencial o entendimento da perspectiva da arquitetura de Negócio de Cliente, seja por meio da análise do portfólio integrado de Marca

Corporativa e produtos como também da estrutura de uma holding com empresas investidas, para assegurar a eficácia do desenho e da execução do Plano de Comunicação

Para 2017 espera ainda mais trabalho e realizações. Novas parcerias, novos produtos e, sobretudo, resultados ainda melhores para nossos clientes.

Marca corporativa integrada com marcas de produto/portfólio

Corporate brand integrated with the product brands/portfolio

Marcas corporativas não podem se limitar ao papel meramente institucional sem vínculo com o negócio/portfólio.

Corporate brands cannot limit themselves to playing a merely institutional role with no link to the business/portfolio.

PAPEL DA MARCA / ROLE OF THE BRAND



FSB Consumer, an operation rolled out in 2015 dedicated to meeting the demands of the consumer goods and services industries, integrating digital marketing tools, brand management, branding, and public relations, had an extremely positive year.

Being ever attentive to the trends in the communications market and understanding the business has driven consistent growth in delivering new products to the already established account base. Moreover, it has helped secure new clients, with the limelight on Brasil Kirin, Nestlé, Galderma, and Abihpec, focusing on adding value to the business, both from the reputational and from the marketing viewpoint.

In Brand Management, the partnership with Touch Branding proved to be a powerful strategic tool, since it enabled the development of a deep understanding of the client's business and, consequently, the development of a unique, competitive positioning. The integrated work of the Touch and FSB Consumo teams ensures that the key positioning points translate into appropriate messages and content that can be communicated to the right audiences, in the relevant channels, with the least possible dispersion between strategy and execution.

FSB Consumer uses different marketing tools and stands out particularly for understanding the perspective of the Client Business architecture, whether through the analysis of the Corporate Brand portfolio and products or, also, the structure of a holding with investee companies to ensure the effectiveness of Communication Plan design and implementation.

It expects further work and achievements in 2017. New partnerships, new products and, above all, even better results for our customers.

Foco em informação

Focus on information

O núcleo de Conteúdo e Serviços Compartilhados (CSC) apresentou excelentes resultados em 2016. O CSC compreende os segmentos de Design, Mídia & Análise, Monitoramento Digital e Pesquisa. Todas essas áreas tiveram grande expansão ao longo do período, principalmente por meio da captação de novos clientes. O resultado é consequência direta da necessidade crescente de informação por parte das organizações, principalmente num cenário de pulverização e multiplicação de influenciadores e fontes de informação.

Em Mídia & Análise e Monitoramento Digital, serviços que cada vez mais caminham juntos, a FSB conquistou principalmente clientes que visavam acompanhar o desenrolar de crises de reputação ou melhorar a aferição de seus resultados de comunicação na mídia, seja a tradicional, sejam as mídias sociais. Em 2017, o planejamento estratégico estará direcionado a agregar ainda mais valor às análises, assim como a melhorar as plataformas de entrega e consulta desses conteúdos que são preparados para os clientes.

Pesquisas ajudam nos planejamentos de comunicação

O Instituto FSB Pesquisa atingiu seus melhores resultados em 2016, desde sua criação. A evolução dos números, em um cenário de crise, demonstra o grande potencial do segmento de pesquisa na carteira da FSB. Os clientes passaram a utilizar, cada vez mais, a pesquisa como uma ferramenta básica de seus planos de comunicação, seja para determinar que rumo a estratégia da companhia deve seguir, seja para averiguar se os resultados esperados foram obtidos.

Em 2017, o Instituto comemora dez anos de um de seus principais produtos, o Mídia & Política, uma pesquisa

Análise de Mídia

Media Analysis

Pesquisa e Opinião Pública

Research and Public Opinion

Design e Branding

Design and Branding

Comunicação Interna

Internal Communications

exclusiva sobre como os congressistas se informam. A pesquisa teve novamente grande repercussão, entre outras razões, por apontar como os deputados estão utilizando as redes sociais para se comunicar.

No segmento de Design, o trabalho de vendas esteve concentrado em atrair clientes de comunicação interna para a FSB. Com isso, a FSB ampliou seu escopo de atuação junto à sua base de clientes e abriu relacionamentos novos junto a executivos de Recursos Humanos, profissionais que normalmente não possuíam relação com a agência. Em 2017, em linha com o novo posicionamento da FSB, esse empenho será redobrado em parceria com consultores de RH cuja expertise é aprimorar o desenvolvimento da cultura organizacional das empresas.

The Content and Shared Services (CSC) center attained outstanding results in 2016. CSC comprises the Design, Media & Analysis, Digital Monitoring and Research segments. These areas underwent great expansion over the period, mainly by attracting new clients. The outcome is a direct consequence of the organizations' growing need for information, especially in a scenario in which there has been a great spread and multiplication of both influencers and sources of information.

In Media & Analysis and Digital Monitoring, services that have been increasingly been going hand-in-hand, FSB won over clients interested, primarily, in monitoring the progress of reputation crisis or in improving the measurement of their communication results in the media, whether traditional or social. In 2017, strategic planning will be directed to adding even more value to the analysis, as well

Research helps in planning communications



as to improving the delivery and query platforms of these contents that are prepared for the clients.

In 2016, the FSB Research Institute achieved its best results ever since its inception. The evolution of the figures, in a crisis scenario, demonstrates the research segment's great potential in FSB's portfolio. Clients have gone on to make increasing use of research as a basic tool in their communication plans to determine what direction the company's strategy should take and to check whether the expected results were obtained.

In 2017, the Institute celebrates the tenth anniversary of one of its main products, Media & Politics, an exclusive research on how lawmakers get informed. The research once again had great impact, among other reasons, for pointing out how representatives are using social networks to communicate.

In the Design segment, sales focused on attracting internal communication clients to FSB. As a result, FSB has enhanced its performance scope with its customer base and started new relationships with Human Resources executives, professionals who, in the past, usually had no relationship with the agency. In 2017, in line with FSB's new positioning, this commitment will be renewed in partnership with HR consultants whose expertise is to enhance the development of the organizational culture at companies.

Comunicação interna é outra especialidade do núcleo

Internal communications is another one of the center's specialties

Alcides Ferreira,
diretor da FSB RI e da FSB Conteúdo

Director of FSB RI and FSB Content



Traduzindo Brasília para os clientes

Translating Brasília to clients

O ano de 2016 trouxe grandes desafios para a equipe da FSB-DF, que enxergou os cenários de complexidade como oportunidades e transformou-os em cases de sucesso de comunicação integrada.

Este foi, sem dúvida, o ano olímpico para a equipe do escritório de Brasília. Cerca de 50 profissionais da FSB vinculados a pelo menos cinco de seus maiores clientes da área pública lideraram, na comunicação do Governo Federal, o projeto de tornar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 os melhores da história.

Foi um trabalho articulado de profissionais multidisciplinares, combinando forte estratégia digital, produção de conteúdos interativos, divulgação massiva e relacionamento com diversos públicos no Brasil e no exterior. As equipes da agência nos ministérios do Esporte, Turismo, Defesa e Saúde, além da Embratur e da Secretaria de Aviação Civil, lideraram estratégias, cada uma em sua área, para dar visibilidade aos esforços do país como anfitrião, aos seus atrativos e ao legado deixado pelo megaevento nacionalmente.

Somente o Portal Brasil 2016, produzido por nossa equipe, recebeu mais de 8.000 conteúdos em três línguas e 16 milhões de visualizações de visitantes de 220 países.

The year 2016 brought great challenges to the team at FSB-DF, which took on the complex scenarios as opportunities and turned them into successful integrated communication cases.

This was undoubtedly the Olympic year to the Brasília office staff. About 50 FSB staff linked to at least five of its largest public area clients led, in the Federal Government's communications, the project to make the 2016 Rio Olympic and Paralympic Games the best in history.

It was joint work done by multidisciplinary professionals, combining a strong digital strategy, interactive content production, massive divulging and relationships with various audiences in Brazil and abroad. The agency's staff at the Ministries of Sports, Tourism, Defense, and Health, as well as at Embratur and the Civil Aviation Department, led strategies, in their respective areas, to bring visibility to the country's efforts as a host, to its attractions, and to legacy the mega event left nationally.

Portal Brazil 2016 alone, which was produced by our team, got over 8,000 pieces of content in three languages and logged 16 million views from visitors from 220 countries.

All this success was actually threatened practically on the eve of the Games with the appearance of the Zika virus - another issue that set the country into motion in 2016. The agency's professionals working at the Ministry of Health, with reinforcement from

Todo este sucesso chegou a ser ameaçado, às vésperas dos Jogos, pelo aparecimento do vírus da zika – outro tema que mobilizou o país em 2016. Os profissionais da agência que atuam no Ministério da Saúde, com reforço dos quadros mais experientes da empresa, elaboraram uma gigantesca operação de guerra na comunicação com o objetivo de mobilizar e engajar o Brasil para o combate permanente do mosquito *Aedes aegypti*.

Era preciso lançar mão de diferentes soluções, canais, linguagens e ferramentas para informar, engajar e orientar a população, a imprensa, gestores e profissionais de saúde de maneira ágil e precisa. Pesquisa com formadores de opinião após o período crítico indicou que quase a totalidade deles tomou conhecimento sobre as ações do ministério para combater o mosquito.

No contexto político atual de grande instabilidade, a parceria com os demais escritórios da FSB permitiu, também em 2016, a consolidação do núcleo de política e relações governamentais em Brasília, com o atendimento a clientes privados de São Paulo e Rio de Janeiro em ações de inteligência em comunicação em ambiente de poder e monitoramento para seis clientes em oito diferentes Comissões Parlamentares de Inquérito no Congresso Nacional.

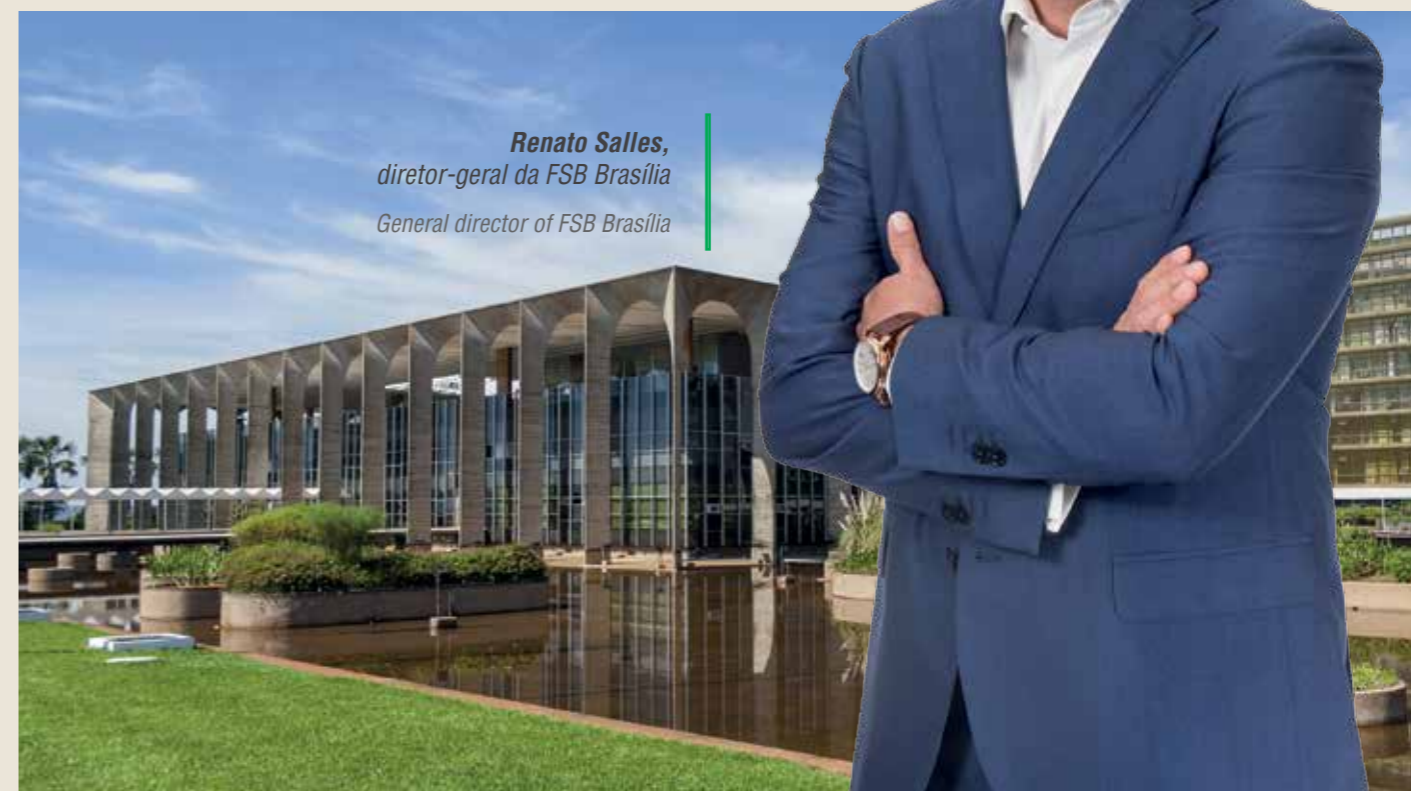
the company's most experienced staff, prepared a huge communication war operation with the aim of mobilizing and engaging Brazil to combat the Aedes aegypti mosquito on a permanent basis.

It was necessary to resort to different solutions, channels, languages and tools to inform, engage, and educate the public, the press, managers and health professionals quickly and accurately. A survey conducted among opinion leaders after the critical period indicated that almost all of them had heard about the ministry's actions to combat the mosquito.

Also in 2016, in the current extremely unstable political context, collaborations with other FSB offices also drove the consolidation of the political and government relations center in Brasília, serving private clients in São Paulo and Rio de Janeiro in communication intelligence actions in power and monitoring environment for six clients in eight different Parliamentary Inquiry Committees at Congress.

FSB consolida núcleo de comunicação em ambiente de poder

FSB consolidates the communication center in a power setting



Renato Salles,
diretor-geral da FSB Brasília
General director of FSB Brasília

Ano intenso

A busy year

A área da FSB que trabalha voltada para análise e consultoria políticas teve um 2016 intenso. O desenvolvimento da crise exigiu novas abordagens e completa disponibilidade no atendimento à demanda de clientes, para oferecer insuamos a decisões no curto, médio e longo prazos.

Se em 2015 a atividade da área concentrou-se em contatos diretos e reuniões, em 2016 lançamos uma análise semanal de conjuntura, procurando projetar tendências futuras. Em meio à enxurrada de informação, pelos meios tradicionais e pelos novos, buscamos ser prospectivos.

Como todos sabem, matéria-prima não faltou. Procuramos monitorar quase em tempo real os movimentos políticos que acabaram levando à queda do governo Dilma Rousseff, e a progressiva aglutinação alternativa de forças que permitiu a chegada de Michel Temer ao Planalto.

Alon Feuerwerker,
diretor de Política da FSB Brasília
Director of Politics at FSB Brasília

Análises ajudaram clientes em seus processos de decisão

Analyses helped clients in their decision-making processes



Na largada da nova administração, mesmo com todas as turbulências, analisamos que ela reuniria ampla base parlamentar, mas que isso não significaria automaticamente liberdade total para o Executivo impor ao Congresso uma vontade absoluta. Por isso, dissemos acreditar que a marcha do novo governo pelas reformas seria minimalista e gradualista, no rumo dos novos ventos liberalizantes. Mas que, apesar da velocidade moderada, esses ventos prometem um período relativamente longo, dada a ausência de alternativas.

O avanço da Proposta de Emenda Constitucional para a limitação de gastos públicos e a apresentação da reforma da Previdência são os sinais mais evidentes.

Acompanhamento do Congresso será reforçado em 2017

Para 2017, projetamos continuar ampliando os serviços. Queremos diversificar o acompanhamento das atividades no Congresso em temas específicos, sob demanda dos clientes interessados nas propostas em tramitação. Tornaremos também disponíveis videochamadas sobre assuntos de interesse em momentos agudos, assim como uma abordagem mais detalhada do quadro econômico, cuja influência sobre a política deve ser novamente decisiva.

Depois da ampla vitória nas eleições municipais e do enfraquecimento extremo do PT e partidos próximos, a aliança PSDB-PMDB ganha alguns meses de fôlego, mas precisará mostrar resultados na economia, produzir a impressão ou a convicção de que a retomada está em curso.

Pois o quadro permanece volátil. Também pela Lava Jato, mas não só, o clima político pode mudar rapidamente. A pulverização partidária, o cansaço com a crise e o relativo desgaste das forças tradicionais não permitem grandes certezas sobre o futuro.

2018 está logo aí na cronologia, mas a estrada política que leva até lá vem cheia de obstáculos. Para esse período que promete turbulência, colocaremos todos os nossos recursos materiais e humanos à disposição dos clientes.

The FSB area that works with policy analysis and advice had a very busy year in 2016. The crisis required new approaches and full availability in meeting client demands to provide input for decisions to be taken in the short-, medium- and long-terms.

While in 2015 the area focused on direct contacts and meetings, in 2016 we launched a weekly analysis of the scenario, trying to project future trends. Amid the flood of information coming from traditional and new media, we sought to be prospective.

As everyone knows, there was no lack of feedstock. We endeavored to monitor, nearly in real time, the political movements that eventually led to the demise of the Dilma Rousseff government and to the progressive alternative agglutination of forces that allowed Michel Temer to reach power.

At the start of the new administration, even with all the turmoil, our analysis showed that it would be able to garner a broad parliamentary base, but that this would not automatically mean complete freedom for the Executive to impose an absolute will on Congress. Thus, we said that we believed that the new government's march through the reforms would be minimal

The monitoring of the Congress will be strengthened in 2017

and gradual towards new liberalizing winds, that despite the moderate speed, these winds promise to remain for a relatively long period of time given the lack of alternatives.

The progress made by the Constitutional Amendment Proposal to limit public spending and the submission of the Social Security reform are the most obvious signs.

For 2017, we expect to continue expanding services. We want to diversify the monitoring of activities in Congress on specific issues, upon the demand of clients interested in the proposals in progress. We will also provide video calls on topics of interest at acute moments, as well as a more detailed approach to the economic framework, whose influence on politics should again be decisive.

After its broad victory in municipal elections and the extreme weakening of the PT political party and of parties with ties to it, the PSDB-PMDB alliance gained a few months of strength, but it will need to show results in the economy, generating the impression or belief that economic recovery is underway.

The reason for this is that the picture remains volatile. Also because of the so-called "Car Wash" operation, but not only due to it, the political atmosphere can change rapidly. Party fragmentation, fatigue with the crisis, and the relative wear and tear of the traditional forces allow no great certainty about the future.

The year 2018 is just around the corner in the timeline, but the political path leading there is riddled with obstacles. For this period, which promises turbulence, we will make all our human and material resources available to our clients.

Campinas



Soluções para a nova sociedade em rede

Solutions for the new networked society

Não estamos mais falando de digital. Sequer estamos falando de plataformas sociais como Twitter, Facebook, Snapchat e mesmo blogs. O mais corajoso para as empresas de comunicação hoje é falar na sociedade em rede em que a nova jornada de consumo de informações é múltipla e o pensamento é tão simples quanto novo e complexo para entregar. Como? Entendendo aquilo de que os públicos de interesse de nossos clientes precisam e criando uma estratégia que dê a eles (clientes e clientes de clientes) uma solução de diálogo, aproximação que seja verdadeiramente eficiente e, não menos importante, inspiradora.

Essa é a filosofia de trabalho da FSB para o desafio das redes. É como entender que mais do que fazer nossos clientes serem “A” notícia, estender e aprofundar seus temas para que eles sejam “A” conversa. Entrar na conversa da sociedade conectada implica entender que ela não é mais digital. Ela consome todos os meios e faz intensa convergência para meios mais ágeis.

E nessa cena aparece, por exemplo, a explosão de uso da plataforma mobile. Os perfis sociais da chamada mídia tradicional dão grande exposição aos temas, dentro das redes sociais, mais do que suas versões em papel ou TV. Juntam-se a isso os novos formadores de opinião, como Youtubers, Snapchatters. Assim a oferta estratégica com as nossas soluções para os clientes necessariamente ganha ainda mais sofisticação, diversidade e foco.

FSB desenvolve estratégias de diálogo e engajamento

We are no longer talking about digital. We are not even talking about social platforms like Twitter, Facebook, Snapchat, or even about blogs. The bravest move media companies can make today is to speak out in the network society, where the new journey in information consumption is multiple and thought is as simple as new and complex to deliver. How? By understanding what our clients' stakeholders need and by creating a strategy that will give them (clients and the clients' clients) a solution for dialog, an approach that is truly efficient and, above all, inspiring.

This is FSB's work philosophy to face the challenge of networks. It is like understanding that more than turning our clients into "THE" news, we should extend and deepen their topics so that they are "THE" conversation. Penetrating the connected society's conversation involves understanding that it is no longer digital. It consumes all sorts of media and makes an intense convergence toward the more agile ones.

FSB develops dialog and engagement strategies

And, for example, the explosion in the use of the mobile platform appears in this scene. The social profiles of the so-called traditional media give great exposure to the issues, within the social networks, more than their print or TV versions. Along with this come the new trendsetters, as Youtubers and Snapchatters. Thus, the strategic offer with our solutions for clients necessarily becomes even more sophisticated, diverse, and focused.

That is how we worked on the world's largest event for the City of Rio de Janeiro. During Rio 2016, our digital specialist team worked with all tools to take the atmosphere of the city and of the events to the world and to draw citizens closer to information on the legacy. Just as happened during the 2014 World

Foi dessa forma que trabalhamos no maior evento do mundo para a Prefeitura do Rio de Janeiro. Durante a Rio 2016 nosso time especialista digital atuou com todas as ferramentas para levar ao mundo o clima da cidade, dos eventos, e aproximar o cidadão da informação sobre o legado. Da mesma maneira como aconteceu durante a Copa 2014, que também tivemos a honra de divulgar para o mundo todo, conseguimos alavancar e transformar soluções de comunicação - com ideias no ambiente de redes – integrando-as ao menu de ações de PR, eventos e demais disciplinas.

Sofisticamos nossas plataformas de monitoramento do ambiente digital com novos recursos apoiados em inteligência artificial de última geração. O que nos possibilitou entregar ao cliente maior precisão e análise com produtos como o SocialPulse, uma metodologia própria focada em mapear, conversar e acompanhar os influenciadores que realmente fazem diferença no ecossistema digital. E assim ampliar as possibilidades de entrar na conversa de maneira eficiente e inteligente.

Soluções integradas de comunicação que geram resultados – respeitando a nova sociedade em rede – possuem hoje na FSB o forte componente digital. Acreditamos que é nessa linha que a comunicação cumpre o seu papel disruptivo. E é onde estamos e queremos estar sempre.

Cup, which we also had the honor to divulge to the world, we were able to leverage and transform communication solutions - with ideas in the network environment - integrating them to the menu of PR actions, events, and other disciplines.

We have made our digital environment monitoring platforms more sophisticated with new features supported by cutting-edge artificial intelligence. This has enabled us to deliver greater accuracy and analysis to our clients with products such as SocialPulse, a proprietary methodology focused on mapping, conversing with, and following trendsetters that really make a difference in the digital ecosystem. By doing so, we can enhance the possibilities of entering the conversation in an efficient, smart manner.

Integrated communication solutions that deliver results - respecting the new network society - now have the strong digital component at FSB. We believe it is in this line that communications fulfill their disruptive role. And that is where we are and where we want to always be.

Planos integrados de comunicação com forte componente digital

Integrated communication plans with a strong digital component

Ana Busch,
diretora da FSB Publicidade e FSB Digital
Director of FSB Advertising and FSB Digital



Apoio em crises

Support in crisis

A gestão de comunicação em crises é uma das principais especialidades da FSB. Em 2016, a empresa esteve envolvida em algumas das maiores operações do País, incluindo casos extremamente diferentes, como disputas societárias, recuperações judiciais, questões judiciais, acidentes, problemas com consumidores etc. As equipes da FSB ajudam o cliente a se posicionar e informar a sociedade sobre seus pontos de vista, sempre com o objetivo de proteger sua reputação.

Nesse processo, a FSB coloca à disposição dos clientes equipes formadas por seus principais sócios e profissionais, todos com grande experiência em desafios complexos na área de comunicação. Muitos desses profissionais têm importantes trajetórias na imprensa e conhecem profundamente o processo de funcionamento das redações e as necessidades dos jornalistas em momentos de crise.

FSB se especializa em apoiar clientes em momentos críticos

Além do trabalho tradicional de assessoria de imprensa, a FSB utiliza atualmente as mais modernas ferramentas de comunicação online. Profissionais especializados ajudam os clientes a entender os desafios do universo das redes, um ambiente extremamente hostil para marcas e corporações, e a colocar em prática estratégias de monitoramento e relacionamento com formadores de opinião. O objetivo é garantir o entendimento e a repercussão das mensagens dos clientes nos locais corretos e para os públicos certos.

No processo de gestão de crises de imagem, a FSB usa ainda diversas outras ferramentas para seus clientes.

Communication management during crisis is one of FSB's main specialties. In 2016, the company was involved in a few of the largest operations in the Country, including extremely different cases, such as corporate disputes, court-supervised reorganizations, legal issues, accidents, problems with consumers, etc. FSB's teams help clients to position themselves and inform society about their views, always aiming to protect their reputation.

In this process, FSB makes available to its clients teams comprising its main partners and professionals, all of whom with extensive experience in addressing complex challenges in the communications area. Many of these professionals have important backgrounds in the press, in addition to deep knowledge on how newsrooms work and on what journalists need in times of crisis.

FSB specializes in supporting its clients in critical times

In addition to the traditional press agency services, FSB now uses the latest online communication tools. Specialized professionals help clients understand the challenges of the networking universe, an extremely hostile environment for brands and corporations, and to put in place monitoring and relationship strategies with opinion leaders. The goal is to ensure the understanding and the impact of the client's messages in the right places and for the right audiences.

FSB apoiou clientes em algumas das maiores operações do País, incluindo disputas societárias, recuperações judiciais, disputas judiciais, acidentes, problemas com consumidores etc.

FSB supported clients in some of the biggest operations in Brazil, including corporate disputes, court supervised reorganizations, legal disputes, accidents, issues with consumers, etc.



As equipes da FSB ajudam o cliente a se posicionar e informar a sociedade sobre seus pontos de vista, sempre com o objetivo de proteger sua reputação.

FSB's team help clients position themselves on their viewpoints, always aiming to protect their reputation.



Além do trabalho de assessoria de imprensa, a FSB utiliza atualmente as mais modernas ferramentas de comunicação online, treinamento, pesquisa e monitoramento.

In addition to press office advisory services, FSB currently uses cutting-edge online, training, research, and monitoring tools.



Entre elas estão o treinamento de porta-vozes, o desenvolvimento e veiculação de campanhas publicitárias, a produção de conteúdo para publicações, canais proprietários e redes, incluindo textos, vídeos, cards etc., o monitoramento e a análise de mídia e redes sociais, a redação e o design de material informativo, a realização de pesquisas de opinião e a elaboração de estratégias de relacionamento com públicos de interesse.

Na área política, a FSB apoiou vários clientes também no desenvolvimento de estratégias de comunicação e monitoramento no âmbito de oito diferentes Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) no Congresso Nacional.

FSB also uses several other tools for its clients in the image crisis management process. These include training spokespeople, advertising campaign development and airing, content production for publications, proprietary channels and networks, including text, video, cards, etc., media and social network monitoring and analysis, information material writing and design, conducting opinion polls, and developing relationship strategies with stakeholders.

In the political area, FSB also supported several clients in the development of communication and monitoring strategies within eight different Parliamentary Inquiry Committees (PICs) in Congress.

Presença internacional

International presence

Além de sua operação baseada em Nova York, a FSB possui uma ampla rede de parcerias internacionais, incluindo grandes grupos multinacionais e agências independentes e especializadas nos principais mercados mundiais. Nova York, Miami, Londres, Pequim, Tóquio, Buenos Aires e Cidade do México são exemplos de cidades estratégicas nas quais a empresa atua com frequência.

Ao manter-se independente, ao contrário da maioria de seus concorrentes, a FSB tem acesso aos melhores parceiros de cada país e pode sempre escolher a agência internacional que melhor se ajuste à necessidade do cliente.

FSB tem parcerias nos principais mercados do mundo

Essa rede é mantida e ampliada por meio de um permanente processo de relacionamento, que inclui todos os anos a realização de diversas viagens internacionais e a participação nos principais eventos mundiais do setor. Não à toa os sócios da FSB Francisco Soares Brandão e Flávio Castro foram incluídos na lista dos 500 profissionais de Relações Públicas mais influentes do mundo pela revista americana *PRWeek*, a mais relevante publicação da área de RP.

Um dos principais destinos da equipe da FSB em 2016 foi o Vale do Silício, onde alguns dos principais projetos do mundo nas áreas de tecnologia da informação, biotecnologia, transportes e comunicação estão sendo gestados.

In addition to its New York-based operation, FSB has a broad network of international partnerships, among which with large multinational groups and independent and specialized agencies in major world markets. New York, Miami, London, Beijing, Tokyo, Buenos Aires, and Mexico City are examples of strategic cities in which the company frequently operates.

By remaining independent, unlike most of its competitors, FSB has access to the best partners in each country and can always choose the international agency that best fits its clients' needs.

FSB has partnerships in the world's major markets

*This network is maintained and enhanced through an ongoing relationship process, which, every year, includes several international trips and attending major global industry events. It is no wonder that *PRWeek* magazine, the most important publication in the RP area, listed FSB partners Francisco Soares Brandão and Flávio Castro among the 500 most influential public relations professionals in the world.*

One of FSB team's main destinations in 2016 was Silicon Valley, where some of the most important information technology, biotechnology, transport, and communication projects in the world are being gestated.

Um mestre na FSB

A master at FSB

Há 12 anos na empresa, o jornalista Wilson Figueiredo é, aos 92 anos de idade, uma inspiração para toda a equipe da FSB. Wilson continua trabalhando diariamente no nosso escritório. Um verdadeiro exemplo de pessoa e profissional.

Dono de uma das mais bem-sucedidas trajetórias da imprensa carioca e brasileira, Wilson atuou durante 47 anos no *Jornal do Brasil* e integrou a equipe que revolucionou a forma como se faz jornalismo no País.

Wilson é uma inspiração para toda a nossa equipe

Famoso pelo bom humor e por suas tiradas espirituosas, o jornalista é um atento observador da cena política. No ano passado, lançou o livro "De Lula a Lula: A arte de montar governos com palavras cruzadas", uma compilação de seus artigos publicados durante os dois mandatos do ex-presidente.

Sua carreira foi retratada, em 2011, na biografia "E a vida continua - A trajetória profissional de Wilson Figueiredo". O livro é uma verdadeira lição de História do Brasil, já que, como jornalista, Wilson acompanhou o fim do Estado Novo, registrou a esperança da Constituinte de 1946, relatou a tragédia de Vargas, o surgimento de um novo Brasil no período Juscelino, as instâncias de Jânio, o momento da instabilidade política, os anos de regime autoritário, o renascimento da democracia, as agruras da década perdida e a consolidação do regime democrático.

O lançamento da biografia fez parte das comemorações do 30º aniversário da FSB.

At the company for 12 years, the journalist Wilson Figueiredo is, at 92 years of age, an inspiration to all FSB staff. Wilson continues working at our office every day. He is a true example, both as a person and as a professional.

*With one of the most successful careers in the Rio and Brazilian press, Wilson worked at *Jornal do Brasil* for 47 years, and was part of the team that revolutionized the way we do journalism in the Country.*

Wilson is an inspiration to our entire team

Famous for his great mood and for his witty jokes, the journalist is a keen observer of the political scene. Last year, he launched the book "De Lula a Lula: A arte de montar governos com palavras cruzadas" (From Lula to Lula, the art of putting governments together with crosswords), a compilation of the articles he wrote during the former president's two terms.

His career was portrayed, in 2011, in the biography titled "E a vida continua - A trajetória profissional de Wilson Figueiredo" (And life goes on - The professional career of Wilson Figueiredo). The book is a true lesson in the History of Brazil, since, as a journalist, Wilson wrote stories on everything since the end of the so-called "New State," he registered the hope of the 1946 Constitution, reported on the Vargas tragedy, on the emergence of a new Brazil in the Juscelino era, on Quadros' inconstancies, on the times of political instability, on the years of the authoritarian rule, on the rebirth of democracy, on the plight of the lost decade, and on the consolidation of the democratic regime.

The biography was launched as part of the celebrations of FSB's 30th anniversary.

Backoffice e tecnologia

Backoffice and technology

Em 2016, a Administração da FSB fez grandes investimentos em automação de processos, atualização tecnológica e integração com o atendimento aos clientes. O objetivo foi ganhar agilidade e poder prestar cada vez melhores serviços às áreas-fim da empresa.

Em automação, o investimento se concentrou na aquisição, implantação e operação de ferramentas de Business Intelligence, que permitem hoje a geração de informações real time para a gestão da companhia. “Queremos tornar nossos processos cada vez mais ágeis e precisos, sempre em prol do negócio e do serviço ao cliente”, explica o sócio responsável pela Administração da FSB, Magno Trindade.

Empresa adquiriu novas ferramentas de Business Intelligence

Para isso, a empresa fortaleceu também a chamada área de Operações, responsável pela integração entre a gestão e o atendimento aos clientes. Núcleos em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília centralizam atualmente o desenvolvimento de propostas e acompanham todos os processos administrativos/financeiros relacionados aos clientes.

Na área de tecnologia, as prioridades foram a modernização de equipamentos e o aumento de capacidade. Os investimentos em 2016 incluíram a troca de servidores em todas as unidades da empresa, a atualização dos equipamentos de videoconferência, o aumento de capacidade dos links para 200 mega e a adoção da tecnologia de Voz sobre IP (Voip) na telefonia.

In 2016, FSB's Management made major investments in process automation, technology upgrades, and in integration with customer service. The goal was to gain agility and to be able to provide increasingly better services to the company's end areas.

In automation, investments focused on the acquisition, implementation, and operation of business intelligence tools that, today, enable the generation of real time information for the company's management. "We want to make our processes more and more agile and accurate, always in favor of the business and of customer service," explains the partner responsible for FSB Management, Magno Trindade.

The company acquired new business intelligence tools

To achieve this, the company also strengthened the so-called Operations area, which is responsible for the integration between the management and customer service. The São Paulo, Rio de Janeiro, and Brasília centers currently centralize proposal development and monitor all administrative/financial processes related to customers.

In the technology area, priorities were equipment upgrading and increasing capacity. Investments in 2016 included replacing servers at all business units, upgrading video conference equipment, boosting link capacity to 200 mega, and adopting Voice over IP (VoIP) telephony technology.

fsbcomunicação

Rio de Janeiro

Ipanema

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

Centro

Rua São José, 70
8º e 21º andares – Centro
CEP 20010-020 / tel. 55 21 2217.6500

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 1.400
5º e 6º andares – Itaim Bibi
CEP 04543-000 / tel. 55 11 3165.9596

Campinas

Av. José de Souza Campos, 900
sala 84 – Nova Campinas
CEP 13092-123 / tel. 55 19 3751.3600

Brasília

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

fsb.com.br