



**GERDAU**

O futuro se molda



**BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO**

**CASE PRÊMIO JATOBÁ 2022**

Categoria: Comunicação com  
Comunidade

# A Gerdau

A Gerdau é a maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo. No Brasil, também produz aços planos e minério de ferro, atividades que ampliam o mix de produtos oferecidos ao mercado e a competitividade das operações. Em janeiro de 2021, completou 120 anos de uma história de solidez, contribuição para o desenvolvimento e legado para a sociedade. Hoje, a companhia de capital aberto possui operações na América, Europa e Ásia e está presente em nove países com mais de 36 mil colaboradores, sendo 11 mil colaboradores em Minas.



## GERDAU EM NÚMEROS

32 **unidades** produtoras de aço

Presença industrial em **9 países**

75 **lojas** da Comercial Gerdau

36 mil **colaboradores(as)** diretos(as) e indiretos(as) no mundo

Ações **negociadas** nas bolsas de São Paulo (B3), Nova York (NYSE) e Madri (Latibex)

11 milhões **de toneladas de sucata em aço** transformada por ano nas operações do Brasil e no mundo

250 mil **hectares de base florestal**, entre plantios de eucalipto e áreas de preservação

2 **minas** de minério de ferro

A **receita líquida** totalizou R\$ 78,3 bilhões

# Em Minas, solo fértil para crescer

O negócio da Gerdau não começou em Minas Gerais, mas foi no estado que encontrou solo fértil para crescer.

**O acolhimento mineiro lhe permitiu criar raízes,** começando por Barão de Cocais, em 1988, com a compra da primeira usina no estado e que ainda se encontra em operação. Também em Minas, na cidade de Ouro Branco, a Gerdau mantém sua maior usina siderúrgica, e nos municípios de Divinópolis, Barão de Cocais e Sete Lagoas estão localizadas as demais operações.

A Gerdau constituiu uma base florestal renovável para produção de carvão vegetal, que é utilizado como biorreator na fabricação de ferro gusa e aço. Atualmente, esta base florestal é composta por 250 mil hectares de floresta, sendo que pelo menos 90 mil hectares são destinados à conservação da biodiversidade.

A vocação do estado também abriu campo para que a companhia em 2010 passasse a produzir minério de ferro nos municípios de Itabirito e Ouro Preto. A matéria-prima é utilizada para abastecimento próprio das usinas no estado.

**Uma mineiridade construída também com a influência dos cerca de 11 mil colaboradores diretos que a companhia mantém no estado.** Com uma atuação voltada para o desenvolvimento das regiões onde atua, somente em Minas Gerais a Gerdau apoia 152 projetos sociais que alcançam milhares de pessoas, além de iniciativas de educação ambiental que já beneficiaram 465 mil pessoas por meio do Programa de Educação Ambiental Gerdau Germinar. Na frente cultural, a empresa é **mantenedora do MM Gerdau - Museu das Minas e do Metal,** localizado na Praça da Liberdade, em Belo Horizonte, que em 2019 chegou à marca de um milhão de visitantes.

# DESAFIO



# DNA brasileiro, com “sobrenome” gaúcho

Em 2021, a Gerdau completou 120 anos. Uma trajetória que começou em 1901, com **uma pequena fábrica de pregos em Porto Alegre**, e hoje se consolida como a maior produtora de aço do Brasil e uma das maiores da América. Uma história formada por cinco gerações de uma família de empreendedores, que enche de muito orgulho os brasileiros e, principalmente o povo gaúcho.

Um dos fatos que perfeitamente pode evidenciar a identificação do povo gaúcho com a companhia é a pesquisa Marcas de Quem Decide, do tradicional Jornal do Comércio (RS). Historicamente, a Gerdau tem estado na liderança na categoria empresa do ano eleita pela população. Na última edição do ranking, a 24ª, divulgada em abril de 2022, a **Gerdau mais uma vez esteve no topo da categoria**, se consolidando como a empresa que é “a cara” dos gaúchos. Na pesquisa a companhia fica à frente de outras também tradicionais empresas como Tramontina, GM, Grupo RBS, Marcopolo e Banrisul.



Pela forte conexão com o Rio Grande Sul, esse “sobrenome” gaúcho da Gerdau expandiu as fronteiras do estado e ganhou uma percepção nacional por parte, inclusive, da imprensa. São inúmeras matérias jornalísticas que historicamente adjetivam a Gerdau como a siderúrgica gaúcha, por exemplo.

Neste contexto que se desenha, **o principal desafio da Gerdau é se aproximar mais dos mineiros pelo aspecto afetivo e emocional.**

A companhia chegou em Minas Gerais em 1988, por meio da compra da Cimetal Siderurgia (ex-CBUM), em leilão realizado na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, no dia 21 de novembro de 1988. Ou seja, o primeiro contato com o estado não foi para construir algo, e sim uma aquisição.

A partir desta compra, a Gerdau não parou mais de investir e crescer em Minas Gerais, tornando-se hoje uma das principais empresas do estado quando se fala em geração de impostos e empregos. Além do viés econômico, a Gerdau foi criando raízes em Minas por meio ações que contribuíram para o desenvolvimento socioambiental do estado.

O poema, já atribuído a Fernando Sabino, a Guimarães Rosa e a Carlos Drummond de Andrade, mas que é de autoria do poeta e escritor da cidade de Patrocínio (MG), José Batista de Queiroz, traz

**um pouco do que é ser mineiro.**

**Ser mineiro** é não dizer o que faz, nem o que vai fazer.

É fingir que não sabe aquilo que sabe.

É falar pouco e escutar muito.

É passar por bobo e ser inteligente.

É vender queijos e possuir bancos.

*Um bom mineiro não laça boi com embira, não dá rasteira no vento, não pisa no escuro, não anda no molhado, não estica conversa com estranhos, só acredita na fumaça quando vê o fogo, só arrisca quando tem certeza, não troca um pássaro na mão por dois voando.*

**Ser mineiro** é dizer UAI e ser diferente;

É ter marca registrada, é ter história.

**Ser mineiro** é ter simplicidade e pureza,

humildade e modéstia,

coragem e bravura,

fidalguia e elegância.

**Ser mineiro** é ver o nascer do sol e o brilhar da lua;

é ouvir o cantar dos pássaros e o mugir do gado;

é sentir o despertar do tempo e o amanhecer da vida.

**Ser mineiro** é ser religioso, conservador,

cultivar as letras e as artes;

é ser poeta e literato,

é gostar de política e amar a liberdade,

é viver nas montanhas e ter vida interior.

Parafraseando parte do poema do escritor José Batista de Queiroz, destaca-se o trecho **“não estica conversa com estranhos, só acredita na fumaça quando vê o fogo”**, essencialmente rico para traduzir o que é o desafio de criar conexões em Minas, se foi percebido como um estranho. Para prosperar em Minas Gerais é fundamental superar a barreira da desconfiança.

E a percepção de ser empresa “forasteira” em Minas Gerais, sempre se colocou como uma barreira para a Gerdau de fato ser aceita pelos mineiros. Por mais que a relação com o estado seja de mais de três décadas, com forte contribuição socioeconômica, era preciso ir além para **demostrar o quanto a Gerdau está de fato conectada e comprometida com Minas e com o povo mineiro.**

Como hoje **70% das operações da Gerdau estão em MG** e os principais investimento de expansão também estão previstos para acontecerem no estado. Torna-se mais urgente a superação do desafio e ganhar a aceitação dos mineiros, como uma empresa que de fato se considera também mineira.

## FOLHA DE S. PAULO

FOLHA 100 EMPRESAS CENTENÁRIAS

Fábrica de pregos **gaúcha**, Gerdau se tornou a maior produtora de aço do Brasil

Trajectoria de 120 anos é alcançada em valores, afirma Jorge Gerdau, o presidente do conselho

Leo Gerchmann

**SÃO PAULO** Quando se fala sobre o Grupo Gerdau e seus 120 anos de existência, uma palavra é mencionada por todos: valores. Em entrevistas à **Folha**, o ex-presidente do conselho, **Jorge Gerdau Johannpeter, que herdou a empresa do seu bisavô**, lembra que o respeito a alguns pilares pétreos está no seu DNA.

Já Gustavo Werneck, atual presidente-executivo do grupo, enfatiza que esses valores se mantêm de forma rígida, mas que precisam ser atualizados periodicamente.

Ou seja, a maior produtora de aço do Brasil —e uma das maiores do mundo— completou 120 anos em 16 de janeiro amparada em valores essenciais, mas buscando se reinventar a partir deles.

A Gerdau tem dois grandes desafios, explicitados internamente com o objetivo de gerar mais valor para seus clientes, especialmente nas Américas, e com uma organização ainda mais sustentável, em todas as suas dimensões.



Fábrica de Pregos Forças de Paris em Porto Alegre (RS) em 1901. A Gerdau, fundada em 1901



**Impresa nacional e mineira chamando a**

**Gerdau de empresa gaúcha**

## ESTADO DE MINAS

### Siderúrgicas apresentam bons resultados no 1º trimestre

Em relação aos resultados nos primeiros três meses do ano, as indústrias apresentaram melhora no desempenho

Postado em 11/05/2014 10:07 / atualizado em 11/05/2014 12:15

As siderúrgicas brasileiras apresentaram no primeiro trimestre do ano um resultado forte, mas a percepção de que os próximos períodos serão “desafiadores” ganhou a cena. Ao estimarem um ambiente mais adverso no segundo trimestre, diante de um baixo crescimento da economia e dos feriados adicionais do ano, os executivos das empresas focam em contínua melhora operacional.

Para a siderúrgica **gaúcha**, que obteve lucro líquido de R\$ 44,0 milhões, alta de 175% ante o registrado no mesmo trimestre do ano passado, a percepção de melhora nos demais mercados em que atua, como Europa e Estados Unidos, é um fator positivo a favor da empresa.

## DESAFIO

# Futuro passa também por Minas

Desde que chegou em Minas Gerais, em 1988, a Gerdau não parou de investir e crescer no estado. **Atualmente 70% das atividades da companhia estão localizadas em Minas.**

No ano em que comemorou seus 120 anos, a Gerdau reforçou ainda mais a solidez de seu relacionamento com Minas Gerais. Em agosto de 2021, em evento realizado no Museu de Minas e Metais, em Belo Horizonte, anunciou **investimentos de mais de R\$ 6 bilhões para os próximos cinco anos no estado.** Esse recurso será aplicado em três eixos principais, voltados à expansão, à modernização e ao aprimoramento de práticas ambientais e sociais. A expectativa é que sejam **gerados mais de seis mil empregos diretos e indiretos.**

Contudo, Minas Gerais passou a ser um **estado desafiador** para ampliação de seus negócios, principalmente com o **aumento do nível de criticidade e resistência da sociedade mineira quanto às atividades de siderurgia e mineração,** principalmente após os acidentes com barragens em Mariana e Brumadinho.

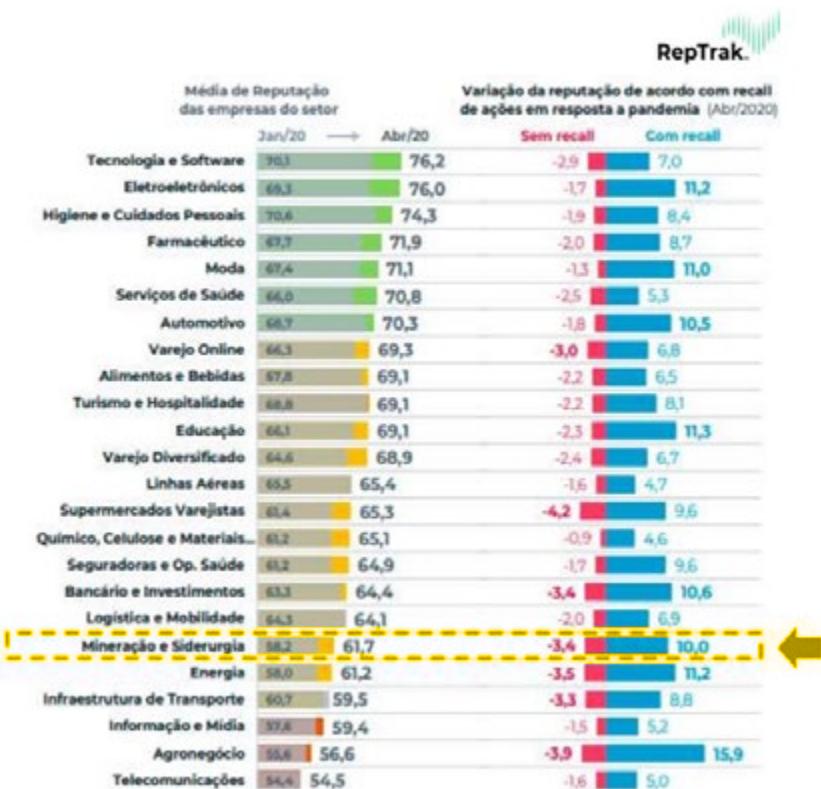
Mesmo a Gerdau possuindo

**um dos modelos de produção de menor impacto ambiental do mundo,**

devido principalmente à sua matriz de reciclagem de sucata e ao cultivo de florestas de eucalipto, a produção de aço, um produto essencial na vida das pessoas, também é tema de muita polêmica em relação ao seu impacto ambiental.

Segundo estudos do International Energy Agency (IEA), a siderurgia responde por quase 10% da produção de carbono global, e é considerada pela sociedade uma das maiores ameaças para as mudanças climáticas do planeta.

Dados divulgados pelo Reputation Institute, em 2020, reforçam a **difícil reputação do setor no Brasil.**



Diante de um plano robusto de investimentos no estado para os próximos anos, para a Gerdau se tornou, mais do que nunca, indispensável se posicionar como **uma empresa que investe em Minas Gerais e criar um ambiente favorável por parte da opinião pública.**

# DESAFIO

**A Gerdau, ciente de toda associação que carrega como uma empresa tradicionalmente gaúcha, há mais de 120 anos, teve o desafio de criar mecanismos, por meio de uma robusta estratégia de comunicação, para estabelecer uma forte conexão afetiva e emocional com a população mineira, e passar a ser enxergada como uma empresa mineira de coração e que busca a cada dia valorizar mais o que é de Minas Gerais.**

**Adicional a esse desafio, soma-se o fato de encontrar um cenário desafiador para o setor de siderurgia e mineração, por conta de crises ambientais recentes.**



# ESTRATÉGIA



## ESTRATÉGIA

# Brasileira de nascimento. Mineira de coração

---

Em 2021, ano que comemorou 120 anos, a Gerdau posicionou Minas Gerais como um de seus principais pólos de investimento para os próximos anos. Uma companhia brasileira, mas que encontrou em terras mineiras espaço para seu crescimento e planejamento de futuro. Uma relação que merecia ser celebrada e principalmente que estivesse traduzida em seu posicionamento institucional de marca no estado. Foi dessa necessidade que, em 2021, a Gerdau instituiu em Minas Gerais o posicionamento **Brasileira de Nascimento. Mineira de Coração.**

A partir do novo posicionamento institucional, foi desenhado um **planejamento de comunicação com os seguintes objetivos:**

- \* Propor iniciativas que traduzem a conexão da Gerdau com o estado de Minas Gerais.
- \* Trabalhar por meio de suas comunicações, narrativas que apresentem conexões histórias únicas e emocionantes.
- \* Reforçar iniciativas da marca nos aspectos social, econômico, cultural e ambiental.



## ESTRATÉGIA

# Plano tático

---



# DESENVOLVIMENTO



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

## Anúncio do Plano de Investimento

Mais que comunicar, era preciso envolver, por isso, o ponto de partida para estabelecerem novo posicionamento “Brasileira de Comunicação, Mineira de Coração” iniciou de maneira emblemática por meio de um evento realizado no MM Gerdau - Museu da Minas e do Mateus, imponente prédio histórico localizado na Praça da Liberdade, em Belo Horizonte (MG), no qual foi anunciado um robusto **plano de investimento da Gerdau no estado, totalizando R\$ 6 bilhões para os próximos 5 anos.**

O encontro com stakeholders estratégicos foi pensando tanto para criar um fato que marcasse o compromisso da Gerdau de seguir apostando e investindo no estado, quanto para criar uma agenda de relacionamento que propiciasse fortalecer as conexões e laços entre os executivos da empresa e convidados.

DIRETORIA DA GERDAU COM  
AUTORIDADES NO EVENTO  
DE ANÚNCIO DO PLANO  
DE INVESTIMENTOS EM MG



\* **Evento no MM Gerdau.**

Realizado no início de agosto de 2021, com a presença da diretoria da Gerdau e autoridades como: Paulo Brant (vice-governador de MG), Flávio Roscoe (presidente da Federação das Indústrias de Minas Gerais), prefeitos dos municípios de Ouro Branco, Conselheiro Lafaiete, Itabirito e Congonhas.

\* **Coletiva de imprensa.**

Realizada com o CEO da Gerdau, Gustavo Werneck e o vice-presidente Corporativo de Estratégia, Marcos Faraco, que contaram em detalhes quais os investimentos e onde seriam alocados.



10 **veículos**  
**presentes**

2 **veículos presentes**  
**virtualmente**

## REPERCURSÃO ANÚNCIO PLANO DE INVESTIMENTO

# Resultados imprensa

91 **matérias**  
**publicadas\***

60.766.757  
**pageviews**

**Valoração:**  
R\$ 4.009.292

\*O total de publicações monitoradas entre os dias 06 e 09 de agosto.

## DESTAQUES DA COBERTURA REGIONAL

- \* O Tempo
- \* Estado de Minas
- \* Diário do Comércio
- \* Hoje em Dia
- \* Rádio Itatiaia
- \* Rádio Super
- \* TV Record
- \* TV Alterosa
- \* TV Band

58 **matérias regionais**



## DESTAQUES DA COBERTURA NACIONAL

- \* Valor Econômico
- \* CNN Brasil online
- \* Época Negócios
- \* Uol
- \* Istoé Dinheiro
- \* R7

33 **matérias nacionais**





Anúncio  
do Plano de  
Investimento

## REPERCURSÃO ANÚNCIO PLANO DE INVESTIMENTO

# Resultados redes sociais

Autoridades políticas e importantes stakeholders repercutiram o anúncio do Plano de Investimentos da Gerdau em suas redes sociais.



**ROMEU ZEMA**

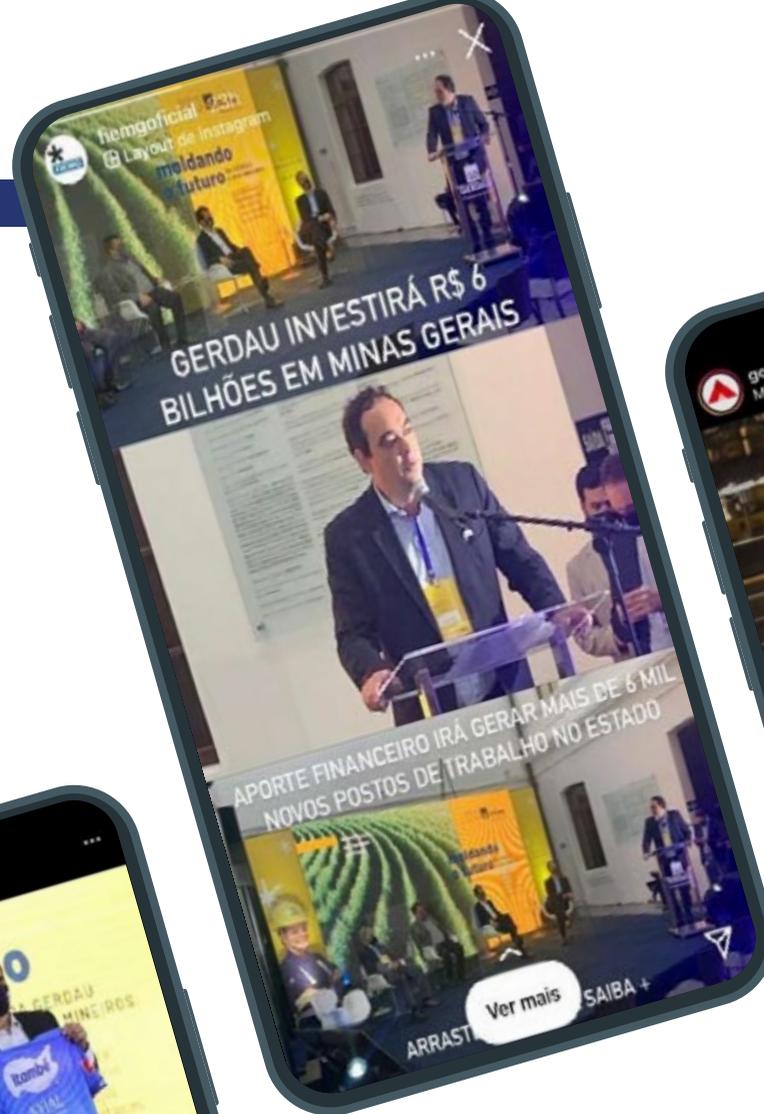
Governador MG



**PAULO BRANT**

Vice-governador MG

**FIEMG**  
Federação das  
Indústrias de  
Minas Gerais



**ESTADO**

Governo de MG

BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Campanha  
Publicitária

A Gerdau sabe do orgulho dos mineiros pela sua cultura e foi buscando a valorização da mesma, que a Companhia introduziu o conceito “Brasileira de nascimento. Mineira de coração”.

A campanha traz como protagonista o seu principal ativo: o **MM Gerdau – Museu das Minas e do Metal**, que conta com o patrocínio direto da Gerdau.

O Prédio Rosa da Praça da Liberdade, sede do Museu, foi inaugurado em 1897, juntamente com Belo Horizonte. Tombado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (IEPHA), o edifício passou por meticuloso trabalho de restauro, que constatou que a decoração interna seguiu o gosto afrancesado da época, com vocabulário neoclássico e art nouveau. O projeto arquitetônico para a nova finalidade do Prédio Rosa, que já foi Secretaria do Interior e da Educação, foi feito por Paulo Mendes da Rocha e a expografia, que usa a tecnologia como aliada da memória e da experiência, é de Marcello Dantas.



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Campanha  
Publicitária

Aberto ao público desde 22 de junho de 2010, o **MM Gerdau se consolidou como uma instituição reconhecida no setor cultural do país.** Já são mais de um milhão e 325 mil pessoas que visitaram o Museu neste período, com acesso gratuito e informações acessíveis sobre os patrimônios cultural e geológico de Minas Gerais e do Brasil.

### Nova campanha de imagem da Gerdau em Minas Gerais

O Brasil nasceu no coração de Minas,  
mas encontrou no Estado a grande força  
para construir o presente. Por isso, na luta  
em que comemoramos 100 anos de independência,  
estamos lançando uma campanha de comunicação  
que mostrará a conexão das nossas atividades  
com a sociedade mineira.

Tendo como slogan "Brasileira de nascimento,  
mineira de coração", a campanha, que buscará  
reconectar os funcionários mineiros, apresentando a ascendência  
da Gerdau em Minas, terá sua primeira fase destacando  
nossa ação e cultura, com ênfase nos princípios  
gerais. Já, na fase a ser lançada, a conexão será  
feita durante os intervalos da Fabricação, da Te Dúbia,  
apenas para o Estado de Minas Gerais.

Mas são colaboradores e colaboradores  
que nos ajudam a construir essa história todos os dias,  
esta conexão foi a essência em primeira mão e primeiro  
filme publicitário que mostra o espírito da Gerdau  
em MM Gerdau - Minas das Minas e do Brasil.

CLIQUE AQUI



**E-MAL MKT  
COLABORADORES**

**FILME  
PUBLICITÁRIO  
DA CAMPANHA**



\*Clique aqui ou acesse  
o QRcode e assista

A campanha publicitária foi **veiculada em diversos meios de comunicação** como: televisão, rádios, internet, jornais e OOH, além das redes sociais da companhia. Como parte de sua estratégia de comunicação, a Gerdau desdobrou também as **peças para seus colaboradores.**



**ANÚNCIO EM  
ÔNIBUS DE  
CIRCULAÇÃO  
INTERNA NAS  
UNIDADES DA  
GERDAU EM  
MINAS GERAIS**



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Campanha  
Publicitária

## OUTRAS PEÇAS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA



ANÚNCIOS  
MÍDIAS  
IMPRESSAS



ANÚNCIO  
JORNAIS



ANÚNCIO  
PORTAIS DE  
NOTÍCIAS

SPOTS PARA  
RÁDIO



GIFTS PARA  
INTERNET E  
REDES SOCIAIS

\*Clique aqui  
ou acesse o  
QRcode e ouça

## MM Gerdau homenageia os mineiros

Para homenagear os mineiros, o espaço ganhou, entre os dias 7 e 14 de dezembro de 2021, uma **projeção no próprio edifício** assinada pelos artistas Rafael e Ricardo Cançado, responsáveis pelas projeções realizadas no Cristo Redentor nos réveillons de 2019 e 2020.



\*Clique aqui ou acesse o QRcode e assista

*Mapping* – técnica que consiste na projeção de vídeo em objetos ou superfícies irregulares – comemorativo aos 120 anos, onde mostrou o olhar de conexão e harmonia entre a natureza e os minerais.



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Campanha  
Publicitária

## Webséries

Atualmente, a Gerdau desenvolve com as comunidades cerca de **130 projetos** nas frentes de geração de renda, empreendedorismo, habitação, cultura, esporte, educação ambiental, entre outras. No ano de 2021, foram cerca de **R\$ 47 milhões investidos**, somente em Minas Gerais. Para dar visibilidade a essa atuação e como parte de sua estratégia de posicionamento de ser mineira de coração que apoia iniciativas de desenvolvimento em Minas Gerais, a companhia buscou na plataforma digital o formato para transmitir toda emoção dos beneficiados pelos projetos.

Brasileira  
**de nascimento.**

Mineira  
**de coração.**

O NOVO POSICIONAMENTO  
INSTITUCIONAL ABRIU  
TODOS OS VÍDEOS

Por isso, em 2021, a Gerdau lançou uma websérie dentro da campanha Mineira de Coração, onde os **próprios participantes dos projetos contavam suas histórias, mostrando a importância dos projetos e como a parceria com a empresa é decisiva** para o alcance de resultados. A captação foi realizada nas sedes dos projetos ou nas cidades onde acontecem. Os **vídeos** foram divulgados em todas as plataformas digitais da companhia, além da comunicação interna, por meio de email marketing para os colaboradores.

Com vídeo, é possível transmitir muita informação por meio de imagem, áudio, música, lettering e animação. Todos esses estímulos ajudam a atrair de forma mais fácil a atenção do espectador e, conseqüentemente, engajá-lo. Os vídeos também são mais fáceis de serem compartilhados nas redes sociais.



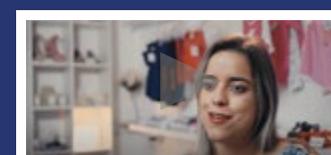
**Casa de Música de Ouro Branco.**  
A Gerdau é apoiadora desde 1993.

\* [Clique aqui](#) e assista



**Gerdau Germinar. Programa de Educação Ambiental** que a Gerdau desenvolve há mais de 30 anos.

\* [Clique aqui](#) e assista



**Gerdau Transforma. Programa de apoio ao empreendedorismo nas comunidades.**

\* [Clique aqui](#) e assista



**Associação de Cultura Afro de Ouro Branco.**  
Gerdau é apoiadora, desde 2000..

\* [Clique aqui](#) e assista



**Coral Canarinhos de Itabirito.** Coral que há 47 anos forma jovens artistas, apoiado pela Gerdau.

\* [Clique aqui](#) e assista



**Parceria com Agência de Desenvolvimento local para apoiar as comunidades vizinhas.**

\* [Clique aqui](#) e assista



**Apoio à Associação Adolecer para a Vida,** que acolhe crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

\* [Clique aqui](#) e assista



**Superando Desafios. Programa de Capacitação Empresarial** promovido pela Gerdau, em parceria com o Sebrae.

\* [Clique aqui](#) e assista



**História da caminhoneira Amanda,** da comunidade vizinha que fez capacitação para ser motorista de caminhão.

\* [Clique aqui](#) e assista

O relacionamento com a imprensa é um pilar fundamental para construção de reputação em Minas Gerais. Nos últimos anos, os setores de mineração e siderurgia estiveram em pauta, decorrentes das tragédias ambientais ocorridas no estado. Estreitar relacionamento com esse público, se tornou parte fundamental da estratégia de posicionamento da Gerdau.

Para isso, foi construído um planejamento baseado em encontros de relacionamento e programação de divulgação, por meio de assessoria de imprensa, de uma robusta agenda positiva na mídia do estado, com o intuito de reforçar a imagem da Companhia e as seguintes **mensagens-chave:**

- \* marca empregadora;
- \* empresa inovadora;
- \* diversidade e inclusão nos recursos humanos;
- \* ligação afetiva com Minas Gerais, ressaltando o estado como pólo estratégico do negócio;
- \* compromisso com a responsabilidade ambiental e relacionamento com a comunidade.

Foram realizados cerca de **15 encontros presenciais e virtuais com representantes da mídia mineira.** Paralelo a um importante trabalho de aproximação institucional dos executivos da Companhia, por meio de visitas às lideranças dos principais veículos de comunicação do estado.

Um dos destaques, foi uma **agenda na TV Globo Minas, onde editores e repórteres assistiram à palestra do Head of Corporate Communications da Gerdau, Pedro Torres,** que falou sobre os desafios do setor siderúrgico e esclareceu dúvidas.





Relacionamento com a imprensa

# Destaques na mídia

A partir dessa iniciativa, a Gerdau alcançou seu melhor resultado histórico na mídia mineira em comparação a 2020, com **recorde de matérias positivas, cerca de 2500, um crescimento de 57% e redução de 48% de inserções negativas em relação ao ano anterior.**



**INVESTIMENTO DE R\$ 6 BI EM MINAS**

Jornal Estado de Minas



**GERDAU 120 ANOS**

Artigo jornal Estado de Minas



**ABERTURA EDITAL ARTE E CULTURA**

Jornal O Tempo



**PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO PARA MULHERES**

Jornal Estado de Minas



**INVESTIMENTO NO CINTURÃO VERDE, EM DIVINÓPOLIS**

G1 MG - Centro-oeste



**VAGAS DE TRABALHO PCD**

Bom Dia Minas, TV Globo

Em maio de 2022, a Gerdau anunciou a parceria com o Rock in Rio Brasil 2022 e passa a ser o aço oficial do festival e a fornecedora de aço para o **Palco Mundo**, onde ocorrerá os principais shows, com grandes nomes da música nacional como Ivete Sangalo, Alok, Sepultura e Djvan, e internacional como Iron Maiden, Justin Bieber, Guns n' Roses, Dua Lipa, Green Day, Cold Play, entre outros.

Como grande parte do aço que ganhará o Palco Mundo sairá das usinas da Gerdau em Minas Gerais, a companhia preparou uma press trip exclusiva para jornalistas de Minas Gerais para acompanhar in loco o evento de lançamento, realizado no Rio de Janeiro e comandado pela cantora Ivete Sangalo, que contou também com a participação do CEO da Gerdau, Gustavo Werneck, e do CEO do Rock in Rio, Luis Justo. Foi oferecido aos jornalistas transporte e alimentação custeados pela Gerdau.

O Palco Mundo, que será feito de aço Gerdau, um produto 100% reciclável, ganhará proporções nunca vistas na história do festival, que é realizado desde 1985 aqui no Brasil. Sua estrutura modular contará com quase 200 toneladas de aço – equivalentes a fabricação de 200 carros – que serão utilizadas na cenografia com visual imponente e moderno.



IVETE SANGALO COM O CEO DA  
GERDAU, GUSTAVO WERNECK

Mais que uma ação em busca de repercussão positiva da pauta demonstrando a aplicação do “açó mineiro” no principal palco do maior festival de música e entretenimento do mundo, a estratégia de levar os jornalistas visava uma aproximação e fortalecimento da relação.



Mara Bianchetti · 2ª  
Repórter multimídia com vasta experiência em economi...  
3 m · 🌐

Quando escolhi fazer #jornalismo, mal podia imaginar o que estava por vir, as conquistas que eu alcançaria, as pessoas que eu conheceria ou sobre o que eu iria aprender. Tem muito ainda por vir, eu quero crer. Até aqui já sou tão realizada e grata... mas o jornalismo sempre me surpreende e engrandece. Na semana passada, me proporcionou participar de uma coletiva de imprensa do #RockinRio. Isso por si só já seria épico. Mas ficou ainda mais interessante quando a Gerdau levou o assunto #açó e nossas #MinasGerais para a pauta - ou melhor - para o Palco Mundo do maior evento de música do planeta. É claro que isso virou notícia Brasil à fora. E eu estava lá. E o que não poderia ser melhor ficou ainda mais mágico com a presença de #IveteSangalo - figura ímpar de nossa música brasileira. E eu que tenho o #AXÉ como ritmo preferido, que não perco um só #Carnaval e que sou louca por #Salvador não poderia, naquele momento, fingir costume. Pedi uma foto sim (que tremeu pela emoção) e curti o poket show praticamente exclusivo e que de poket não teve absolutamente nada. Depois, com a adrenalina controlada, voltei para o corpo, se é que me entendem, e garanti a manchete do Diário do Comércio com direito a informação exclusiva e em 1ª mão. Ao final do dia um sentimento bom no peito de dever cumprido e de gratidão por tudo o que o jornalismo me dá. Do pão de cada dia, ao meu casamento (alô Emerson Pancieri, te amo) até a realização de sonhos. Que venha mais, muito mais! 🥳🥳🥳🥳

Leia a matéria aqui <https://fnkd.in/dXKSQ8iP>



MARA BIANCHETTI PRINCIPAL JORNALISTA DE ECONOMIA DO JORNAL DIÁRIO DO COMÉRCIO

REGISTRO DO AEROPORTO INTERNACIONAL EM CONFINS COM PARTE DOS JORNALISTAS MINEIROS QUE FORAM ACOMPANHAR A COLETIVA DE IMPRENSA DO RIO DE JANEIRO, DO LANÇAMENTO DO ROCK IN RIO



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Relacionamento  
com a imprensa

## REPERCURSÃO MÍDIA MINEIRA ANÚNCIO PARCERIA ROCK IN RIO

Estiveram presentes na coletiva promovida pela Gerdau **18 veículos do estado**. Com destaque para os jornais **O Tempo**, **o Diário do Comércio** e **o Estado de Minas** que repercutiram o lançamento nas versões impressa e online. Compareceram dois influencers, que acompanharam em tempo integral a coletiva nos stories do Instagram.

## Principais veículos

O TEMPO

ESTADO DE MINAS

Super

DC DIÁRIO DO  
COMÉRCIO

BHAZ



## Resultados em números

64 matérias  
publicadas  
100% positivas

18 veículos  
presentes

39 entrevistas/  
depoimentos  
100% positivas\* 0% negativas\*

## Principais porta-vozes

**Gustavo Werneck**  
CEO

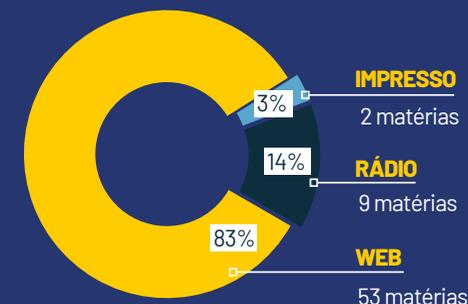
**Rubens Pereira**  
VP Executivo da Gerdau

**Roberta Medina**  
VP do Rock in Rio

**Luis Justo**  
CEO do Rock in Rio

**Ivete Sangalo**

## Matérias por mídia



## REPERCURSÃO MÍDIA MINEIRA ANÚNCIO PARCERIA ROCK IN RIO



\*Clique aqui  
ou acesse  
o QRcode  
e assista a  
reportagem da  
Band Minas



\*Clique aqui  
ou acesse o  
QRcode e assista  
a reportagem  
da TV Alterosa  
(SBT)



O Brasil é um país que respira esportes. E em Minas Gerais não poderia ser diferente. E essa paixão pelos esportes e, conseqüentemente pelos clubes favoritos gera uma simbiose que extrapola o racional e entra totalmente no imaginário dos torcedores.

## Patrocínios esportivos



**A pesquisa do IBOPE Repucom classifica como superfã a pessoa que se declara “muito interessada” por um determinado esporte. De longe, o futebol aparece com o maior número de fanáticos. Quando analisados os superfãs de diversos esportes, os dados apontam comportamento bem característico: habitualmente buscam as mais diversas alternativas para acompanhar transmissões esportivas, muito mais que a média. Considerando que esses conteúdos são majoritariamente transmitidos ao vivo e que existe um forte sentimento de imediatismo, eles não enxergam problemas em usar o meio que estiver ao seu alcance naquele momento específico.**

Os dois clubes de maior torcida de Minas Gerais ocupam espaço de relevância nesse cenário. O Atlético Mineiro hoje ocupa a 8ª posição entre os clubes com maior número de seguidores, com a marca pouco acima de 9,4 milhões. Enquanto o Cruzeiro é o 9º colocado com cerca de 8,6 milhões de seguidores. Quando a mensuração é exclusiva da rede social Instagram, o Atlético mineiro é o 4º clube com maior número de seguidores no país.

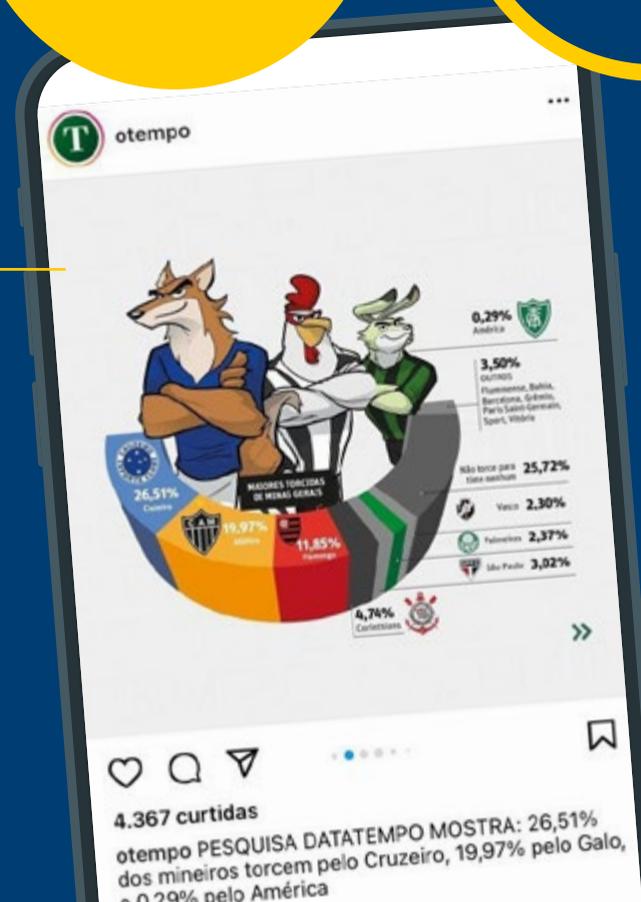
[Dados Ibope Repucom](#)

Patrocínios  
esportivos

BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Quando falamos de futebol, Minas Gerais tem duas torcidas predominantes: Atlético-MG e Cruzeiro. As torcidas dos clubes juntas respondem por 75% do total de pessoas que se dizem interessadas por futebol, segundo pesquisa realizada pelo DATATEMPO, em outubro de 2021.

Com relação à mensuração do nível de engajamento nas redes sociais, o futebol também demonstra claramente a sua força. Em 2021, os **clubes brasileiros somam 24,6 milhões de novas inscrições em suas redes sociais**, maior volume de toda a série histórica. E após retomada do calendário regular dos campeonatos de futebol, pós pandemia, o primeiro semestre de 2022, registra cerca de **16 milhões de inscrições nas redes dos clubes brasileiros**, o melhor resultado para o período de toda a série histórica. O volume de novos seguidores em mídias sociais de clubes de futebol é o maior dos últimos seis anos.



Quando o assunto é o voleyball, pode-se dizer que o esporte que mais desperta algum interesse entre brasileiros conectados: **96 milhões de brasileiros se declaram interessados pela modalidade**, o que representa **87% dos brasileiros** conectados com 18 anos ou mais, segundo levantamento realizado em junho de 2022, pelo Ibope Repucom.

A pesquisa ainda revela que o **voleyball é um dos esportes mais praticados do Brasil**, atingindo 19% dos internautas brasileiros. Índice muito próximo a Corrida de Rua (21%), Andar de Bicicleta (22%) e Jogar Futebol (22%), que lideram a lista das atividades esportivas mais praticadas.

**Amparado pelos estudos disponíveis e pela sua política de valorização do esporte, a Gerdau decidiu apoiar e buscar parcerias que valorizassem essas duas modalidades esportivas. A decisão de se associar aos clubes reconhecidos por suas trajetórias no estado vai ao encontro da estratégia de posicionamento, que busca promover uma conexão emocional e afetiva com milhões de mineiras e mineiros, por meio da paixão pelos seus clubes.**



Patrocínios  
esportivos

BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO



# Incentivo ao esporte mineiro

## Minas Tênis Clube

O Minas Tênis Clube é o **clube mais tradicional de Minas**, com cerca de 80 mil sócios, entre eles os principais formadores de opinião de Minas Gerais, como juizes, desembargadores, lideranças políticas e nomes representativos do esporte. Além de ser reconhecido, como um importante pólo de formação de atletas.

O acordo com o Clube tornou a Gerdau patrocinadora máster das equipes feminina e masculina de vôlei. A parceria entre Gerdau e Minas, que teve início em 2021, também se estende às categorias de base do Clube. Atualmente, a Gerdau patrocina o projeto Formação e Desenvolvimento de Atletas, que prepara jovens para se tornarem atletas de alto rendimento, além de apoiar o projeto social que prevê escolas de vôlei e futsal voltadas para crianças em situação de vulnerabilidade social de cidades mineiras onde a Gerdau possui operações.



CEO DA GERDAU, GUSTAVO WERNECK  
COM OS ATLETAS DO MINAS TÊNIS  
CLUBE, NO ANÚNCIO DA PARCERIA



\* [Clique aqui](#) ou acesse o QRcode e assista o vídeo de anúncio da parceria



\* [Clique aqui](#) ou acesse o QRcode e assista o vídeo de do projeto social

## REPERCURSÃO MÍDIA PARCERIA COM O MINAS TÊNIS CLUBE

Em junho de 2022, a Gerdau anunciou a renovação da parceria com o Minas Tênis Clube. A iniciativa fez a visibilidade do nome da Gerdau crescer substancialmente na imprensa.

Junto com o trabalho de assessoria de imprensa, a Gerdau realizou uma campanha publicitária on e offline falando da **"Parceria de Aço"**, associada ao mote central de posicionamento: Brasileira de Nascimento. Mineira de Coração.



Conhecendo a torcida apaixonada do clube, realizou uma série de ativações na arena do Minas Tênis Clube, como a disponibilização de **batecos com a logo da empresa.**



Todas essas ações eram acompanhadas de reverberação nas redes sociais do Minas Tênis Clube e da Gerdau. O post de renovação da parceria atingiu mais de

**100 mil pessoas com cerca de 20 mil interações.**

Já a publicação da final da final da Superliga 21/22, vencida pelo time feminino teve mais de

**20 mil curtidas.**



BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
MINEIRA  
DE CORAÇÃO

Patrocínios  
esportivos

## REPERCURSÃO MÍDIA PARCERIA COM O MINAS TÊNIS CLUBE

Além da exposição de marca no pay tv, por meio da cobertura do canal SportTV aos jogos da Superliga, o patrocínio também rendeu uma **exposição de marca em nível nacional na TV Globo**, com a exibição dos jogos das finais durante o programa Esporte Espetacular, aos domingos.

FINAL SUPERLIGA  
MASCULINA 2022



REVISTA DO MINAS ENVIADA AOS SEUS MAIS DE 80 MIL SÓCIOS, GRANDE PARTE, FORMADORES DE OPINIÃO MINEIROS

Na imprensa, desde que anunciou a parceria, a Gerdau teve **mais de 2200 citações e matérias associadas à iniciativa**.





A Gerdau também promoveu ações com seus colaboradores. Foram realizados sorteios de ingressos para os jogos e camisas. O sorteio de camisas, por exemplo, veio por meio de ações nas redes sociais, que condicionavam à participação para aquelas pessoas que marcassem a Gerdau e usassem a **#ParedaçoGerdau**.



COLABORADORES  
DA GERDAU COM  
SEUS FAMILIARES NOS  
JOGOS DA SUPERLIGA

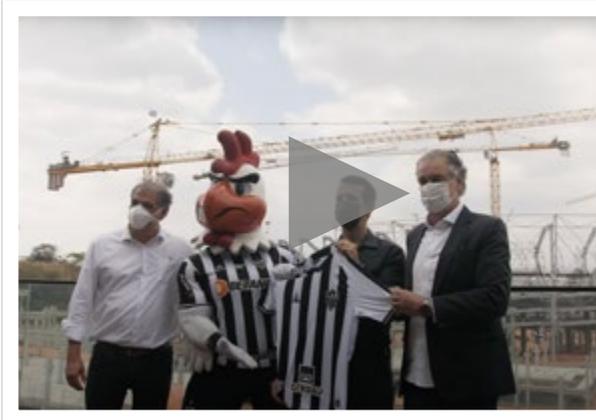




Patrocínios  
esportivos

## Clube Atlético Mineiro

A Gerdau tornou-se **patrocinadora do time profissional masculino e das categorias de base do Clube**, além de ser **apoiadora de um projeto social inédito** que prevê aulas gratuitas de futebol para crianças e jovens em situação de vulnerabilidade.



\*Clique aqui ou acesse o QRcode e confira o vídeo de lançamento da parceria com o Atlético



GUSTAVO WERNECK, CEO DA GERDAU, NA DIVULGAÇÃO DA PARCERIA COM O CLUBE ATLÉTICO MINEIRO



CRIANÇAS DO PROJETO SOCIAL REALIZADO EM PARCERIA COM ATLÉTICO MINEIRO



gerdau • A Gerdau parabeniza o Clube Atlético Mineiro (@atletico) pelo Bicampeonato Brasileiro! Temos orgulho de sermos patrocinadores oficiais do time profissional e de todas as categorias de base do Galo. Uma parceria de entre duas instituições líderes e fortalecendo o esporte



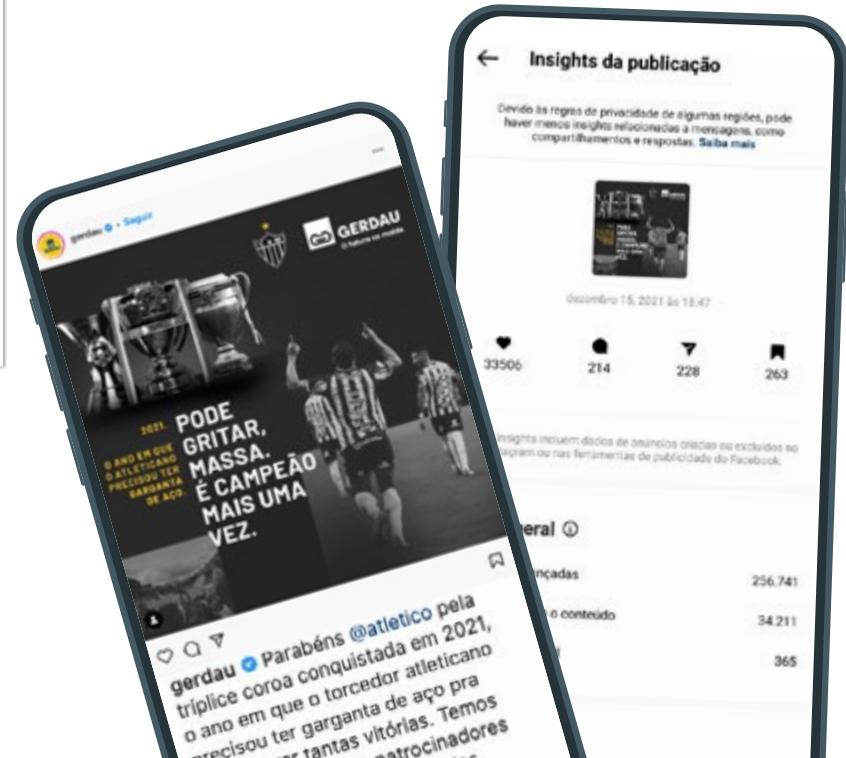
# Patrocínios esportivos

## REPERCURSÃO MÍDIA PARCERIA COM O CLUBE ATLÉTICO MINEIRO

Os anúncios de patrocínio foram marcados por eventos que tinham como propósito criar uma agenda de relacionamento e funcionar como plataforma para lançamento na mídia.

O anúncio da parceria com o Clube Atlético Mineiro teve ampla cobertura da mídia, com cerca de **33 inserções positivas** em veículos impressos e on-line.

Além disso, a marca Gerdau teve ampla exposição na camisa do clube, principalmente em postagens dos próprios jogadores, que chegaram a ter mais **300 mil interações**.



## Cruzeiro Esporte Clube

Entendendo que o futebol mineiro tem duas grandes torcidas, a Gerdau também firmou uma parceria de destaque com o Cruzeiro, onde passa a ser patrocinadora máster da equipe feminina. Neste caso, a Companhia reforçou seu **compromisso com a diversidade e apoio a profissionalização** dessa modalidade em Minas Gerais. A Gerdau foi a primeira a ser anunciada como patrocinadora máster, desde que o clube se tornou SAF, com a chegada do Ronaldo Nazário.

Os anúncios de patrocínio foram marcados por eventos que tinham como propósito criar uma agenda de relacionamento e funcionar como plataforma para lançamento na mídia.

## O TEMPO

ACORDO

### Cruzeiro anuncia Gerdau como patrocinadora máster do futebol feminino

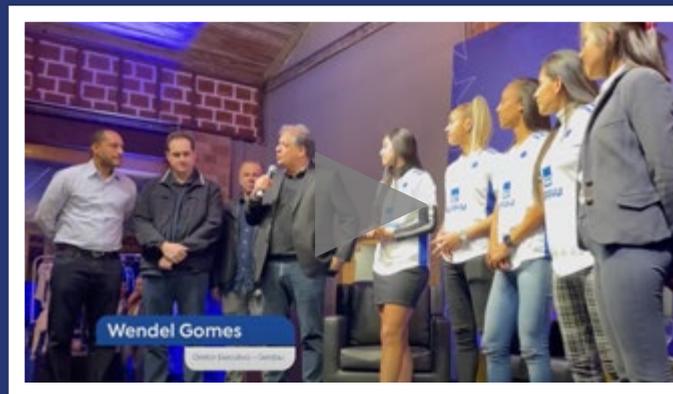
Supermercados BH continuarão na camisa das Cabulotas, só que em nova propriedade; patrocínio foi exaltado por nova diretora



O Cruzeiro confirmou na noite desta sexta-feira (20) o patrocínio da Gerdau, maior produtora de aço do Brasil. A associação da empresa com o clube se dará exclusivamente para o futebol feminino, assumindo a condição de máster da equipe, que disputa o Brasileirão Feminino da Série A.1. A confirmação foi feita por Kin Saito, diretora do futebol feminino do Cruzeiro, em evento de lançamento da nova camisa branca celeste, no restaurante Porcão, em Belo Horizonte.



DIRETORIA DA GERDAU COM EXECUTIVOS DO CRUZEIRO E AS ATLETAS NO ANÚNCIO DA PARCERIA



Wendel Gomes



\*Clique [aqui](#) ou acesse o QRcode e confira o anúncio da parceria com o Cruzeiro



Patrocínios  
esportivos

## REPERCURSÃO MÍDIA PARCERIA CRUZEIRO ESPORTE CLUBE

O anúncio do patrocínio foi marcado por um evento com sócios 5 estrelas e teve como propósito criar uma agenda de relacionamento e funcionar como plataforma para lançamento na mídia. As iniciativas tiveram ampla cobertura da mídia mineira com cerca de **43 matérias positivas** em veículos impressos e on-line, inclusive com **inserção da marca no Programa Bem Amigos, do Sport TV.**

Somente no dia do anúncio da parceria com o Cruzeiro,

**os perfis oficiais da Companhia ganharam cerca de 700 seguidores e mais de 30 mil curtidas.**

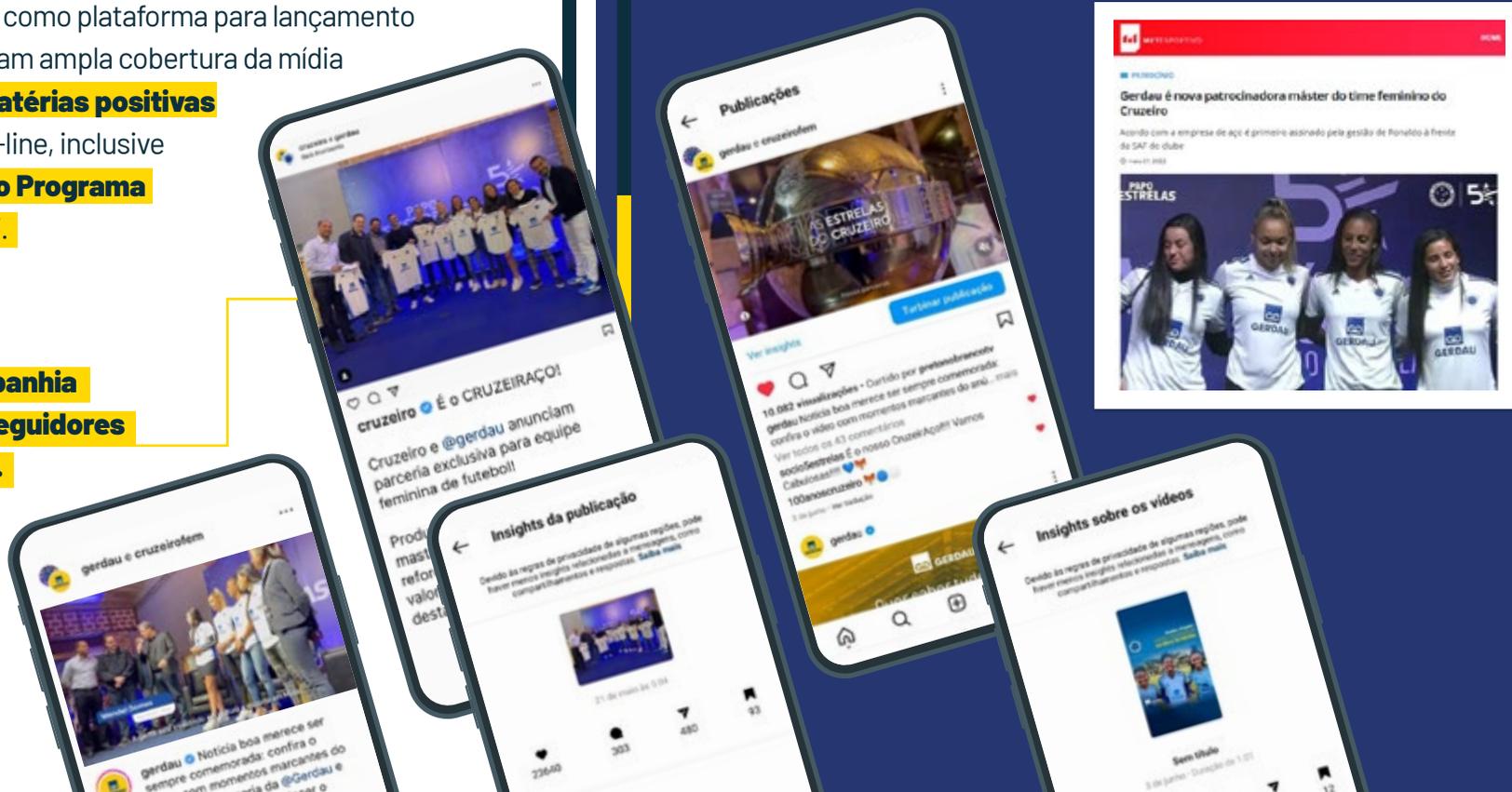
**Um pico que superou o anúncio do patrocínio do Rock in Rio 2022.**



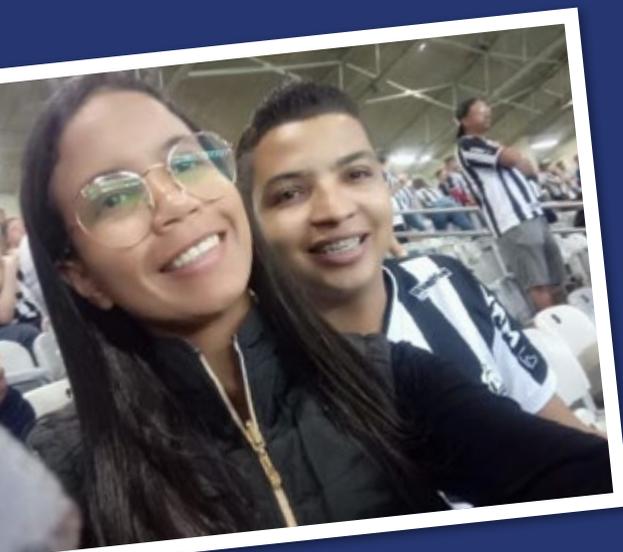
MENTÃO DA PARCERIA NO PROGRAMA BEM AMIGOS, NO CANAL SPORTTV, COM EXIBIÇÃO DA CAMISA COM A MARCA



\*Clique aqui ou acesse o QRcode e assista ao Programa Bem Amigos, do Sport TV



Como forma de valorização de seu público interno, a Gerdau também promoveu sorteios de camisas e ingressos.



**Os colaboradores da Gerdau também participaram de sorteios e assistiram aos jogos acompanhados de seus familiares.**

**SORTEIO DE INGRESSOS**  
VOCÊ NO MINEIRÃO CURTINDO OS PRÓXIMOS JOGOS DO CRUZEIRO E DO ATLÉTICO-MG.

O Gigante da Pampuba receberá partidas imperdíveis do Cruzeiro e do Atlético-MG. Participe do nosso sorteio e torça pelo seu time bem de perto.

Ante as datas dos jogos:

 <b>Atlético-MG x Santos</b> Sabado, 11 de Junho. As 19h - Estádio Ferrovias	 <b>Cruzeiro x CRB</b> Quarta-feira, 08 de Junho. As 19h - Estádio Ferrovias
--	---

**PARA CONCORRER, FAÇA SUA INSCRIÇÃO NO BOTÃO ABAIXO ATÉ 06/08 ÀS 10H E COMECE A TORCER.**

**QUERO INGRESSO**

Os vencedores serão avisados via e-mail ou WhatsApp no número cadastrado.

## RELACIONAMENTO

O patrocínio também foi utilizado como ferramenta de relacionamento com *stakeholders* estratégicos, como clientes e jornalistas, que receberam **ingressos para camarotes dos jogos.**

**Mais de 1000 cortesias de ingressos foram disponibilizados.**

Além do relacionamento para geração de negócios, contribui também para impactar positivamente formadores de opinião, que em sua maioria são empresários relevantes de Minas Gerais.



\* [Clique aqui](#) ou acesse o QRcode e assista registro feito pelos clientes agradecendo à Gerdau pelo convite

## Campeonato Mineiro

Além de apoiar os dois times de maior torcida do estado, a Gerdau fez também o movimento de conectar-se com o interior de Minas Gerais, expandindo seu apoio para além da capital.

O formato encontrado veio por meio de uma **parceria inédita de apoio ao Campeonato Mineiro**, que rodou por mais de nove cidades do estado (Belo Horizonte, São João Del Rey, Uberlândia, Poços de Caldas, Pouso Alegre, Patos de Minas, Tombos, Governador Valadares, Patrocínio).

O anúncio da parceria teve ampla cobertura da mídia, com cerca de **50 inserções positivas** em veículos impressos e on-line da capital e do interior.



JOGO DA FINAL DO CAMPEONATO COM EXPOSIÇÃO DA MARCA DA GERDAU EM PAÍNEIS DE LED E LETREIROS



“Sabemos da paixão do mineiro por esporte e a tradição no futebol. Justamente por essa forte conexão e valorização, a Gerdau deu mais esse importante passo. Ao patrocinarmos uma competição que reúne equipes de várias regiões de Minas, mostramos o nosso compromisso com a valorização do esporte em nível estadual, contemplando equipes da capital e do interior. Uma empresa que tem como posicionamento Brasileira de nascimento. Mineira de Coração, não poderia deixar de apoiar uma das maiores paixões dos mineiros e mineiras.”

**PEDRO TORRES**

HEAD OF CORPORATE COMMUNICATIONS DA GERDAU

BRASILEIRA  
DE NASCIMENTO  
**MINEIRA**  
DE CORAÇÃO

## Patrocínios culturais

**A Gerdau sabe que a cultura é alma de um povo e a forma mais genuína da tradução de sua essência. Para os mineiros, isso é ainda mais forte, já que o estado é um dos mais ricos do Brasil em diversidade cultural. Seja na arte ou na música, Minas Gerais é berço de artistas reconhecidos e renomados como: Milton Nascimento, Ari Barroso, Clara Nunes e o mestre do barroco brasileiro, Aleijadinho. Para o mineiro, a valorização de sua cultura é motivo de orgulho. E foi pensando assim, como forma de homenagear e buscar a conexão emocional com esse patrimônio tão importante para os mineiros, que a Gerdau patrocinou iniciativas culturais icônicas no estado.**





Patrocínios  
culturais

## Concertos Orquestra Ouro Preto e João Bosco

Em 2021, a Gerdau apresentou uma temporada inédita de concertos da Orquestra Ouro Preto com João Bosco. O artista foi escolhido por ser uma referência na MPB nacional, porém com raízes mineiras. Nasceu em Ponte Nova e cursou faculdade em Ouro Preto. A turnê contou com **shows presenciais e passou por seis cidades de Minas Gerais onde a Gerdau possui operações.**

**Pela primeira vez juntos, a Orquestra Ouro Preto e o cantor e compositor João Bosco mostraram o jeito mineiro de fazer música,**

com um repertório que celebra a obra do artista e sua grande contribuição para a música brasileira.

\* [Clique aqui](#) ou acesse o QRcode e confira o vídeo de divulgação da Turnê



A arte mineira esteve presente também no cenário das apresentações musicais. O renomado artista ouro-pretano Jorge dos Anjos assinou a cenografia do concerto.

**Os shows foram gratuitos para a população dos cinco municípios, exceto Belo Horizonte, e o último foi transmitido ao vivo pelo YouTube, onde mais de 20 mil pessoas acompanharam simultaneamente a transmissão on-line.**

Ainda em parceria com a Orquestra Ouro Preto, **a Gerdau patrocinou uma segunda turnê pelo estado.** Neste novo programa as apresentações também passaram por cidade onde a Gerdau atua para apresentação do concerto em tributo a Charles Chaplin.

### ANÚNCIO PUBLICITÁRIO





Patrocínios culturais

## Concertos Orquestra Filarmônica de Minas Gerais

A Orquestra Filarmônica de Minas é uma das **iniciativas mais bem sucedidas no país de valorização da música clássica**. Fundada em 2008, pelo Governo do Estado, seu objetivo foi o de formar artistas e principalmente dar visibilidade a música clássica no estado. Hoje, a orquestra, conduzida pelo renomado maestro Fábio Mechetti, se tornou referência em todo o Brasil, sendo reconhecida também mundialmente.



**MAURO CASTRO, GERENTE EXECUTIVO DA GERDAU EM ENTREVISTA PARA A TV GLOBO, DURANTE APRESENTAÇÃO DA FILARMÔNICA**



\*Clique [aqui](#) ou acesse o QRcode e conheça mais sobre a Orquestra Filarmônica.





Patrocínios culturais

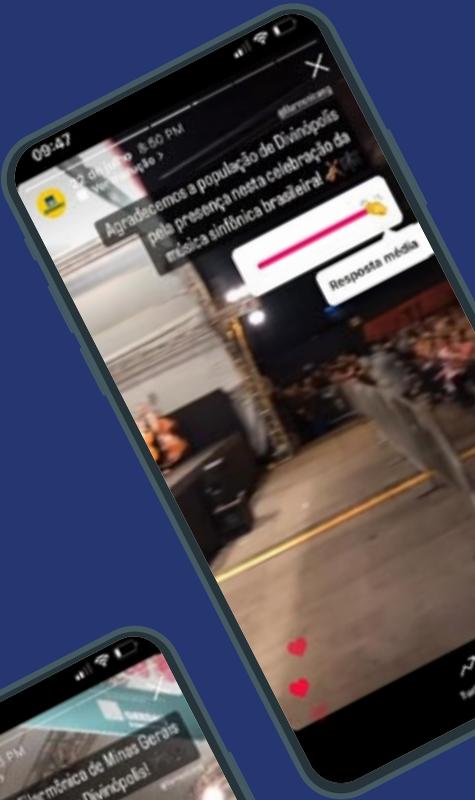
**A Gerdau se uniu ao propósito da Filarmônica, de difundir e valorizar a música clássica**

e realizou uma turnê da Orquestra, passando por cinco cidades do interior do Estado, onde a Companhia possui operações, proporcionando apresentações gratuitas para a população.

A Sala Minas Gerais, casa da Filarmônica em Belo Horizonte, também recebeu o patrocínio da Gerdau, que apoia exibições mensais da Orquestra no local.



**INTERAÇÕES NAS REDES SOCIAIS, DURANTE AS APRESENTAÇÕES DA ORQUESTRAS FILARMÔNICA**



## Vinte anos Tudo é Jazz

Em Ouro Preto (MG) há 20 anos acontece o Tudo é Jazz, evento que é considerado o **maior e mais tradicional evento de jazz do Brasil** e um dos principais do mundo, reunindo artistas e formadores de opinião renomados. Estima-se que durante esses 20 anos, já tenham passado pelos palcos do evento mais de 1500 artistas profissionais e amadores nacionais e internacionais.

A cidade de Ouro Preto é extremamente estratégica para a Gerdau, onde a empresa mantém uma de suas operações de mineração que abastece uma de suas usinas, que fica localizada em Ouro Branco, município próximo.

Estar como **patrocinadora principal da edição especial 20 anos** é emblemático para a Gerdau. E como forma de demonstrar que a empresa tem uma atuação expandida no estado, pela primeira vez o festival tem uma programação fora de Ouro Preto. O museu MM Gerdau, na Praça da Liberdade, foi o palco do evento que contou além de música da melhor qualidade, pocket shows, exposição e debates literários abertos à população.

**Sou**BH

### Belo Horizonte recebe edição do festival Tudo é Jazz

Programação promete reunir música, exposição e debates literários com temática musical



Atrações estão concentradas no Museu das Minas e do Metal, na Praça da Liberdade

Sou BH | Redação Sou BH | 05/07 às 09:57 - Atualizado em 05/07 às 09:58

\* [Clique aqui](#) ou acesse o QRcode e confira algumas imagens de um dos shows do Tudo é Jazz realizado no MM Gerdau



## PARTICIPAÇÃO DO RONALDO FRAGA

Além da capital, o Tudo é Jazz também foi expandido para outras cidades do interior de Minas Gerais, onde a Gerdaú têm atuação.

**A programação contou com ninguém menos que o renomado estilista mineiro**

**Ronaldo Fraga.** Reconhecido por unir moda à responsabilidade social, o estilista realizou oficinas para a criação de ecobags e produtos culturais, usando a música como estímulo para a produção do vestir e do artesanato, e de palestra sobre pessoas que fizeram música e são inspiração para a moda no Brasil. As capacitações passaram por cidades do interior onde a Gerdaú possui operações: São Gonçalo do Bação (distrito de Itabirito), Miguel Burnier (distrito de Ouro Preto), Ouro Branco, Moeda, Catas Altas, Congonhas, Belo Horizonte e Ouro Preto.



O ESTILISTA RONALDO FRAGA  
EM MIGUEL BURNIER,  
DISTRITO DE OURO PRETO

**A programação  
foi estendida  
também para os  
municípios de  
Miguel Burnier e  
Ouro Branco, locais  
onde a Gerdaú  
mantém operações.**



**INTERAÇÃO  
NO INSTAGRAM,  
FEITA PELO ESTILISTA  
RONALDO FRAGA**



## 100 anos Amílcar de Castro

O centenário de um dos maiores escultores brasileiros em aço, o artista mineiro Amílcar de Castro também teve o apoio da Gerdaul. A **exposição "Esculturas no Parque"** foi realizada no final de abril de 2022 e reuniu 20 esculturas de grande porte – com peso entre quatro e sete toneladas – distribuídas em uma área de quatro mil metros quadrados nos jardins do Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte. São obras de corte e dobra feitas em aço e esculturas de corte também em aço, a maioria cedida pelo acervo do Instituto Amílcar de Castro. Há, ainda, obras menores, divididas em três pavilhões.

g1 MINAS GERAIS

### Palácio das Mangabeiras abre as portas ao público com exposição de Amílcar de Castro

Exposição "Esculturas no Parque" reúne 20 esculturas de grande porte - com peso entre quatro e sete toneladas - distribuídas em uma área de 4 mil metros quadrados nos jardins do Palácio.

Por g1 Minas - Belo Horizonte  
20/04/2022 09h02 - Atualizado há 3 meses



Exposição de obras de Amílcar de Castro será aberta ao público neste quinta-feira (20) - Foto: Marco Sanguinetti/Imprensa BH

### O TEMPO

### Parque do Palácio é o novo espaço artístico cultural de BH

Com a exposição "Esculturas no Parque" o espaço recebe o público a partir de hoje (20) em BH - Belo Horizonte



Parque do Palácio recebe neste quinta-feira (20) o BH - Foto: O Tempo/Imprensa

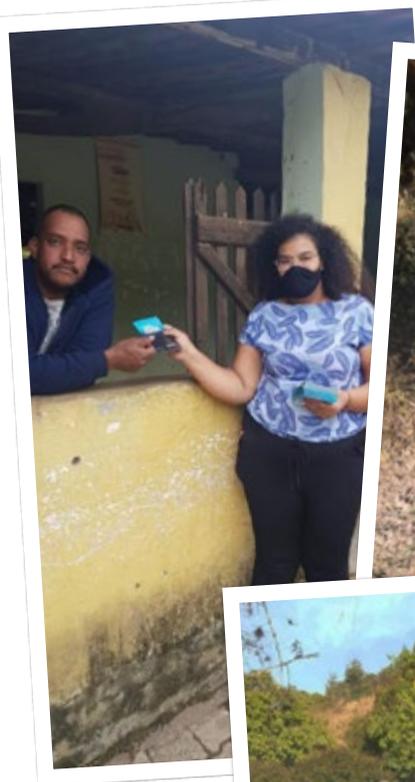


DIRETOR EXECUTIVO DA GERDAUL WENDEL GOMES, COM O GOVERNADOR ROMEU ZEMA, NA ABERTURA DA EXPOSIÇÃO

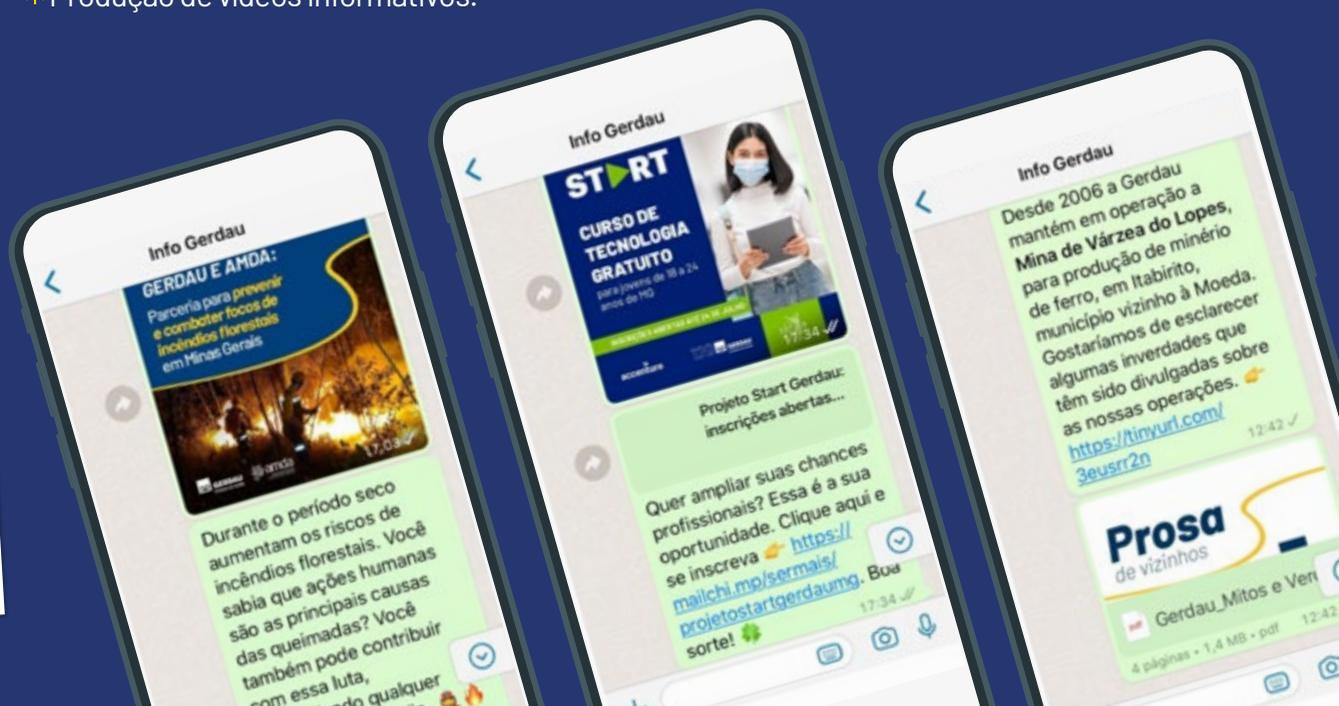
Para fortalecer a comunicação regional, principalmente nas comunidades vizinhas às suas operações, a companhia criou uma série de ações, principalmente voltadas à **comunicação face a face**. As pautas tinham o objetivo de estreitar relacionamento, esclarecer dúvidas sobre as operações, reforçar atributos com a segurança e valorização da mão de obra local. Ação realizada em todas as cidades que temos operação.

Entre as **principais ações realizadas** os destaques foram para:

- \* Entrega de materiais informativos, por meio de ações de panfletagem.
- \* Criação do Prosa de Vizinho, lista de transmissão para as comunidades, para esclarecimento de dúvidas, envio de notícias e informações relevantes.
- \* Criação de um canal de 0800 para esclarecimento de dúvidas.
- \* Produção de vídeos informativos.



ENTREGA DE MATERIAIS  
INFORMATIVOS POR PESSOAS  
DA PRÓPRIA COMUNIDADE QUE  
FORAM CONTRATADAS



# RESULTADOS



## RESULTADOS

# Pesquisa de imagem – TV Globo Minas

Em julho de 2022, a TV Globo Minas divulgou uma **pesquisa sobre imagem de percepção do setor do aço em Minas Gerais**. A pesquisa foi realizada em maio de 2022. Foram certa de 600 entrevistados (50% homens e 50% mulheres), representados por todas classes sociais.



## Sobre a metodologia

# FFF

Através da pesquisa, é possível acompanhar um retrato da marca e de seus concorrentes no momento da coleta, além de identificar pontos fortes e fracos da sua marca.

### **FAME** Awareness Espontâneo

Índice calculado considerando a quantidade e a ordem das citações das marcas dentro de um contexto e sob pressão de tempo.

**APLICAÇÃO:** o respondente deverá listar todas as marcas que vem a mente para um determinado contexto de consumo.

### **FEELING** Conexão Emocional

Avaliação da conexão emocional do público com a marca. Este índice é resultado da combinação da emoção e seu nível de intensidade.

**APLICAÇÃO:** o respondente deverá indicar como se sente em relação a uma marca. Com exceção da expressão neutra, todas as outras apresentam escolha da intensidade.

### **FLUENCY** Destaque da marca

Com um teste implícito, será avaliada a capacidade da marca se destacar entre os concorrentes, considerando a percepção dos respondentes e os atributos avaliados.

**APLICAÇÃO:** o respondente deverá indicar se a marca combina ou não com o atributo em questão.

## RESULTADOS

# Share of mind

Retrato da marca no momento de realização da pesquisa, que identifica pontos fortes e fracos.

### FAME

A marca Gerdau apresentou crescimento em awareness

### FEELING

A marca também sustentou sua conexão emocional

### FLUENCY

A marca permaneceu com bastante destaque entre os concorrentes

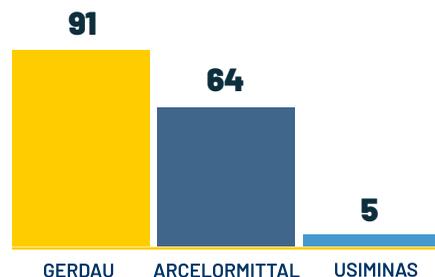
## Fame

Se uma marca vem facilmente à cabeça, ela é uma boa escolha.



\* Mais da metade dos pesquisados (525), respondeu a Gerdau como primeira marca de lembrança espontânea no setor. A empresa obteve 13%.

\* Após estímulo com apresentação dos nomes das empresas do setor, a Gerdau lidera amplamente a escolha, atingindo 80% de conhecimento. Enquanto a segunda lugar no setor obteve 58% de conhecimento.



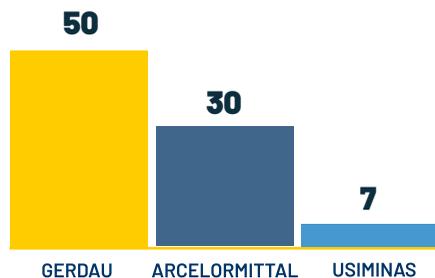
\* As resposta de sentimentos gerou um coeficiente de 50 pontos para a Gerdau. Enquanto empresa concorrente do setor que ficou em segunda colocada atingiu 30 pontos.

## Feeling

Se eu me sinto bem em relação a uma marca, ela é uma boa escolha



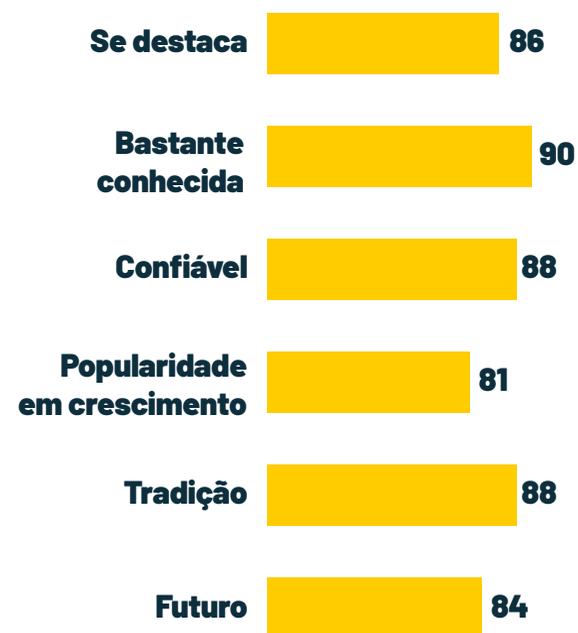
- \* 36% respondeu felicidade. Gerdau liderou esse quesito no setor.
- \* A empresa segunda colocada ficou com 26%.
- \* Apenas 1% associou a Gerdau a sentimentos negativos.



- \* As resposta de sentimentos gerou um coeficiente de 50 pontos para a Gerdau. Enquanto empresa concorrente do setor que ficou em segunda colocada atingiu 30 pontos.

## Fluency

Mede os atributos estratégicos da marca, com a pressão do tempo de resposta, para atribuição da personalidade da marca.



- \* A Gerdau lidera em todos os 14 atributos que avaliam a personalidade da marca. Com destaque para os listados ao lado, que respondem diretamente aos desafios do case.

- \* As respostas de concordância ou não com os atributos apresentados gerou um coeficiente que deu à Gerdau a 1ª colocação, com 96 pontos.

- \* A segunda empresa do setor mais bem colocada atingiu 81 pontos.

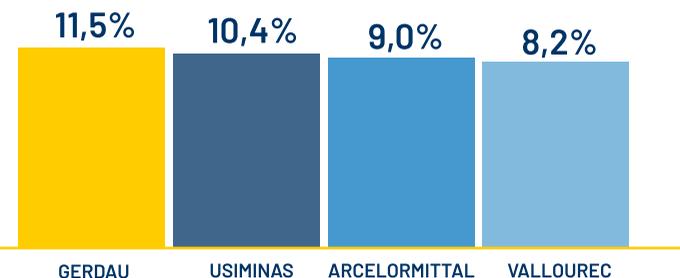
## RESULTADOS

# Pesquisa de imagem em MG

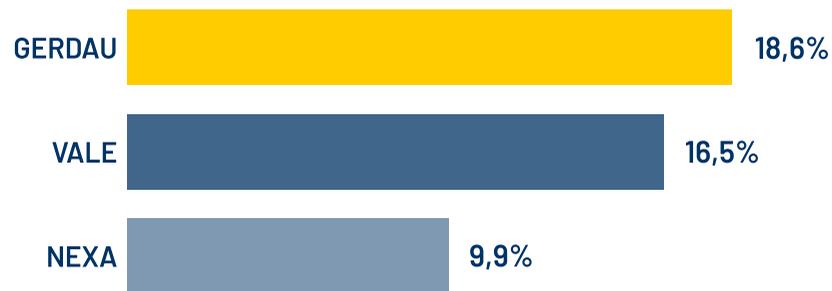
No final de 2021, a Gerdau realizou uma **pesquisa de percepção de imagem** com o [Instituto Olhar](#), de Minas Gerais, nos municípios onde mantém suas operações (Barão de Cocais, Itabirito, Ouro Branco e Três Marias), além da capital Belo Horizonte. A pesquisa foi feita por amostragem quantitativa em campo, com cerca de 1500 entrevistados, com amostras divididas por região, faixa etária, escolaridade e sexo. O critério de seleção dos entrevistados foi o de residir nos municípios selecionados e ter mais de 18 anos.

A Gerdau foi considerada **Top of Mind (a empresa mais lembrada no setor de aço)** e a mais reconhecida pelas **contribuições direcionadas às cidades.**

## Gerdau é Top of Mind do setor de aço em Belo Horizonte



## Empresa que mais contribui para a sua cidade



## DESTAQUES REGIONAIS DA PESQUISA DO INSTITUTO OLHAR

### Ouro Branco

87,4%

dos entrevistados que conhecem a Gerdau afirmaram que **admiram a empresa**

### Três Marias



7 EM CADA  
10 PESSOAS

**concordam que a Gerdau contribui na geração de emprego e renda**

### Divinópolis

Gerdau é a **1ª**

**empresa mais lembrada pela contribuição no desenvolvimento**

da cidade e do Estado de Minas Gerais

### Itabirito



7 EM CADA  
10 PESSOAS

**consideram que a Gerdau contribui na preservação do meio ambiente**

### Barão de Cocais



7 EM CADA  
10 PESSOAS

**reconhecem que a Gerdau promove projetos sociais**

### Ouro Preto



7 EM CADA  
10 PESSOAS

**acreditam que a Gerdau é uma boa empresa para trabalhar**

## Pesquisa Reprtrak

Pesquisa do Reprtrak encomendada pelo Ibram (Instituto Brasileiro de Mineração), em 2021, demonstrou um **salto de 11 pontos percentuais no indicador de reputação da Gerdau, marcando 69,9**, de acordo com a metodologia adotada pelo Instituto Reprtrak. Ao pesquisar o nível de familiaridade das marcas, a Gerdau está atrás apenas da Vale e da Samarco.

## RESULTADOS

# Ampla exposição na mídia mineira

**3.127** matérias publicadas

**55%** de crescimento\*

\* em comparação com 2020

**2.493** matérias positivas

**131** matérias negativas

**503** matérias neutras

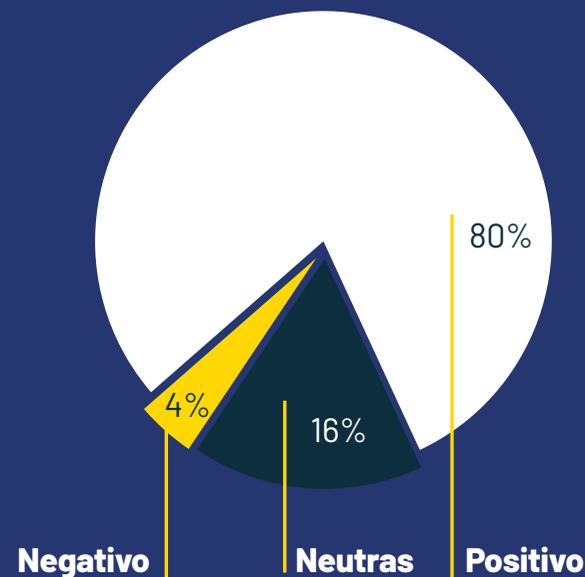
**67** solicitações de imprensa

**18** entrevistas concedidas

**200** conteúdos produzidos

Release, notas, sugestões de pautas e posicionamentos

**\* MELHOR RESULTADO JÁ CONQUISTADO PELA GERDAU NA MÍDIA MINEIRA - RECORDE DE MATÉRIAS POSITIVAS**



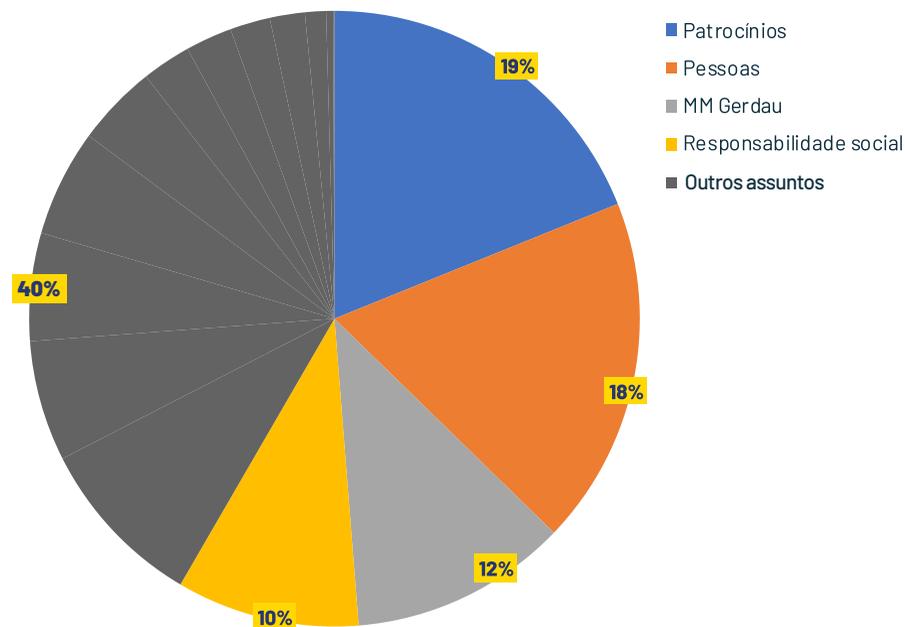
Em 2021 foram **3.127** matérias espontâneas, crescimento de **55%** em relação ao total de 1.716 em 2020.



## RESULTADOS

### Pilares de maior visibilidade na imprensa

Nesse contexto, os pilares estratégicos valorizados com o mote do posicionamento foram os que mais tiveram visibilidade. Somente os patrocínios anunciados pela Gerdau alcançaram **mais de 500 inserções positivas.** Em linha com a estratégia desenhada, os principais temas divulgados na imprensa foram patrocínios, pessoas, cultura e responsabilidade social.



### Engajamento nas Redes Sociais

Todas as ações e estratégias de posicionamento de marcar contribuíram significativamente para aumento de base de seguidores e engajamento com o perfil da Gerdau nas redes sociais. De janeiro de 2021 a junho de 2022,

**o número de seguidores de todos os seus perfis aumentou cerca de 40%, passando de 1.532.700 para cerca de 2.200.00.**

Somente no dia do anúncio da parceria com o Cruzeiro, os perfis oficiais da companhia ganharam cerca de **700 seguidores e mais de 30 mil curtidas.** Um pico que superou o anúncio do patrocínio do Rock in Rio 2022.



## RESULTADOS

# Reconhecimentos

## MERCO ESG e MERCO

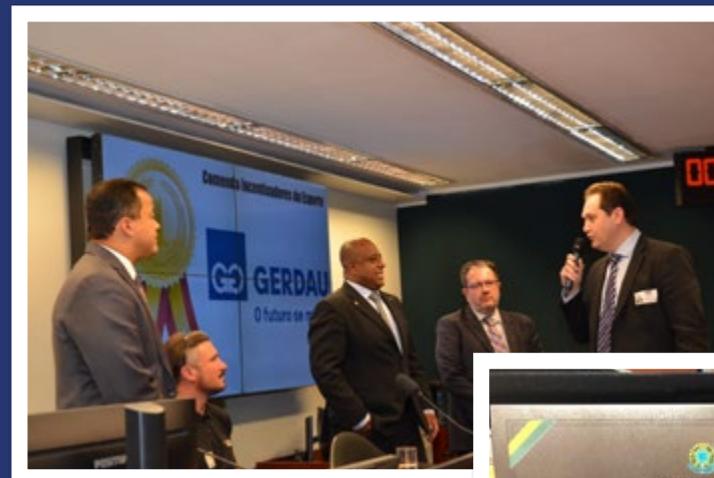
A Gerdau ficou em **1º lugar no Ranking Merco de Responsabilidade ESG na categoria Mineração, Siderurgia e Metalurgia**, além de ser a única produtora de aço no ranking nacional. O ranking reconhece empresas que apresentam comportamento ético, transparência, compromisso com o meio ambiente e que contribuem com a comunidade. Além disso, foi a **vencedora do prêmio Melhores do ESG 2022 da Exame, na categoria Mineração, Metalurgia e Siderurgia**.

## Ranking Merco

A Gerdau é a **empresa industrial de melhor reputação no Brasil segundo a 7ª edição do Ranking Merco 2020**, ocupando a 19ª posição entre as 100 companhias mais admiradas. A empresa, por consequência, também alcançou a melhor reputação na categoria Mineração, Siderurgia e Metalurgia.

## Comenda de Incentivadores do Esporte

**Em julho de 2022, a Gerdau, recebeu em Brasília (DF), a Comenda Incentivadores do Esporte, concedida pela Comissão de Esportes da Câmara dos Deputados.** O reconhecimento coloca a Gerdau entre as cinco empresas brasileiras que mais investem e apoiam projetos na área, por meio da Lei Federal de Incentivo ao Esporte.



## INVESTIMENTO

R\$ 5 **milhões**

+

R\$ 3 **milhões**

Via Leis de Incentivo

\*Nos valores informados não estão contemplados os investimentos em patrocínios esportivos devido à contratos de confidencialidade.



O futuro se molda