

RELATÓRIO
ANUAL

Annual Report

fsb
2017

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
- 06 **FSB: especialista em públicos**
FSB: Specialist in audiences
- 08 **Novo momento, nova estrutura**
New moment, new structure
- 10 **Corporativo**
Corporate
- 14 **Serviços e Finanças**
Services & Finances
- 18 **Contas Públicas**
Government
- 22 **Consumo**
Consumer
- 26 **Digital**
Digital
- 28 **Conteúdo**
Content
- 30 **Mais e melhores análises no ano eleitoral**
More and better analyses in the electoral year
- 33 **Gente**
People
- 34 **Compliance e princípios**
Compliance and principles
- 38 **Gestão**
Back office

Carta do sócio-fundador

Letter from the founding partner

A economia brasileira sofreu diretamente os impactos da crise e da instabilidade política em 2017. E o mercado de comunicação corporativa, incluindo a FSB, não foi uma exceção nesse cenário. Retração de orçamentos, clientes em dificuldades e aumento da inadimplência foram alguns dos desafios que enfrentamos. Mas, como é tradição na empresa, aproveitamos o momento difícil para mudar, transformar e adequar a FSB ao novo cenário da comunicação.

Fizemos o mais profundo processo de transformação organizacional da história da empresa, com o apoio de consultorias da área de gestão. Rompemos barreiras geográficas e apostamos na especialização de nossas equipes para tornar o atendimento aos clientes cada vez mais focado e customizado. Isso significou o fim do comando baseado nas cidades de nossos escritórios e o surgimento de quatro verticais especializadas, responsáveis pela atenção aos clientes de suas áreas em todo o País.

As quatro novas verticais são o Corporativo, Serviços e Finanças, Consumo, e Contas Públicas.

Como não poderia deixar de ser, o principal objetivo da mudança foi melhorar ainda mais a qualidade do atendimento aos clientes, trazendo para a empresa o que existe de mais atualizado no mundo em termos de gestão.

Valorizamos assim nosso conhecimento dos diversos setores da economia e fortalecemos a aplicação de nossa filosofia de trabalho de priorizar o foco na definição dos públicos de interesse como base para o desenvolvimento das estratégias de comunicação. O processo de transformação organizacional da FSB foi, portanto, orientado pelo nosso posicionamento de que “relações geram resultados”.

Priorizamos também o investimento na área digital. Para isso, trouxemos do mercado o executivo Diego Ruiz, que foi CFO de algumas das principais empresas multinacionais brasileiras. Ruiz terá um papel fundamental no processo de crescimento da FSB em São Paulo, onde estará baseado a partir deste ano.

Na área de atendimento, fortalecemos o conhecimento digital das equipes e reforçamos o time com profissionais com formações diferenciadas e complementares. A lógica é integrar cada vez mais ações online e off-line no planejamento de cada cliente. Um investimento importante, que vamos detalhar mais à frente, é o do aplicativo Spott, uma tecnologia que permite ao consumidor fazer compras de produtos que ele vê na TV ou em vídeos na internet.

Na área de gestão, uma prioridade absoluta foi o aprimoramento de nossos processos de controle e compliance. Criado em 2016, nosso

The Brazilian economy took a hit from the financial crisis and political instability in 2017. And the corporate communications market, including FSB, was no exception in this scenario. Budget retractions, clients in distress, and increased default rates were some of the challenges we faced. But, aligned with the company's tradition, we seized the difficult moment to change, transform, and adapt FSB to the new communications scenario.

We undertook the deepest organizational transformation process in the company's history, with support from management consulting firms. We broke geographic barriers and bet on team specialization to make customer service increasingly focused and customized. This meant the end of the command based in the cities where we have our offices and the emergence of four specialized verticals, responsible for serving the clients in their areas nationwide.

The four new verticals are Corporate, Services and Finances, Consumer, and Government.

The main purpose of the change was, of course, to further improve customer service, bringing cutting-edge management to the company.

This allowed us to value even more the knowledge we have about the various sectors of the economy and to reinforce the application of our work philosophy to prioritize our focus on defining the stakeholders as the base for developing communication strategies. FSB's organizational transformation process was, therefore, guided by our positioning that “relations generate results.”

We also prioritized investments in the digital area. In this process, we brought in from the market the executive Diego Ruiz, who had



O foco é
a qualidade
do atendimento
aos clientes

The focus is on the quality of
services provided to the clients

“ Fizemos o mais profundo processo de transformação da história da empresa

We undertook the deepest transformation process in the company's history



Francisco Soares Brandão,
sócio-fundador da FSB
Comunicação

Founding Partner of FSB
Comunicação

previously served as CFO at some of the main Brazilian multinational companies. Ruiz will play a key role in FSB's growth process in São Paulo, where he will be based as of this year.

In the customer service area, we strengthened the teams' digital knowledge and reinforced them with professionals with unique, complementary training. The logic behind this move is to integrate increasingly more online and offline actions in the planning for each client. An important investment, which we will detail later, was the Spott application, technology that allows consumers to shop for products they see on TV or on videos on the Internet.

In the management area, an absolute priority was improving our control and compliance processes. Created in 2016, our Compliance Committee has acted permanently to make sure our actions are always taken in accordance with our Code of Best Practices and Principles.

On behalf of the entire team, I would like to express my special thanks to our partner Tom Camargo, who left the company to develop projects in the education area. In his 15 years at the company, Tom played a key role in consolidating our presence in São Paulo and in leading some of the major projects in our history.

Finally, even faced with a negative scenario for Brazil and the market - FSB closed the year with a 15 percent drop in its revenues -, we wasted no time and continued working hard. We invested more and more in people, a tradition at FSB. We did our homework. And we are sure that we have prepared the company to resume growth with the recovery of the Brazilian economy.



Comitê de Compliance agiu permanentemente no sentido de garantir a correção de nossas ações e de promover o cumprimento de nosso Código de Melhores Práticas.

Eu gostaria de fazer aqui, em nome de toda a equipe, um agradecimento especial ao nosso sócio Tom Camargo, que deixou a empresa para desenvolver projetos na área de educação. Em seus 15 anos de trajetória na empresa, Tom teve um papel fundamental na consolidação de nossa presença em São Paulo e na liderança de alguns dos principais projetos de nossa história.

Para concluir, ressalto que, mesmo num cenário negativo para o Brasil e para o mercado – a FSB fechou o ano com uma queda de 15% no seu volume de negócios –, não perdemos tempo e continuamos a trabalhar duro. Investimos cada vez mais em gente, uma tradição da FSB. Fizemos o dever de casa. E estamos seguros de haver preparado a empresa para retomar uma trajetória de crescimento com a recuperação da economia brasileira.

FSB: especialista em públicos

FSB: Specialist in audiences

Em seus 37 anos de trajetória, a FSB sempre norteou sua atuação na crença de que a comunicação existe para gerar resultados concretos para os clientes. Para isso, a base de qualquer trabalho – para marcas, empresas, governos, políticos etc. – deve ser a correta identificação dos públicos de interesse. A partir daí nossos profissionais desenvolvem estratégias com o foco na construção de relações profundas, profícuas e duradouras, fundamentais para o atingimento dos objetivos de negócio de nossos clientes.

Essa filosofia está refletida no posicionamento de mercado da FSB – “Relações geram resultados” –, que traduz a essência do trabalho da empresa.

“Acreditar na importância de ajudar nossos clientes a estabelecer os relacionamentos corretos tem sido a base de nosso trabalho desde o início”, explica o sócio da FSB Marcos Trindade. “E tenho certeza de que esse é um dos segredos de nosso sucesso há tantas décadas.”

A filosofia da FSB se traduz também numa metodologia de trabalho que começa com um profundo entendimento do posicionamento corporativo e do plano de negócios de cada cliente. A partir desse entendimento, são definidos objetivos de comunicação atrelados a cada objetivo de negócio e, como consequência, os públicos-chave a serem atingidos.

Só então é desenvolvido um plano integrado de comunicação, com a definição dos melhores canais e ferramentas disponíveis para a execução do trabalho. A execução desse plano é acompanhada permanentemente pelo cliente, e suas diretrizes são revisadas periodicamente.

“Com essa metodologia, desenvolvemos a capacidade de estruturar planejamentos de comunicação que trazem resultados concretos para os negócios de nossos clientes, ao ajudá-los a identificar públicos e objetivos precisos”, afirma Trindade.

Desde a sua fundação, a FSB tem apoiado seus clientes em programas e estratégias para atingir diversos tipos de públicos. Um caso emblemático foi o trabalho realizado para o consórcio construtor da usina hidrelétrica de Belo Monte, o maior projeto do setor na última década e fonte de grande polêmica em nível internacional. O planejamento desenvolvido pela FSB ajudou o consórcio a lidar com públicos-chave extremamente complexos, como comunidades locais, ambientalistas, e imprensa nacional e internacional.



A comunicação existe para gerar resultados concretos para os clientes

Communication exists to generate concrete results for the clients

In its 37-year track record, FSB has always guided its work based on the belief that communication exists to generate concrete results for clients. Achieving this - for brands, companies, governments, politicians, etc. - requires stakeholders to be properly identified. Based on that, our professionals develop strategies focused on building deep, profitable, and lasting relationships, which are essential to achieve our clients' business objectives.

This philosophy is reflected in FSB's positioning - "Relations generate results" -, which translates into the essence of the company's work.

"Believing in the importance of helping our clients establish the right relationships has been the foundation of our work from the onset," explains FSB partner Marcos Trindade. "And I am sure that this has been one of the secrets to our success for so many decades."

FSB's philosophy also translates into a working methodology that begins with a deep understanding of each client's corporate position and business plan. Communication objectives linked to each business goal and, thus, to the key audiences to be reached, are set based on this understanding.

A FSB vem implementando também diversos projetos focados no consumidor final para marcas de produtos alimentícios e de limpeza e grandes players do varejo. Na área de turismo, desenvolveu estratégias para estimular a decisão de viagem de brasileiros para parques de diversão no exterior e de estrangeiros interessados em conhecer o Brasil. Vem ajudando ainda, entre outros projetos semelhantes, vários de seus clientes a conscientizar formadores de opinião contra a informalidade, o contrabando e a pirataria no mercado nacional.



Marcos Trindade, Flávio Castro e Magno Trindade, sócios da FSB Comunicação

Partners of FSB Comunicação

Only then is an integrated communication plan developed, which defines the best channels and tools available to do the work with. The client monitors the execution of this plan continuously, and its guidelines are reviewed periodically.

“With this methodology, we have developed the ability to structure communication plans that deliver concrete results to our customers’ business, by helping them identify accurate audiences and targets,” says Trindade.

Since its foundation, FSB has supported its clients in programs and strategies designed to reach different types of audiences. An iconic case was the work done for the consortium that built the Belo Monte Hydroelectric Power Plant, the largest project in the sector in the last decade, and a source of great controversy on the international level. FSB’s planning helped the consortium to deal with extremely complex key audiences, such as local communities, environmentalists, and the Brazilian and international press.

FSB has also been implementing several end-consumer focused projects for food and cleaning product brands and major players in retail. In the tourism area, it developed strategies to encourage Brazilians to travel to amusement parks abroad and foreigners to get to know Brazil. Among other similar projects, it has also helped several of its clients to raise awareness among opinion leaders against informality, smuggling, and piracy on the domestic market.



Novo momento, nova estrutura

New moment, new structure

A FSB passou em 2017 pelo mais profundo processo de transformação organizacional da história da empresa. Iniciado no final do ano anterior e apoiado por consultorias da área de gestão, o processo significou o fim de barreiras geográficas na estrutura da empresa e a adoção de um novo modelo baseado na especialização das equipes, similar ao adotado por grandes grupos na área de serviços em todo o mundo. Isso representou a criação de quatro verticais especializadas: Corporativo, Serviços e Finanças, Consumo e Contas Públicas.

“Terminamos com uma divisão geográfica ultrapassada e apostamos na especialização de nossos profissionais, sempre com o foco na melhoria da qualidade de nosso atendimento aos clientes”, explica o sócio-fundador da FSB, Francisco Soares Brandão.

A nova estrutura fortalece a aplicação da filosofia de trabalho da FSB de priorizar o foco na definição dos públicos de interesse para os clientes e no desenvolvimento de estratégias que os ajudem a estabelecer os relacionamentos que vão fazer diferença para seus negócios.

A mudança ajudou a FSB a manter sua posição de liderança no mercado de Comunicação Corporativa no Brasil e na América Latina. A agência ocupa ainda o 26º lugar no ranking mundial de agências, segundo o portal The Holmes Report e a revista PRWeek, duas das principais publicações internacionais de nosso setor.

A FSB possui cerca de 250 clientes fixos e uma equipe de 700 profissionais, divididos em escritórios no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Campinas e Nova York. A lista de clientes inclui alguns dos principais grupos nacionais e multinacionais em atuação no País, órgãos públicos em nível federal, estadual e municipal, associações setoriais e organizações não governamentais.



Modelo é baseado na especialização das equipes

The model is based on team specialization

In 2017, FSB underwent the deepest organizational transformation process in its history. Initiated in late 2016 and supported by management consulting firms, the process meant the end of geographical barriers in the company structure and the adoption of a new model based on team specialization, similar to that adopted by large groups operating out of the services area all around the world. This represented the creation of four specialized verticals: Corporate, Services and Finances, Consumer, and Government.

“We put an end to an outdated geographic division and bet on specializing our professionals, always focusing on improving the quality of the services we provide to our clients,” explained FSB founding partner Francisco Soares Brandão.

The new structure underpins the application of FSB’s working philosophy of prioritizing the focus on defining the stakeholders for the clients and on developing strategies that help them establish the relationships that will make the difference for their businesses.

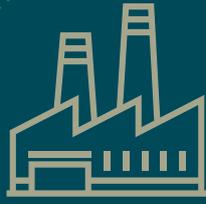
The move helped FSB maintain its leadership position in the Corporate Communications market in Brazil and Latin America. The agency also ranks 26th in the global ranking of agencies, according to The Holmes Report and PRWeek magazine, two of our industry’s leading international publications.

FSB has about 250 permanent clients and a team of 700 professionals, spread in offices in Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Campinas, and New York. The client list includes some of the major domestic and multinational groups operating in Brazil, public agencies at the federal, state, and municipal levels, industry associations, and non-governmental organizations.

As a Corporate Communication market leader, FSB offers its clients a wide range of services. In addition to traditional products such as media relations, advertising, and design, the company has structured itself to help its clients monitor, assess, act, and relate in the digital world and integrate this area into their communication and marketing plans.

To achieve this, in 2017 it structured the areas called FSB Intelligence and FSB Influence, capable of evaluating communication strategy effectiveness and of identifying online and offline influencers.

In today’s extremely troubled political and economic moment in Brazil, these two areas have helped FSB to excel in scenario monitoring projects and in providing strategic advice to its clients operating out of a variety of industries. These actions were supported by teams specialized in press relations, political analysis, relationships with the government, and opinion polls.



Corporativo
Corporate



Serviços e Finanças
Services & Finances



Contas Públicas
Government



Consumo
Consumer

Como líder no mercado de Comunicação Corporativa, a FSB oferece a seus clientes uma ampla gama de serviços. Além de produtos tradicionais, como o relacionamento com a mídia, publicidade, e design, a empresa se estruturou para ajudar os clientes a monitorar, avaliar, atuar e se relacionar no mundo digital e a integrar essa área em seus planejamentos de comunicação e marketing.

Para isso, estruturou em 2017 as áreas chamadas de FSB Inteligência e FSB Influência, capazes de avaliar a eficácia das estratégias de comunicação e identificar influenciadores nos mundos online e off-line.

No atual momento político-econômico extremamente conturbado do Brasil, essas duas áreas ajudaram a FSB a se destacar em projetos de monitoramento do cenário e de aconselhamento estratégico para clientes dos mais variados setores. As ações foram apoiadas por equipes especializadas em relacionamento com a imprensa, análise política, relacionamento com o governo e pesquisa de opinião.

Como não poderia deixar de ser, a área de gestão de crises foi outro destaque em 2017. A FSB apoiou clientes de diversos setores, como construção pesada, transportes, energia e serviços financeiros, a enfrentar questões públicas e proteger suas reputações.



Mudança ajudou a FSB a manter sua posição de liderança

Change helped FSB maintain its leadership position

Of course, the crisis management area was another highlight in 2017. FSB supported clients in a variety of industries - including heavy construction, transportation, energy, and financial services - in addressing public issues and protecting their reputations.

Corporativo

Corporate

Não se trata apenas de garantir exposição positiva e de defender a reputação dos clientes na arena pública, mas principalmente de usar as ferramentas de comunicação para resolver os desafios de negócio dos clientes. No começo de 2017, quando nasceu a vertical Corporativo, essa foi a profissão de fé do nosso time. Queríamos chegar ao final do ano podendo confirmar o novo posicionamento da FSB: “Relações geram resultados”.

A vertical Corporativo é o setor da FSB responsável pelo atendimento das áreas de indústria, agronegócio, logística, energia e infraestrutura, além das entidades setoriais e de classe. Cuidamos também de gestão de crises, marketing de causa e projetos de sensibilização e engajamento do Poder Público. Estamos no coração da economia e no centro do debate nacional e completamos nosso primeiro aniversário com o sentimento de que cumprimos à risca nossa missão.

Um fruto muito concreto do nosso trabalho de esclarecimento da opinião pública foram os primeiros leilões do programa de desestatização do sistema elétrico nacional, um trabalho que seguirá intenso. Apoiamos também o setor de petróleo a conquistar a reabertura do mercado de óleo e gás.

Subsidiamos o debate sobre a reforma trabalhista, dando projeção à voz das entidades que atendemos. Trouxemos à arena pública temas como o combate ao contrabando ou a simplificação regulatória no setor de telecomunicações.

Por meio de um trabalho de reconstrução de imagem, contribuimos para que um dos nossos clientes da área de infraestrutura voltasse a ter autorização para prestar serviços à Petrobras - o primeiro entre os que fecharam acordo de leniência da Lava Jato.



A FSB acredita em persuasão pelo poder da informação

FSB believes in persuasion based on the power of information

It is not just about ensuring positive exposure and defending the clients' reputation in the public arena, rather, above all, it is about using communication tools to solve their business challenges. In early 2017, when the Corporate Vertical was born, this was our team's profession of faith. We wanted to get to the end of the year and confirm FSB's new positioning: "Relations generate results."

The Corporate vertical is the FSB area responsible for serving the industry, agribusiness, logistics, energy, and infrastructure areas, as well as sector and class entities. We also take care of crisis management, cause marketing, and of Government awareness and engagement projects. We are at the heart of the economy and at the center of the national debate, and we have completed our first anniversary with the feeling that we have accomplished our mission.

A very concrete result of our work to clarify the public opinion were the first auctions held under the national electricity system privatization program, and work in this area will continue intense. We also supported the oil industry in its efforts to secure the reopening of the oil and gas market.

We subsidized the debate on the labor reform, giving projection to the voice of the entities we serve. We have brought issues such as combating smuggling or regulatory simplification in the telecommunications industry to the public arena.

By means of work focused on image reconstruction, we helped one of our clients operating in the infrastructure industry to regain authorization to provide services to Petrobras - the first among those who signed leniency agreements in the Lava Jato (Car Wash) case.

We projected the financial and quality soundness of the largest global animal protein company: The right and timely messages to stakeholders showed that the crisis the company went through had nothing to do with its operational routine.

Projetamos a solidez financeira e de qualidade da maior empresa global de proteína animal: as mensagens certas e tempestivas para stakeholders mostraram que a crise pela qual a companhia passou nada tinha a ver com a sua rotina operacional.

Na vertical Corporativo, partimos da premissa de que uma boa estratégia de comunicação depende da definição ultracalibrada dos públicos com quem o cliente terá de dialogar.

E uma boa estratégia não terá consequência virtuosa sem uma equipe sênior e especializada. Montamos na Corporativo um time fluente nos negócios dos nossos clientes. Nenhuma outra agência de comunicação entende tanto de soja, de megawatts, de zoneamento imobiliário ou de siderurgia, por exemplo. Nenhuma outra agência conta com nossa estrutura em Brasília para desenhar e disseminar mensagens. Acreditamos em persuasão pela informação, componente essencial da democracia.

Essa obsessão resultou em bons resultados para a Corporativo, mesmo num ano adverso da economia. Em 2017, conquistamos 22 clientes, entre eles Eletrobras, MRV, JBS, Boehringer e CNT (Confederação Nacional do Transporte).

In the Corporate vertical, we assume that a good communication strategy depends on the ultra-balanced definition of the audiences the client will have to dialog with.

And a good strategy will have no virtuous consequence without a specialized senior team. In the Corporate vertical, we set up a team that is fluent in our clients' businesses. No other communication agency understands soybeans, megawatts, real estate zoning or steel as much as we do, for example. No other agency has a structure like ours in Brasilia to design and disseminate messages. We believe in persuasion through information, an essential component of democracy.

This obsession afforded Corporate good results, even in an adverse year in the economy. In 2017, we onboarded 22 clients, among which Eletrobras, MRV, JBS, Boehringer, and CNT (the National Transportation Confederation).



“Sensibilizar e engajar públicos é o caminho para resolver desafios dos clientes

Sensitizing and engaging audiences is the path towards solving the clients' challenges



Melchiades Filho,
diretor da vertical Corporativo
director of the Corporate Vertical



Raio X Corporativo

Corporate Figures



Mais de
80
clientes

Over 80 clients

Atuação nas áreas

Areas of expertise

Indústria	<i>Industry</i>
Agronegócio	<i>Agribusiness</i>
Logística	<i>Logistics</i>
Energia	<i>Energy</i>
Infraestrutura	<i>Infrastructure</i>
Associações setoriais	<i>Trade associations</i>

Especialidades

Specialties

Estratégias de Comunicação Integrada	<i>Integrated Communication Strategies</i>
Gestão de Crises	<i>Crisis Management</i>
Marketing de Causa	<i>Cause Marketing</i>
Projetos de Sensibilização do Setor Público	<i>Public Sector Awareness Projects</i>
Comunicação Pró-Business	<i>Pro-Business Communications</i>

Serviços e Finanças

Services & Finances

A criação da vertical Serviços e Finanças, que reúne os clientes da FSB que atuam nesses segmentos, mostrou-se uma decisão acertada. Em linha com o novo posicionamento da agência, o estreitamento das relações com esses setores de atuação trouxe excelentes resultados para a FSB, a despeito de mais um ano desafiador para a economia brasileira.

De fato, o setor de serviços vem apresentando encolhimento no país desde junho de 2015, e só começou a apresentar melhora no segundo semestre de 2017. Normalmente, a área é a última a entrar em crise e também a última a sair. No caso do setor de intermediação financeira, a piora na inadimplência das famílias e empresas, com recorde no número de recuperações judiciais, levou a uma redução do crédito e ao aumento das provisões.

Mesmo diante desse cenário turbulento, cresceu o número de clientes nos segmentos de serviços e finanças atendidos pela FSB. Além do aumento de escala, a FSB obteve também crescimento na oferta de produtos e serviços para os clientes que já faziam parte da carteira de serviços e finanças. Os ganhos vieram por conta dessa interação maior com a carteira e com os prospectivos feita por um time de profissionais da FSB com profundo conhecimento da área e das diversas disciplinas de comunicação.

The creation of the Services & Finances vertical, which brings together the FSB clients operating in these segments, proved to be a wise decision. Aligned with the agency's new positioning, the closer ties with these areas afforded FSB excellent results, despite another challenging year for the Brazilian economy.

In fact, the services sector had been shrinking in the country since June 2015, and only began to improve in the second half of 2017. This area is typically the last to be affected by crises, but also the last one to emerge from them. In the case of the financial sector, the worsening of family and business default rates, with a record high in the number of court-supervised reorganizations, led to a reduction in credit and to an increase in provisions.

Even in the face of this turbulent scenario, the number of clients in the services and financial segments FSB serves grew. In addition to the increase in scale, FSB also grew its offer of products and services to clients that were already in our portfolio. The gains came from this increased interaction with the portfolio and prospects by a team of FSB professionals with in-depth knowledge of the area and of the various communication disciplines.

New trends that require a communication agency to have in-depth knowledge of its customers

Áreas de atuação

Areas of expertise

Bancos

Banks

Gestoras de Recursos

Wealth Management

Serviços Financeiros

Financial Services

Seguradoras e Resseguradoras

Insurers and Reinsurers

Consultorias

Consulting Firms

Escritórios de Advocacia

Law Firms

Private Equities

Private Equities



A FSB registrou crescimento na oferta de produtos e serviços na vertical

FSB experienced growth in product and service supply in the vertical

Estão se acelerando algumas tendências que exigem de uma agência de comunicação um conhecimento profundo de seus clientes. Os grupos empresariais, notadamente no setor financeiro, possuem demandas de alta complexidade que envolvem aspectos regulatórios, fiscais, concorrenciais e políticos. É crescente também a dificuldade em atrair a atenção dos públicos de interesse, dada a multiplicação de canais à disposição.

Adicionalmente, as grandes corporações se relacionam com variados públicos. A composição dessa matriz exige dos profissionais de comunicação muita proximidade com as causas defendidas por seus clientes, além de um amplo repertório de soluções que complementem o tradicional relacionamento com a mídia.

As perspectivas para o ano de 2018 são de melhora. A queda da inflação e a recuperação da massa salarial levaram a um aumento do consumo ao longo de 2017. A efetiva recuperação dos investimentos, que dará sustentação a esse novo quadro, ainda está na expectativa de maior clareza quanto ao quadro político do país, sendo certo que a eleição deve provocar volatilidade nos mercados. Esse cenário mais benigno da economia vai encontrar um time da FSB preparado para atender as mais diversas demandas de seus clientes.

are gaining momentum. Business groups, particularly in the financial sector, have high complexity demands that involve regulatory, tax, competition, and political aspects. There is also increasing difficulty in attracting the attention of audiences of interest, given the multiplicity of channels that are available

In addition, major corporations have relationships with a variety of audiences. The composition of this matrix requires communication professionals to be very close to the causes their clients defend and to have a broad repertoire of solutions that complement the traditional relationship with the media.

The outlook for 2018 is positive. Lower inflation rates and a wage recovery process led to an increase in consumption throughout 2017. A much needed surge in the investments rate is still waiting for greater clarity regarding the country's political framework, and the election is sure to cause volatility on the markets. This more benign scenario of the economy will find our team prepared to meet its clients' diverse needs.

“Grupos do setor financeiro possuem demandas de alta complexidade

Financial sector groups have high complexity demands



Alcides Ferreira,
diretor da vertical de Serviços e Finanças
Director of the Services & Finances vertical





Raio X Serviços e Finanças

Services & Finances Figures



Mais de
60
clientes com
atuação global

*Over 60 clients with
global presence*

Atuação nas áreas

Areas of expertise

Projetos de IPOs/
Aberturas de capital
Fusões e Aquisições

IPO Projects

*Mergers and
Acquisitions*

Recuperações
Judiciais

*Court-supervised
Reorganizations*

Disputas Societárias
Gestão de Crises

Corporate Disputes

Crisis Management

Contas Públicas

Government

Acreditar na comunicação como uma importante peça de utilidade pública. Essa é a diretriz da vertical de Contas Públicas da FSB. Compreendemos que é mandatório que as instituições públicas cumpram, de forma eficaz e segura, suas principais obrigações de transparência no regime democrático: informar o cidadão com agilidade e prestar contas em tempo real ao conjunto da sociedade.

A FSB Comunicação acumula ampla experiência no serviço às esferas federal, estadual e municipal, tendo entre seus princípios fundamentais o pluralismo e o apartidarismo. Agregamos uma equipe especializada em comunicação pública, com profissionais de larga trajetória nos principais veículos da mídia nacional e expertise atestada em soluções inovadoras de comunicação para órgãos ligados aos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Atender um cliente público traz uma complexidade única. Ter sempre em mente o zelo pela imagem e a reputação de uma instituição que está a serviço de uma nação, estado ou município é desafiador. E justamente por isso a FSB tem como premissa a qualidade na entrega: atendendo bem a eles, também estamos prestando um bom serviço aos cidadãos.

A unificação do atendimento de clientes públicos numa mesma diretoria, independentemente da localização geográfica, adotada em 2017, trouxe ganhos de sinergia e amplitude de ofertas de conteúdo. Seguindo regras rígidas de compliance e confidencialidade, passou-se a ter uma permanente troca de experiências entre os profissionais que trabalham em



A comunicação é um importante serviço de utilidade pública

Communication is an important service of public utility

Believing in communications as an important tool of public interest. This is the guideline followed by FSB's Government vertical. We understand that it is mandatory for public institutions to effectively and safely comply with their main transparency obligations in the democratic system: To inform citizens with agility and to be accountable to society as a whole in real-time.

FSB Comunicação accumulates extensive experience in providing services in the federal, state, and municipal spheres, with pluralism and non-partisanship among its fundamental principles. We have added a team specialized in public communications, with professionals with broad experience in the main Brazilian media outlets and proven expertise in innovative communication solutions for bodies with ties to the Executive, Legislative, and Judiciary.

Serving a public client is uniquely complex. Always keeping in mind the zeal for the image and reputation of an institution that is at the service of a nation, state or municipality is challenging. And it is precisely for this reason that FSB has delivery quality as a premise: By serving clients well, we are also rendering a good service to the citizens.

Unifying the provision of services to public clients in a same department, regardless of the geographic location, as adopted in 2017, brought gains of synergy and breadth to content offerings. Following strict compliance and confidentiality rules, we managed to establish a permanent exchange of experiences among professionals working on highly demanding and complex accounts. A national team was formed with enough muscle to reach the most diverse audiences.

A symbolic example of this new moment is digital solutions and tools, which re-invent themselves every day. Employed successfully at certain institutions, there is the incentive for them to be imported and adapted for others with similar characteristics. This has fostered the creation of unique expertise in Brazil, combining innovation and the renewal of ideas - always with respect for confidential data.

We have also made further progress in reporting to the oversight bodies at the various levels of government. While this is an obligation of all service providers, such as FSB, we create and follow standards that exceed legal requirements.

Because of all these factors, we are convinced that FSB has a team that is ready to serve the most diverse public institutions in the country, with good results and respect for democratic values and with a greater objective: To provide services that meet the citizens' information needs.

contas de alta demanda e complexidade. Formou-se um time nacional, com musculatura para atingir os mais diversos públicos.

Um exemplo simbólico desse novo momento está presente nas soluções e ferramentas digitais, que se reinventam a cada dia. Empregadas com sucesso em determinadas instituições, há o incentivo de que sejam importadas e adaptadas a outras que guardam características similares. Dessa forma, vai-se criando uma expertise única no Brasil, unindo inovação e renovação de ideias – sempre com respeito aos dados que requerem sigilo.

Também avançamos ainda mais no que diz respeito à prestação de contas aos órgãos de controle nas diversas esferas de Governo. Embora essa seja uma obrigação de todos os prestadores de serviços licitados, como é o caso da FSB, criamos e seguimos padrões que excedem as exigências legais.

Por todos esses fatores, estamos convictos de que a FSB tem um time preparado para atender as mais diversas instituições públicas no País, com bons resultados e respeito aos valores democráticos e com um objetivo maior: prestar serviços que atendam às necessidades de informação do cidadão.



Unificação do atendimento trouxe ganhos de sinergia e oferta de conteúdo

Service unification has brought gains in synergy and content offerings



Gabriela Wolthers e Renato Salles,
diretores da vertical Contas Públicas
directors of the Government vertical





Raio X Contas Públicas

Government Figures



28

clientes nos âmbitos
federal, estadual e
municipal

*28 clients in the federal, state,
and municipal spheres*



Mais de

200

profissionais especializados
em Comunicação Pública

*More than 200 professionals
specializing in Government
Communications*

Especialidades

Specialties

Estratégias de Comunicação Integrada
Campanhas de Utilidade Pública
Ações de Prestação de Contas
Comunicação Digital e Redes Sociais

*Integrated Communication Strategies
Public Utility Campaigns
Accountability Actions
Digital Communications and Social Networks*

Consumo

Consumers

A FSB Consumo está chegando ao seu terceiro ano com novas conquistas – destaque para a chegada do Hospital Sírio-Libanês, da Zeiss' Vision Care, da rede de academias Blue Fit, da InterCement, do Bondinho do Pão de Açúcar, do Shopping Rio Sul e da Hollister – e o desafio de manter um foco permanente em planejamento, criação e exploração de narrativas e storytelling, partindo do ambiente digital e permeando todos os canais e mídias.

Criada em 2015, a Consumo é uma vertical 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. A FSB Consumo utiliza diferentes ferramentas e tem como principal diferencial o entendimento do negócio de cada cliente para definir os objetivos de marketing e comunicação.



Investimos em soluções de comunicação com influenciadores digitais

We invest in communication solutions with digital influencers

Em 2017, um dos grandes investimentos da FSB Consumo foi na formulação de soluções para a comunicação com influenciadores digitais. Nesta frente, contratamos profissionais especializados para reforçar a equipe e desenvolvemos novos instrumentos, metodologias e métricas para aferir os resultados das ações realizadas.

FSB Consumer is reaching its third year with new achievements - a highlight is the onboarding of the Sírio-Libanês Hospital, of Zeiss Vision Care, the Blue Fit gym network, InterCement, of Bondinho do Pão de Açúcar, of Shopping Rio Sul, and of Hollister - and the challenge of keeping a permanent focus on planning, creating, and exploring narratives and storytelling, starting with the digital environment and permeating all channels and media.

Created in 2015, Consumer is a vertical dedicated to meeting the demands of the consumer goods and services industries, integrating digital marketing tools, brand management, branding, and public relations. FSB Consumer uses different tools and stands out because of its understanding of each customer's business, knowledge it uses to define their marketing and communication objectives.



In 2017, one of FSB Consumer's major investments was in formulating solutions for communications with digital influencers. On this front, we hired specialized professionals to strengthen the team and develop new tools, methodologies, and metrics to gauge the results of the actions taken.



Storytelling
Storytelling



Integração de canais
Channel Integration



Foco em públicos
Focus on audiences

O direcionamento da vertical Consumo para públicos diversos resultou em projetos que envolveram desde plataformas digitais de comunicação com médicos e nutricionistas até o lançamento de produtos voltados para nichos, com comunicação dirigida para técnicos e profissionais de saúde, além do contínuo envolvimento com os influenciadores digitais nas diversas categorias de produtos de consumo. O entendimento de cada um desses públicos e dos temas que os engajam nos permite ter insights e desenvolver conceitos criativos que permeiam os diversos canais e mídias.

Ainda há muito a ser feito e criado, mas a inquietude do time em projetos que requerem metodologias inovadoras e impõem a busca por soluções criativas e diferenciadas é a prova de que estamos no rumo certo: “caminhante, não há caminho, se faz caminho ao andar”, escreveu o poeta espanhol Antonio Machado. Da mesma forma, a FSB Consumo vai ganhando forma dia após dia, procurando agregar novas soluções e incorporar as melhores ideias para atender os atuais clientes e abrir novas portas.

Para 2018, a nossa meta é ampliar a oferta de produtos e serviços inovadores e capacitar a nossa equipe para dar conta desses novos desafios.



FSB Consumo chega ao seu terceiro ano de existência

FSB Consumer reaches its third year of existence

The Consumer vertical's targeting of diverse audiences resulted in projects that involved everything from digital communication platforms with physicians and nutritionists to the launching of products directed to niches, with communications aimed at health technicians and professionals, besides continuous involvement with the digital influencers in the consumer product categories. Understanding each of these audiences and the themes that engage them allows us to have insights and develop creative concepts that permeate the various channels and media.

There is still a lot to be done and created, but the team's restlessness in projects that require innovative methodologies and impose the pursuit of unique, creative solutions is proof that we are on the right track: “Walker, there is no path, you make it as you walk,” wrote the Spanish poet Antonio Machado. Likewise, FSB Consumer has been gaining shape day after day, seeking to add new solutions and incorporate the best ideas to serve current clients and open new doors.

For 2018, our goal is to expand the range of innovative products and services and empower our team to overcome these new challenges.



Raio X Consumo

Consumer Figures



27
clientes e
8
projetos
especiais
em 2017

*27 clients and 8
special projects
in 2017*

Áreas de atuação

Areas of expertise

Alimentação

Food

Varejo

Retail

Higiene e
Cosméticos

*Hygiene and
Cosmetics*

Saúde

Health

Produtos de
Consumo

Consumer Goods

Turismo

Tourism

Digital

Digital

O futuro é aqui e agora.

Não há tempo para permanecer na zona de conforto da comunicação unilateral. Em um mundo em que celulares se tornaram extensões do corpo das pessoas e em um Brasil em que há mais dispositivos móveis do que cidadãos, é hora de se indagar: sua empresa está pronta para uma transformação digital em uma velocidade sem precedentes?

Há ruptura de paradigmas em todo lugar. No modo de chamar por um carro, alugar quartos, pagar contas, gerar mídia. Moedas com alta valorização no mercado e que não pertencem a nenhuma nação ou tratado comercial já foram criadas, negociações bancárias já não são feitas mais em bancos.



Comunicação integrada traz resultados concretos para os negócios

Integrated communication brings
tangible results to business

É hora de se adequar ou sumir.

A FSB tem como objetivo principal levar este agora até você. Queremos mais do que atendê-los: queremos surpreendê-los, criar cases de sucesso, estar ao lado do cliente na hora da aposta e na glória. O futuro é agora e nós queremos ser os primeiros a torná-lo realidade para você.

Para isso, a FSB acredita na comunicação integrada como a forma mais concreta de obter resultados na era da transformação digital. Nada morreu, tudo se transformou. E, mais do que isso, nós acreditamos que os públicos-alvo precisam de voz. Afinal, será que termos tão utilizados no marketing convencional como “consumidor final” ainda fazem sentido

The future is here and now.

There is no time to stay put in the unilateral communication comfort zone. In a world where cell phones have become extensions of people's bodies, and in a Brazil where there are more mobile devices than citizens, it is time to ask: Is your company ready for digital transformation at an unprecedented speed?

There has been a break away from paradigms everywhere. In the way you call a cab, rent a room, pay bills, generate media. Currencies that have high appreciation rates on the market and belong to no nation and are under no trade treaty ever created, banking negotiations that are no longer done in banks.

It is time to adjust or vanish.

FSB's main goal is to take this now to you. We want more than to serve you: we want to surprise you, create successful cases, to stand by the client both when it is time to take chances and in times of glory. The future is now, and we want to be the first to make it come true for you.

To achieve this, FSB believes in integrated communications as the most concrete way of achieving results in the era of digital transformation. Nothing died, everything transformed. Moreover, we believe that audiences need a voice. After all, do terms that are so commonly used in conventional marketing, such as “end consumer” still make sense in our reality? No one is an end in the digital revolution, we are all means. In an era of online influencers, one in which the new generation aspires to be a professional youtuber, FSB has been gearing up to deliver innovative, integrated strategic communication plans to all its clients aligned with key international trends. Our motto is increasingly present in our daily lives: To deliver even more than the customer expects from us.

em nossa realidade? Ninguém é final na revolução digital, todos somos meios. Numa era de influenciadores online em que a nova geração almeja ser youtuber como profissão, a FSB tem se preparado para entregar aos seus clientes planos de comunicação estratégicos integrados e inovadores aliados às principais tendências internacionais. Nosso lema se torna cada vez mais presente em nosso cotidiano: entregar ainda mais do que o cliente espera de nós.

Um bom exemplo é a startup Spott, tecnologia que a FSB trouxe para o Brasil, em conjunto com a belga Appiness, e que pode tornar qualquer vídeo interativo, seja em primeira ou em segunda tela. Esta plataforma de social commerce, que, por reconhecimento de voz, identifica conteúdos em vídeo, permite que o espectador compre produtos exibidos ou que ele seja direcionado a conteúdos adicionais das campanhas das marcas em outras plataformas. O Spott vai ser lançado no Brasil em breve e queremos que os nossos clientes sejam os primeiros a fazer parte deste case internacional no Brasil.

A good example of this is the Spott startup, technology that FSB brought to Brazil, together with the Belgian company Appiness, that can make any video interactive, whether on a first or a second screen. This social commerce platform, which identifies video content through voice recognition, allows the viewer to buy featured products or to target additional brand campaign content on other platforms. Spott will soon be launched in Brazil, and we want our customers to be the first to be part of this international case in Brazil.



•••
Diego Ruiz,
diretor de Digital
director of Digital

Conteúdo

Content

O que faz a diferença em um mundo hiperconectado, onde a informação é abundante e o tempo escasso? Responder a essa pergunta – com um olhar singular para cada um de nossos clientes – é o desafio diário da FSB Inteligência, focada na mensuração da eficiência de estratégias de comunicação; da FSB Influência, que identifica os atores mais influentes de cada setor; e do Instituto FSB Pesquisa.

O dia começa cedo, com uma análise do cenário político no Brasil – síntese precisa das últimas 24 horas, sob um ponto de vista crítico e observador. Trata-se apenas do primeiro de milhões de dados que ainda serão coletados.

Mais de uma centena de painéis – em diferentes ferramentas – monitoram a imprensa e as redes sociais, buscando informação sobre a imagem e a reputação de segmentos, empresas, marcas, produtos

What makes the difference in a hyperconnected world where information is abundant, and time is scarce? Answering this question - with a unique look to each of our clients - is the daily challenge of FSB Intelligence, FSB Influence, and of the FSB Research Institute.

The day begins early, with an analysis of the political scenario in Brazil - a precise synthesis of the last 24 hours, from a critical and observant point of view. It is only the first of the million pieces of information that will still be collected.

More than a hundred panels - in different tools - monitor the press and the social networks. They seek information about the image and reputation of



Ana Busch,
diretora de Conteúdo
director of Content

ou pessoas – ou de seus concorrentes. Um time multidisciplinar trabalha para identificar tendências, oportunidades e riscos, e produz relatórios e alertas.

Desse trabalho cotidiano, surgiu o CENA, Capilaridade e Eficiência das Narrativas. Aliando os principais recursos de big data às análises e investigações de especialistas em comunicação, o CENA é uma plataforma poderosa de diagnóstico, que traz em seu algoritmo o DNA de 37 anos de expertise da FSB.



Objetivo é manter os clientes na vanguarda da informação

The goal is to keep the clients at the forefront of information

E, para medir e acompanhar a evolução do cenário de cada cliente, a FSB Inteligência criou o iCENA. Calculado a partir do cruzamento estatístico de uma série de parâmetros como eficiência das mensagens-chave, relevância do meio, sentimento do receptor, potencial de SEO e presença de elementos multimídia, entre outros, ele avalia – de forma inédita – tanto a comunicação na imprensa como nas redes.

Na esfera pública, desde julho, a FSB Influência divulga semanalmente o ranking Parlamentares, que compara a performance nas redes sociais de deputados federais e senadores, e, desde outubro, o ranking Presidenciáveis.

Para o mercado privado, a área lançou uma série de estudos sobre tendências de narrativas nas redes sociais, de Obesidade e Tabagismo a Entretenimento e Moda. Sobre esses cenários complexos, relatórios identificam influenciadores e apresentam indicadores inéditos, que cobrem do potencial de ROI à eficiência das ações.

Ainda em 2017, a pesquisa Mídia e Política, que mapeia os hábitos de consumo de informação de deputados federais e senadores, completou dez anos. E, pela primeira vez, identificou que o consumo de notícias por meios digitais se tornou prevalente.

Ao todo, FSB Inteligência, FSB Influência e o Instituto FSB Pesquisa produzem, juntos e de forma integrada, mais de 200 relatórios diários para manter nossos clientes sempre na vanguarda da informação no mercado.

segments, companies, or people - or their competitors. A multidisciplinary team works to identify trends, opportunities and risks, and produces reports and warnings.

From this daily work came CENA, Narrative Capillarity, and Efficiency. Combining the key big data features with communication expert analyses and investigations, CENA is a powerful diagnostic platform that brings the DNA of 37 years of FSB's expertise in its algorithm.

And, to measure and monitor the progress of each client's scenario, FSB Intelligence created iCENA. Calculated based on the statistical cross-referencing of a series of parameters such as key message efficiency, media relevance, the receiver's perception, SEO potential and the presence of multimedia elements, among others, it evaluates communications both in the press and in the networks in an unprecedented manner.

In the public sphere, FSB Influence has been publishing the ranking of politicians weekly, since July, comparing the performance of federal representatives and senators on the social networks, and, since October, the ranking of the possible presidential candidates.

For the private market, the area has launched a series of studies on narrative trends on social networks, from Obesity and Smoking to Entertainment and Fashion. In these complex scenarios, reports identify influencers and present unprecedented metrics that cover everything from the ROI potential to action efficiency.

Also in 2017, the Media and Politics survey, which maps the information consumption habits of federal representatives and senators, celebrated its tenth anniversary. And, for the first time, it identified that news consumption through digital means has become prevalent.

In all, together, FSB Intelligence, FSB Influence, and the FSB Research Institute produce more than 200 daily reports to keep our customers at the forefront of information on the market at all times.

Mais e melhores análises no ano eleitoral

More and better analyses in the election year

O desenvolvimento do mercado de comunicação exige um portfólio cada vez mais diversificado, para atender às igualmente cada vez mais variadas demandas dos clientes. Pensando nisso, a FSB estruturou um serviço de análise e acompanhamento da conjuntura, com o objetivo de sofisticar o aconselhamento às diversas ações no âmbito do trabalho comunicacional.

Os clientes recebem semanalmente, aos domingos ou segundas, uma análise prospectiva de conjuntura, que se diferencia exatamente por buscar tendências futuras. Ela se baseia no levantamento criterioso dos fatos e na costura isenta, com o objetivo de lançar luz sobre o que vem por aí. Tem sido uma ferramenta muito útil nestes tempos de permanente turbulência política.

Foi assim no impeachment de Dilma Rousseff, e também nas duas votações para (não) autorizar o STF a processar Michel Temer. Agora, em 2018, esse serviço se tornará mais essencial ainda, diante da imprevisibilidade do quadro eleitoral na sucessão do presidente da República. Será uma oportunidade para intensificar outra atividade do portfólio: as reuniões presenciais e apresentações.

Foram mais de 50 encontros em 2017, em São Paulo, Rio, Brasília e Belo Horizonte. Agora, em 2018, esse trabalho será intimamente conectado com as atividades do Instituto FSB Pesquisa, que se dedicará a fazer levantamentos da situação nacional e realizará também pesquisas eleitorais, incluindo uma série sobre a corrida presidencial. Tudo para oferecer uma bússola no cenário eleitoral mais pulverizado e imprevisível dos últimos 30 anos.

Os analistas da FSB estarão também a postos em 2018 para áudio e videoconferências, quando acontecimentos extraordinários exigirem um olhar em tempo real para avaliação de possíveis mudanças no cenário e seus efeitos imediatos no mercado e nos negócios. Como 2018 promete ser um ano de muitas idas e vindas eleitorais, acreditamos que será um serviço de forte utilidade para nossos clientes.

A FSB oferece ainda um minucioso acompanhamento de projetos e situações no Legislativo e no Judiciário, trabalho feito por demanda. Nossa equipe está presente nas comissões do Congresso e nas sessões dos tribunais superiores, recolhendo informações úteis para a orientação

The development of the markets require an increasingly diversified portfolio to meet customer's demands. With this in mind, FSB structured a scenario analysis and monitoring service aiming to fine-tune the guidance used to define any communications strategy.

Every week, on Sundays or Mondays, customers get an in-depth analysis of the situation that aims to identify future trends. It is based on the careful survey of the facts to shed light on what is coming. It has been a very useful tool in these times of permanent political turmoil.

That's what happened during the impeachment process of Dilma Rousseff, and in the two voting sessions (not) to authorize the Supreme Court to prosecute Michel Temer. Now, in 2018, this service will become even more essential given the unpredictable nature of the Presidential election. It will be an opportunity to intensify another product of our portfolio: Face-to-face meetings and presentations.

FSB organized more than 50 meetings in 2017, held in São Paulo, Rio, Brasília,

● ● ●
Analistas da FSB avaliam permanentemente o cenário político

FSB analysts assess the political landscape permanently

and Belo Horizonte. Now, in 2018, this work will be closely connected with FSB Research Institute's activities, which will undertake surveys of the national situation and conduct electoral polls, including a series on the Presidential race, all to offer a guiding view of the most diluted and unpredictable electoral landscape of the last 30 years.

In 2018, FSB analysts will also be ready for audio and videoconferencing when extraordinary events require a real-time analysis to assess possible changes in the scenario and their immediate effects on the market and business. As 2018 promises to be a year of many electoral comings and goings, we believe it will be an enormously useful service for our customers.

FSB also offers on-demand, detailed monitoring of projects and trends in the Legislative and Judiciary. Our team is present in congressional commissions and in the sessions of the superior courts, collecting useful information to guide companies and institutions dependent on the progress of specific issues in the power environment.

In sum, with the growing importance of political analyses to define communication strategies, FSB has sought to keep customers from being, in more colloquial words, "in the dark," or at the mercy of the informational brouhaha characteristic of these times of ubiquitous information distributed by global networks.

das empresas e instituições dependentes do desenvolvimento de temas específicos no ambiente do poder.

Em resumo, com a crescente importância da análise política para definir posicionamentos de comunicação, e não só, a FSB tem procurado evitar que os clientes fiquem, em palavras mais coloquiais, "no escuro", ou à mercê da balbúrdia informativa característica destes tempos de ubiquidade da informação distribuída em formato digital pelas redes mundiais.

Produtos da FSB na área de Política

FSB Products in the Political area

Monitoramentos de Conjuntura
Scenario Monitoring

Relatórios Analíticos
Analytical Reports

Reuniões de Análise e Debate
Analysis and Debate Meetings

Pesquisas Eleitorais e de Opinião
Electoral and Opinion Polls

Análises e Sondagens de Imprensa

Press Analytics and Surveys

Monitoramento e Análise de Tendências das Redes Sociais

Social Networking Trend Monitoring and Analysis



Alon Feuerwerker,
diretor de Política
director of Politics

● ● ●
Rio de Janeiro



● ● ●
Brasília



● ● ●
São Paulo



● ● ●
Campinas



Gente

People

Quando fundou a FSB, no início dos anos 80, Francisco Soares Brandão já tinha em mente que investir em gente seria um fator estratégico de sucesso para o negócio. Essa filosofia marcou a atuação da empresa em seus 37 anos de história. “Atuamos num setor em que contar sempre com a melhor equipe faz diferença”, afirma o sócio-fundador da FSB. “Para mim, isso estava claro desde o primeiro dia.”

Em 2017, a prioridade continuou a mesma. No ano passado, a área de Recursos Humanos da FSB implementou uma série de projetos para estimular a performance da equipe e promover o desenvolvimento de jovens profissionais.



Foco no estímulo aos jovens talentos da empresa

Focus on encouraging the company's young talents

Uma primeira iniciativa foi apostar na disponibilização de cursos e formações específicas para os profissionais que mais se destacaram no ano, segundo avaliações internas e dos clientes. Além disso, o RH implementou um programa de talentos, para identificar e estimular jovens profissionais da empresa com alto potencial. Foi criada ainda uma academia interna, para prover cursos e estimular a troca de conhecimento na equipe.

Para apoiar a área de gestão, o RH da FSB reuniu uma equipe de consultores externos para ajudá-lo no desenvolvimento do programa de metas da empresa para 2018, uma ferramenta de importância estratégica para o negócio. “Com esse programa, nossos principais executivos sabem exatamente quais são suas prioridades e podem acompanhar seu cumprimento com total agilidade”, explica o sócio responsável pela área de gestão da FSB, Magno Trindade.

When he founded FSB in the early 1980s, Francisco Soares Brandão already believed that investing in people would be a strategic success factor for the business. This philosophy marked the company's performance over its 37-year history. “We work in an industry in which always having the best team makes a difference,” says FSB's founding partner. “To me, that was clear from day one.”

In 2017, the priority remained the same. Last year, FSB's Human Resources department implemented a series of projects to encourage team performance and promote the development of young professionals.

A first initiative was to focus on the provision of courses and specific training for professionals who stood out the most during the year in accordance with internal and client evaluations. In addition, HR implemented a talent program to identify and encourage high-potential young professionals. An internal academy was created to provide courses and drive the exchange of knowledge in the team.

To support the management area, FSB's HR assembled a team of external consultants to assist it in developing the company's 2018 target program, a tool of strategic importance to the business. “With this program, our top executives know exactly what their priorities are and can monitor whether they are being met with great agility,” explains FSB managing partner Magno Trindade.

Compliance e princípios

Compliance and principles

A FSB vem ano a ano fortalecendo seus sistemas de controle, conduta e compliance para garantir a integridade e a correção de suas ações. Esse processo se consolidou em 2017, com o pleno funcionamento do Comitê de Compliance.

Em seus 37 anos de atuação, a FSB sempre buscou implementar um trabalho baseado em ética, qualidade e respeito à sociedade, aos clientes e aos profissionais que a construíram. A estruturação de um sistema formal começou em 2012, com o desenvolvimento e a extensa divulgação dos Princípios da FSB, listados neste relatório.

As demais iniciativas vieram nos anos posteriores, com destaque para a Revisão do Perfil do Sócio, o Processo de Reestruturação Societária da empresa, a criação da Área de Processos e Conformidade, a estruturação do Comitê Executivo, a publicação

FSB has been strengthening its control, conduct, and compliance systems year by year to ensure the integrity and correctness of its actions. This process consolidated itself in 2017, with the Compliance Committee coming into full operation.

In its 37 years of operations, FSB has always sought to implement work based on ethics, quality, and respect for society, clients, and for the professionals who built it. A formal system started being structured in 2012 with the development and extensive dissemination of the FSB Principles listed in this report.



A FSB atua de forma ética e afirmativa e não realiza trabalhos cuja finalidade seja destruir reputações.

FSB works ethically and affirmatively, and does not accept jobs that seek to destroy reputations.



Ano a ano, a FSB vem fortalecendo seus sistemas de controle e compliance para garantir a correção de suas ações.

FSB has been strengthening its control and compliance systems year by year to make sure its actions are proper.

do Código de Melhores Práticas e, finalmente, a instituição do Comitê de Compliance.

O Comitê foi criado para monitorar e supervisionar o cumprimento das normas dispostas no Código de Melhores Práticas. Esse Código aborda, em linhas gerais, os valores que orientam as atividades da FSB Comunicação e o comportamento de seus integrantes. É uma ferramenta para servir de guia à conduta pessoal e profissional dos sócios, administradores, funcionários, colaboradores, estagiários e prestadores de serviços regulares da FSB, devendo ser considerado como uma declaração do compromisso dos profissionais da empresa e de sua alta direção com as regras de ética empresarial e social, bem como com princípios da transparência, respeito à igualdade de direitos, à diversidade e de compromisso com a prestação de contas.

O Código reforça para todos os profissionais da agência que a FSB é uma empresa socialmente responsável, inserida na comunidade, e que constrói a sua trajetória com base nos seguintes princípios: confidencialidade no trato de informações e dados de seus clientes; honestidade no gerenciamento de seu patrimônio; qualidade e eficiência na prestação de serviços; responsabilidade na preservação de sua própria imagem; respeito como prática em seus relacionamentos internos e externos; e ética e transparência na condução de seus negócios.



A FSB sempre
buscou implementar
um trabalho baseado
na ética e no respeito

FSB has always sought to
implement work based on
ethics and respect

Other initiatives came in the following years, including the Review of the Partner Profile, the Corporate Restructuring Process, the creation of the Processes and Compliance Area, the structuring of the Executive Committee, the publication of the Best Practices Code and, finally, the creation of the Compliance Committee.

The Committee was created to monitor and supervise compliance with the standards set forth in the Best Practices Code. This Code covers, in general terms, the values that guide FSB Comunicação's activities and the behavior of its staff. It is a tool to guide the personal and professional conduct of FSB partners, managers, employees, trainees, and regular service providers, and it should be considered as a statement of the commitment of the company's professionals and of its senior management with the rules of business and social ethics, as well as with principles of transparency, respect for equal rights, diversity, and commitment to accountability.

The Code reinforces to all agency professionals that FSB is a socially responsible company, inserted in the community, one that builds its track record based on these principles: Confidentiality in the treatment of its clients' information and data; honesty in managing its assets; quality and efficiency in service delivery; responsibility for preserving its own image; respect as a practice in its internal and external relationships; and ethics and transparency in conducting its business.

OS 10 PRINCÍPIOS DA FSB • THE 10 PRINCIPLES OF FSB



01 IMAGEM E REPUTAÇÃO • IMAGE AND REPUTATION

A FSB acredita que toda pessoa ou instituição tem o direito de avaliar e compreender sua imagem pública e de se comunicar adequadamente com a sociedade para zelar por sua reputação.

FSB believes that every person or institution has the right to assess and understand their public image and communicate properly with society to uphold its reputation.



02 RESULTADOS • RESULTS

A FSB acredita que a comunicação é um instrumento vital para pessoas e organizações e que, quando desenvolvida de forma profissional, traz excelentes resultados.

FSB believes that communication is a vital instrument for people and organizations and that, when developed professionally, brings excellent results.



03 ÉTICA • ETHICS

A FSB atua de forma ética e afirmativa e não realiza trabalhos cuja finalidade seja destruir reputações. A FSB é, no entanto, firme na defesa dos interesses legítimos de seus clientes e da própria agência.

FSB works ethically and affirmatively and does not engage in work to destroy reputations. FSB does, however, firmly defend the legitimate interests of its clients and the agency.



04 ISENÇÃO • IMPARTIALITY

A FSB acredita no valor da informação isenta, e seu trabalho junto à mídia e aos formadores de opinião é pautado no respeito e na correção.

FSB believes in the value of impartial information, and its work with the media and opinion leaders is based on respect and integrity.



05 REMUNERAÇÃO COMPATÍVEL • COMMENSURATE REMUNERATION

A FSB tem o compromisso de oferecer o melhor resultado a seus clientes e como meta entregar sempre mais do que ele espera. E assim ser remunerada de forma compatível com seu trabalho, de acordo com valores praticados pelo mercado.

FSB is committed to provide its clients with the best results and aims to always deliver more than expected. It is therefore compensated in a manner that is commensurate with its work, in line with sums charged in the market.



06 RELAÇÃO COM OS CLIENTES • RELATIONSHIPS WITH CLIENTS

A FSB está sempre atenta para não representar simultaneamente clientes que tenham conflitos de interesse. Só o faz com o conhecimento das partes e sua prévia autorização.

FSB is always careful not to simultaneously represent clients who have conflicts of interest. It only does so provided all parties are aware and have given their prior authorization.



07 SIGILO • CONFIDENTIALITY

A FSB coloca sob sigilo e dentro das regras de confidencialidade todas as informações obtidas na relação com os clientes e na execução de seus trabalhos.

FSB maintains the confidentiality of all information obtained through its relationships with clients and in the performance of its work.



08 INDEPENDENTE E APARTIDÁRIA • INDEPENDENT AND NONPARTISAN

A FSB é pluralista e apartidária e escolhe seus clientes com base no convencimento de que pode realizar um trabalho correto, ético e de qualidade.

FSB is pluralist and nonpartisan and chooses its clients based on the conviction that it can deliver a correct, ethical and high-quality work.



09 TECNOLOGIA • TECHNOLOGY

A FSB investe fortemente em novas tecnologias para oferecer a eficiência e celeridade que seu trabalho exige. Mas acredita que nenhuma tecnologia substitui o conhecimento, a inventividade e a criatividade humanas.

FSB invests heavily in new technology to enhance the efficiency and agility needed for its work. However, it believes that no technology can replace human knowledge, inventiveness and creativity.



10 GENTE • PEOPLE

A FSB acredita na importância do mérito e da iniciativa, assim como na evolução e realização profissional das pessoas. Para isso, garante a todos remuneração justa. Afinal, o maior patrimônio da FSB é o seu corpo de sócios, funcionários e colaboradores, que trabalham dentro dos princípios citados neste documento.

FSB believes in the importance of merit and initiative, as well as in the professional development and realization of people. Thus, it ensures that everyone receives fair compensation. Ultimately, FSB's greatest asset is its team of partners, employees and collaborators, who operate in accordance with the principles cited in this document.

Gestão

Back office

A área de gestão da FSB trabalhou em 2017 para estar cada vez mais próxima das atividades-fim da empresa. Para isso, consolidou um conjunto de ferramentas para apoiar a gestão das unidades e verticais. “Nosso foco foi ajudar as áreas de negócio a melhorar sua performance e seus resultados, com base em três pilares estratégicos”, afirma o sócio-diretor da FSB, Magno Trindade.

O primeiro pilar foi o programa conhecido internamente na empresa como “Pra Valer”, que monitora e avalia a qualidade das entregas das equipes aos clientes. A empresa fez inclusive uma pesquisa com os clientes para poder mensurar seu nível de satisfação com o trabalho da FSB.

O segundo pilar foi o apoio às estratégias comerciais de cada área, com o suporte de informação e de assessoramento na área jurídica, de definição de preços, monitoramento de custos, contratos etc. Já o terceiro se baseou no fortalecimento do uso de ferramentas de Business Intelligence para garantir o acesso dos gestores a informações de qualidade fundamentais para o desenvolvimento dos negócios.

Outra prioridade em 2017 foi o fortalecimento de duas áreas estratégicas: Jurídico e, principalmente, Recursos Humanos, ambas tratadas com detalhe neste relatório.

Tendo que entregar resultados num ano extremamente desafiador para o País, a área de gestão da FSB priorizou também um amplo trabalho de redução de custos em todos os setores da empresa. O esforço, liderado pelo setor de suprimentos, rendeu excelentes resultados.



Prioridade foi estar mais perto das atividades-fim da empresa

The priority was to be closer to the company's core activities

In 2017, FSB's management worked to be increasingly closer to the company's core activities. To this end, it consolidated a set of tools to support the management of the units and verticals. "Our focus has been to help business areas improve their performance and results based on three strategic pillars," said FSB managing partner Magno Trindade.

The first pillar was the program known internally as "Pra Valer" (For Good), which monitors and evaluates the quality of the teams' deliveries to the customers. In fact, the company carried out a survey with customers to measure their level of satisfaction with FSB's work.

The second pillar was the support given to each area's commercial strategies, with the support of information and advice in the legal area, of price setting, cost monitoring, contracts, etc. The third one was based on strengthening the use of business intelligence tools to make sure that managers have access to quality information that is fundamental to business development.

Another priority in 2017 was the strengthening of two strategic areas: Legal, and, in particular, Human Resources, both of which addressed in detail in this report.

Having to deliver results in an extremely challenging year for the country, FSB's management also prioritized extensive cost reduction work across all company departments. The effort, led by the supply department, yielded excellent results.

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

Brasília

SHS Quadra 6, conj. A, bloco E

Ed. Business Center Park, conj. 713

CEP 70322-915 / tel. 55 61 3323.1072

Campinas

Av. José de Souza Campos, 900

sala 84 – Nova Campinas

CEP 13092-123 / tel. 55 19 3751.3600

fsb.com.br