

MODERNIZANDO UMA MARCA DE 123 ANOS COM MÚSICA E ENTRETENIMENTO



CONHECENDO A GERDAU

A chama empreendedora da Gerdau teve início em 1901, no Rio Grande do Sul, quando João Gerdau iniciou uma fábrica de pregos. Desde então, a marca cresceu em força e tamanho, tornando-se hoje a maior empresa brasileira produtora de aço.

Atualmente, a Gerdau é uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo, com presença em vários países. No Brasil, a companhia também produz aços e minério de ferro para consumo próprio.

Além disso, a empresa possui uma divisão de novos negócios, a Gerdau Next, que visa empreender em segmentos adjacentes ao aço.

Hoje, a organização conta com mais de 30 mil colaboradores diretos e indiretos em todas as suas operações, e suas ações estão listadas nas bolsas de valores de São Paulo (B3) e Nova Iorque (NYSE). Em 2024, celebrou seus 123 anos, com uma história entrelaçada com a sociedade brasileira e reforçando seu compromisso em moldar um futuro mais sustentável, sendo parte das soluções para os desafios da sociedade.

O PROPÓSITO DA MARCA É EMPODERAR PESSOAS QUE CONSTROEM O FUTURO!

“Sempre tive um olhar diferente em relação às organizações. Estou há 20 anos na Gerdau e essa jornada tem sido maravilhosa. Quando tomamos a decisão em 2017 de fazer essa mudança, tivemos o cuidado de procurar referências sobre o que dava certo e o que não dava certo. Trocamos algumas ideias e traduzimos essas experiências para fazer as coisas funcionarem até hoje. Conseguimos com muita disciplina ter sucesso ao longo desses anos e a governança cada vez mais robusta. Estamos preparados para construir os próximos 100 anos da Gerdau”, exalta Gustavo Werneck, CEO da Gerdau.



Fábrica de Pregos em Porto Alegre (RS), em 1901- Divulgação Gerdau



A Gerdau se tornou uma empresa listada na bolsa de Nova Iorque em 1999 - divulgação Gerdau

BIGNUMBERS

A GERDAU EM NÚMEROS

PRESENÇA
INDUSTRIAL EM

07
PAÍSES

71
LOJAS
DA COMERCIAL
GERDAU NO BRASIL

B3NYSE

AÇÕES NEGOCIADAS NAS
BOLSAS DE SÃO PAULO
E NOVA YORK

250

MIL HECTARES
de base florestal no
estado de Minas Ge-
rais, entre plantio de
eucalipto e áreas de
preservação

30

MIL COLABORADORES
(as) diretos(as)
e indiretos(as)
no mundo

29

UNIDADES
Produtoras de aço

2

MINAS DE MINÉRIO
DE FERRO

71%

DO AÇO QUE PRODUZ
é feito a partir da sucata

MAIOR

RECICLADORA DA
AMÉRICA LATINA

PARA

2031

a meta da Gerdau é diminuir
as emissões de carbono para
0,82t de CO₂e por tonelada
de aço.

Uma das menores médias de
emissão de gases de efeito estufa

CO₂e

DE 0,86t DE CO₂e POR
TONELADA DE AÇO

MAIOR

PRODUTORA DE CARVÃO
VEGETAL DO MUNDO

A ECONOMIA CIRCULAR QUE MOLDA O FUTURO

A Gerdau é a maior recicladora de sucata ferrosa da América Latina, com uma matriz de produção que lhe permite ter uma das menores médias de emissão de gases de efeito estufa (CO₂e), aproximadamente metade da média global do setor. Esses números refletem as inúmeras iniciativas sustentáveis adotadas pela companhia ao longo dos anos.

Além do impacto ambiental positivo, a reciclagem de sucata beneficia mais de 1 milhão de pessoas no Brasil, incluindo catadores e cooperativas envolvidas no processo, constituindo uma importante fonte de renda e geração de empregos. Este setor não apenas contribui para a redução de resíduos, a preservação dos recursos naturais, a diminuição do consu-

mo de energia e a emissão de gases de efeito estufa, mas também desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico e social do país, proporcionando oportunidades de trabalho e melhorando a qualidade de vida de muitas famílias.

Por meio dessas iniciativas, a companhia está avançando na descarbonização de suas operações e assumiu a ambição de tornar suas operações carbono neutras até 2050, além de reduzir em 10% as emissões de gases de efeito estufa. Embora reconheça que o caminho é longo e que ainda não existam todas as respostas e soluções para um futuro mais sustentável, a Gerdau está comprometida com esse objetivo.

PONTOS-CHAVE:

- A Gerdau é a maior recicladora da América Latina, utilizando sucata como importante matéria-prima: 71% do aço que produz é feito a partir desse material.
- A empresa possui uma das menores médias de emissão de gases de efeito estufa (CO₂e), com 0,86 t de CO₂e por tonelada de aço, aproximadamente metade da média global do setor, que é de 1,91 t de CO₂e por tonelada de aço (worldsteel).
- Para 2031, a meta da Gerdau é diminuir as emissões de carbono para 0,82 t de CO₂e por tonelada de aço.
- É a maior produtora de carvão vegetal do mundo, com mais de 250 mil hectares de base florestal no estado de Minas Gerais.
- Reaproveita cerca de 98% da água usada em seus processos industriais e 78% de todos os resíduos gerados.
- Todos os anos, 11 milhões de toneladas de sucata ferrosa são usadas como matéria-prima, representando 71% do aço produzido nas usinas da Gerdau.
- Cada tonelada de aço feita com sucata ferrosa evita a emissão de 1,5 toneladas de gases causadores de efeito estufa.
- Mais de 1 milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas, estão envolvidas no processo de reciclagem da Gerdau.

O DESAFIO É RECONSTRUIR A IMAGEM DO AÇO



Pátio de Sucata da Gerdau - Divulgação Gerdau

Mesmo com iniciativas diferenciadas e amplos esforços para desmistificar o aço, a Gerdau continuava enfrentando dificuldades para se distanciar da reputação negativa dos setores de mineração e siderurgia no Brasil. Esses setores foram considerados os sextos piores entre 24 segmentos, segundo o estudo do Reputation Institute de 2020, e são responsáveis por quase 10% da pegada de carbono global, de acordo com dados da World Steel Association.

Ambos os setores, conhecidos pela emissão de grandes quantidades de gases de efeito estufa, ganharam ainda mais notoriedade negativa com as tragédias ocorridas em Mariana (2015) e Brumadinho (2019), cidades localizadas no estado brasileiro de Minas Gerais, que é o maior produtor de minério e aço do país. Essas tragédias geraram repercussão internacional, afastaram investimentos e impactaram o desejo de jovens talentos de atuarem nessas áreas.

ECONÔMICO
Valor

Setores tradicionais se movimentam para atrair os mais jovens

Pesquisa exclusiva aponta que a indústria da construção perde currículos da geração Z para segmentos como TI e finanças

ECONÔMICO
Valor

Maior vilã das emissões de CO2, siderurgia mundial precisa se reinventar

No Brasil, o ponto crucial são as usinas que utilizam carvão metalúrgico. E todos os grandes grupos no país têm produção, maior ou menor, por essa rota

ECONÔMICO
Valor

Poluição preocupa setores de mineração e química

Contaminação do solo e de mananciais e emissão de gases de efeito estufa são as principais consequências da atividade industrial

A RELAÇÃO ENTRE O AÇO E A SOCIEDADE

A Gerdau, como uma empresa B2B, quer se conectar e estar mais presente para as pessoas, além de apoiar o desenvolvimento de soluções para diversos desafios enfrentados pela sociedade. Para isso, em sua constante evolução, decidiu se transformar, buscando ser cada vez mais ágil, sustentável, inovadora, diversa e inclusiva.

Nessa mudança, foi elaborada uma estratégia especial e inovadora, visando descomoditizar o aço e aproximá-lo cada vez mais das pessoas. A empresa viu a oportunidade de adotar uma postura mais conectada com a sociedade e de se aproximar dos jovens, difundindo o conceito de consciência ambiental e tendo um impacto positivo como retorno.

Foi assim que a Gerdau identificou uma oportunidade única e disruptiva para criar uma união inovadora de princípios, envolvendo uma das principais atividades culturais do país: os festivais de música e festas populares. Inicialmente, a empresa marcou presença no **Rock in Rio**, com a construção do maior **Palco Mundo** da história do evento; em seguida, esteve presente no Carnaval de Salvador, com o trio elétrico de aço 100% reciclável da cantora Ivete Sangalo.

Todas essas ações foram pensadas para criar conexões com o público e apresentar a narrativa do aço como um dos grandes protagonistas do desenvolvimento da infraestrutura, além de ser parte da transição energética e da descarbonização do mundo.

Mas a companhia queria fazer ainda mais e criar uma nova história. Em 2023, foi a vez de São Paulo, a maior cidade e capital econômica do país, receber um novo festival de música, arte e cultura, o **The Town**. **A Gerdau se tornou o aço oficial do evento**, levando a esse encontro aspectos de sustentabilidade e inovação. Dessa forma, a parceria entre a Gerdau e o The Town chama atenção pelo objetivo de ambas as entidades em mostrar à sociedade que é possível ter um festival mais sustentável.

FOLHA DE S.PAULO

Gerdau inova em busca de sustentabilidade no The Town

Aço fornecido pela empresa para montagem dos palcos será totalmente reciclável; visitantes também poderão participar de iniciativa com a ONG Gerando Falcões



Joseph Silva

SÃO PAULO (SP) A **Gerdau**, uma das maiores siderúrgicas do país, escolheu o **The Town**, festival de música que estreia em setembro, para promover algumas de suas iniciativas de responsabilidade socioambiental.

O CEO da empresa, Gustavo Werneck, afirma que o evento será uma oportunidade de despertar o público para pautas de impacto.

Menu Dinheiro

ÚLTIMAS | CARREIRA | ECONOMIA | **NEGÓCIOS** | TECNOLOGIA

[Capa](#)

Gerdau muda estratégia e cultura, bate recordes, e parte para o futuro

Com faturamento de R\$ 82,4 bilhões, a maior produtora de aço do País vive o melhor momento em 122 anos de história e renova o propósito como empresa. A ordem é produzir felicidade

ENTREVISTA
Marcio Aguiar, da Nvidia: "Nós, humanos, temos a inteligência e o poder de criar novos conceitos"

A SALVAÇÃO DA INDÚSTRIA
Após aprovar a Reforma Tributária, governo apresenta plano liderado por Geraldo Alckmin para recuperar o setor

JACK MA VOLTA AO JOGO
Pagamento de multa bilionária sela paz do fundador do Alibaba e do Ant Group com governo chinês

ISTO É Dinheiro

3

O grande momento da Gerdau

"Construímos os melhores resultados da história da companhia em sintonia com as melhores práticas sociais e ambientais"

GUSTAVO WERNECK
presidente da Gerdau

Criada em 1901, a maior siderúrgica brasileira anuncia investimento de R\$ 5 bilhões este ano e reforça sua atuação em mercados estratégicos com foco em soluções para a construção civil e aços especiais. Liderar a economia verde por meio da reciclagem de metais é um dos compromissos da companhia que faturou R\$ 82,4 bilhões em 2022

OBJETIVO

- 1** Desvincular a Gerdau da imagem negativa associada ao setor siderúrgico e de mineração no Brasil e fortalecer sua reputação positiva.
- 2** Reforçar a imagem de uma empresa centenária, inovadora, sustentável, inclusiva e em constante evolução.
- 3** Atrair os jovens para a Gerdau, visando fortalecer o employer branding da marca.
- 4** Explicar o que é o aço de baixo carbono produzido pela Gerdau e os efeitos desse produto na economia circular.
- 5** Criar diferentes experiências em um festival novo para contar a história do aço.
- 6** Gerar awareness para a marca.
- 7** Promover iniciativas sociais, melhorando a qualidade de vida das comunidades da cidade de São Paulo
- 8** Criar experiências diferenciadas para contar a história do aço.

THE TOWN

O ROCK IN RIO DE SÃO PAULO

Seguindo o mesmo princípio do mundialmente conhecido Rock in Rio, a Rock World decidiu criar um novo festival, desta vez em São Paulo, com um line-up recheado de grandes nomes da música brasileira e mundial. Para a Gerdau, essa foi uma ótima oportunidade de dar continuidade à narrativa introduzida no Rock in Rio Brasil 2022, em que a Gerdau marcou presença fornecendo o aço que moldou o maior palco da história do festival, um feito inédito e inovador para uma empresa B2B para um evento desse tipo.

Assim, a Gerdau se tornou patrocinadora do The Town, como a fornecedora oficial do aço 100% reciclável, um novo festival de música, arte e cultura, que ocorreu em setembro, em um dos espaços mais simbólicos da capital paulista, o Autódromo de Interlagos. Dessa forma, a parceria também se estruturou como uma importante aproximação da Gerdau com a capital econômica do país e onde está localizada a sede global da empresa.

Para essa nova ação, a empresa forneceu 330 toneladas de aço 100% reciclável, o equivalente à fabricação de mais de 400 carros populares, usadas para moldar estruturas fixas e temporárias, incluindo torres de delay e fundações de edificações e infraestrutura do autódromo, que ficaram como legado para a cidade.

Dessa forma, a parceria entre Gerdau e The Town se mostrou muito mais do que uma união comercial; provou ser uma comunhão de propósitos, levando em conta aspectos de sustentabilidade e inovação. O aço que moldou o festival resulta de um processo que engloba a reciclagem de sucata ferrosa e envolve mais de um milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas.

Para a Gerdau, foi uma demonstração da força de como a companhia moldou o passado e faz parte da criação do presente e do futuro, buscando impactar positivamente a sociedade e engajar os atores dos ecossistemas em que trabalha na criação de um mundo melhor para todas as pessoas.

THE TOWN EM NÚMEROS:

- Média de 100 mil pessoas por dia;
- Mais de meio milhão de ingressos vendidos;
- Conquistou mais de 270 mil novos seguidores;
- Mais de 80 milhões de pessoas alcançadas pelas campanhas de TV;
- Mais de 22 milhões de conversas geradas;
- Cerca de 146 horas nos trending topics do X, antigo Twitter;
- No quesito sustentabilidade, foram usados mais de 460 mil copos reutilizáveis, que reduziu cerca de 10 toneladas de lixo.

A DISRUPÇÃO MUSICAL

Foi com essa disrupção que a Gerdau conseguiu atingir importantes atributos e enfrentar desafios estruturais das indústrias:

- Vista como uma marca jovem e popular;
- Reconhecida como dedicada a criar um futuro mais sustentável;
- Gerou colaborações para transmitir atributos de uma marca para outra;
- Potencializou a mensagem da reciclagem e da economia circular em prol de um planeta melhor no futuro.



O aço é um material que pode ser reciclado infinitamente sem perder sua qualidade. Como maior recicladora de sucata da América Latina, buscamos, com estas ativações, mostrar o impacto positivo da cadeia da reciclagem nos aspectos ambiental e social e a importância de cada pessoa fazer a sua parte para colaborar com a construção de um futuro mais sustentável para as próximas gerações



PEDRO TORRES

diretor de Comunicação
e Relações Institucionais na Gerdau

Confira o [vídeo](#) institucional da Gerdau no The Town



COLETIVA NO CORAÇÃO DE SÃO PAULO

Para fortalecer a história a ser contada, a Gerdau precisou inovar mais uma vez. Em 2022, a companhia criou um modelo único de coletiva de imprensa para anunciar a parceria com o Rock in Rio, que foi um grande sucesso. Por conta disso, a ideia foi ampliada para o The Town, onde a empresa entendeu que era necessário fazer algo diferente e ousado.

MOLDANDO UMA COLETIVA COM A CARA DE SP

Para iniciar esse grande momento, o evento foi organizado no Pêrgola, localizado no tradicional bairro do Brooklin, um dos principais centros empresariais de São Paulo. A escolha do local foi estratégica, pois das suas janelas se tem uma visão incrível do urbanismo da cidade – tema que seria abordado no palco Skyline do The Town.



Vista do Pêrgola - Divulgação Gerdau

OBJETIVOS DA COLETIVA

- Criar algo potente, marcante e diferente do que já havia sido feito, que destacasse a empresa e a colocasse à frente dos demais patrocinadores, que são empresas D2C.
- Atrair muitos jornalistas e influenciadores que pudessem antecipar ao público o que esperar da Gerdau no The Town.
- Ir além da sustentabilidade, trabalhando fortemente outra mensagem essencial para a Gerdau: a inclusão social.
- Realizar a coletiva em um lugar igualmente icônico que refletisse a essência de São Paulo.

COMO TUDO COMEÇOU

Moldamos um novo modelo de coletiva, com uma estrutura diferenciada, composta por um conjunto de porta-vozes e um tema central, além de outros igualmente fortes. A Gerdau atraiu os jornalistas que desejava, tirando-os das redações e vencendo a concorrência com outras pautas factuais. A companhia fortaleceu sua narrativa de empresa inovadora, sustentável, inclusiva e que se propõe a ser parte das soluções para os desafios da sociedade.



Jornalistas que participaram da coletiva da Gerdau em SP - divulgação Gerdau

Durante a conversa com os jornalistas, Gustavo Werneck não hesitou em transmitir sua alegria ao participar da primeira edição do The Town. “Estivemos orgulhosos em poder levar o aço Gerdau 100% para o maior festival de música da história de São Paulo, onde reforçamos o nosso compromisso em construir um futuro ainda mais sustentável e impactar positivamente as regiões em que atuamos. O mesmo aço que tem um papel essencial na geração de empregos e renda e faz parte das soluções aos desafios de

construção, mobilidade e sustentabilidade do mundo também esteve presente em um dos espaços mais simbólicos da capital paulista, o Autódromo de Interlagos”.

O ANÚNCIO

Durante a coletiva presencial, com jornalistas, influenciadores e convidados, e com transmissão ao vivo pelo TikTok e Instagram da companhia, os CEOs da Gerdau e da Rock World revelaram os detalhes da parceria. A Gerdau teve a oportunidade de fortalecer sua narrativa como empresa sustentável, inclusiva e inovadora.

Na ocasião, organizamos uma press trip de Minas Gerais, que envolveu os veículos regionais mais importantes e foi um sucesso. Como estratégia de comunicação, realizamos algumas entrevistas sob embargo, que resultaram em ótimos resultados, ampliando a visibilidade das ações. Essas entrevistas forneceram informações complementares para veículos importantes como Valor Econômico e Meio & Mensagem, ajudando a levar a narrativa da Gerdau para diversos públicos.



Roberta Medina, Vice-presidente executiva do Rock in Rio; Gustavo Werneck, CEO da Gerdau; a cantora IZA; Edu Lyra, CEO da ONG Gerando Falcões; Luis Justo, CEO da Rock World e representantes da Orquestra da Sucata - divulgação Gerdau

“

Para o The Town, essa é uma parceria que vai além da música. É uma conexão por um mundo melhor. E ela começa muito antes do festival acontecer. Dentro da Cidade da Música, a parceria com a Gerdau será fundamental para nós, com o fornecimento de 330 toneladas de aço reciclável que serão usadas em diversas estruturas que vão compor todo o espaço. Estamos muito felizes e honrados de estarmos construindo um projeto mágico com a Gerdau — um parceiro que sonha junto com a gente e está conectado ao nosso propósito — para o maior festival que São Paulo já recebeu.

”

LUIS JUSTO

CEO da Rock World.

“

Estamos orgulhosos em levar o aço Gerdau 100% reciclável para o maior festival de música, cultura e arte da história de São Paulo, reforçando o nosso compromisso em construir um futuro ainda mais sustentável e impactar positivamente as regiões em que atuamos. O mesmo aço que tem um papel essencial na geração de empregos e renda e faz parte das soluções aos desafios de construção, mobilidade e sustentabilidade do mundo também estará presente em um dos espaços mais simbólicos da capital paulista, o Autódromo de Interlagos.

”

GUSTAVO WERNECK

CEO da Gerdau.

veja Negócios VEJA+ RADAR ECONÔMICO VEJA MERCADO VEJA S/A ARTIGOS AGENDA VERDE ASSINE

Economia

The Town terá aço reciclável da Gerdau equivalente a 400 carros

Siderúrgica doará 330 toneladas de material para a montagem de estruturas, repetindo ação feita no Rock in Rio

Por Larissa Quintino
Atualizado em 4 jun 2024, 10h11 - Publicado em 18 jul 2023, 13h42

e|investidor ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Guia Imposto de Renda 2024 Planilha de Gastos Gratuita Como começar a Investir

TEMPO REAL

Gerdau (GGBR4) vai fornecer 330 toneladas de aço reciclável para o The Town

O aço será utilizado em estruturas fixas e temporárias do evento

ESTADO DE MINAS Feminino & Masculino

Arte final

Cidade da Música do The Town terá aço Gerdau 100% reciclável

NA BATIDA DO AÇO

+200 convidados

90 jornalistas

(entre eles, 40 de Minas Gerais + 2 jornalistas do Rio Grande do Sul)

11 influenciadores

58 veículos diferentes

(Agência Estado, Veja, Exame, UOL, Forbes, TV Globo, Multishow, TV Bandeirantes, Jovem Pan, Alma Preta, Revista Raça, Zero Hora, Diário do Comércio, Rádio Itatiaia, entre outros)

9.179.400
de retorno de mídia



Mais de 200 convidados participaram da coletiva de imprensa - divulgação Gerdau

Para animar e dar uma palhinha do que seria o festival, a Gerdau convidou a Orquestra da sucata para se apresentar e já entregar um gostinho do que estaria por vir em setembro.

A Orquestra de Sucata é uma iniciativa que, desde 2015, une música e reciclagem, envolvendo crianças e jovens em uma atmosfera cultural em que busca

refletir sobre as temáticas da reciclagem e da sustentabilidade. Com seus instrumentos feitos de sucata e materiais recicláveis, a Orquestra desenvolve músicas autorais cantadas e instrumentais, trazendo em suas melodias a importância da preservação do meio ambiente e do consumo consciente.

POR ISSO, A GERDAU É UMA DAS APOIADORAS DA ORQUESTRA DA SUCATA.



Orquestra da Sucata marcou presença na coletiva - divulgação Gerdau

O GRANDE DESTAQUE

A jornada do aço é extremamente potente e tem uma grande força de transformação. A artista, anunciada como embaixadora do tema sustentabilidade da Gerdau para o The Town, foi a cantora IZA. A IZA, que era uma das grandes estrelas do festival, representou a dedicação de brasileiros que, por meio de seu trabalho, traduzem o conceito de sustentabilidade na prática. Compartilhamos os mesmos propósitos com ela porque, assim como a Gerdau, a IZA assume o protagonismo quando os temas em questão são as formas de combater desafios da sociedade.

Apesar de ser um evento em São Paulo, a Gerdau escolheu uma carioca como embaixadora. O objetivo da companhia era estar na estreia do The Town, celebrando São Paulo. Mas a música não tem fronteiras. Através dela, é possível fazer as mais diversas conexões. Por isso a escolha da IZA, representou bem nossos valores e tem comunhão com nossos propósitos. O que queríamos era deixar um legado positivo e sustentável para a cidade. É foi isso que fizemos!

Na ocasião, a cantora IZA, entrou em sintonia com a Orquestra da Sucata e fez um pocket show para os convidados. “Como ela era nossa embaixadora da sustentabilidade no The Town, quisemos dar visibilidade para a Orquestra da Sucata, que também tem sintonia com nosso propósito, uma vez que o grupo utiliza instrumentos confeccionados com sucata e materiais recicláveis, formando um projeto incrível que promove a educação e a conscientização ambiental através da música” pontuou Pedro Torres, diretor de comunicação e relações institucionais da Gerdau.



Pocket show da cantora IZA com a Orquestra da Sucata, durante a coletiva oferecida pela Gerdau em apresentação a sua parceria com o The Town - divulgação Gerdau

RESULTADOS QUE VÃO ALÉM DA IMPRENSA

A cobertura da Gerdau, dos influenciadores parceiros e da cantora IZA foi um sucesso. Anúncios foram destacados e deram o start na trajetória da Gerdau como apoiadora do The Town.

42 milhões de pessoas
potencialmente impactadas com publicações da coletiva (somatório das audiências dos perfis que fizeram publicações a respeito do evento)

39.6 milhões de pessoas
potencialmente impactadas com publicações de terceiros, como a IZA

+2.5 milhões de pessoas
potencialmente impactadas com publicações da Gerdau

500 novos seguidores
nas redes sociais em função da coletiva

1000 seguidores
acompanharam a coletiva ao vivo no **TikTok** e **Instagram** da Gerdau

+27 milhões

de impressões nas redes sociais, nas páginas da Gerdau e de influenciadores

+535 mil

engajamentos com os conteúdos e com a marca

COLETIVA DE IMPRENSA

IZA **GERDAU** **THE TOWN**

CONVIDAM

Caro (a) jornalista,
a Gerdau e a cantora IZA têm a satisfação de convidá-lo (a) para a coletiva de imprensa que irá detalhar as iniciativas envolvendo mais uma parceria inédita entre a maior empresa brasileira produtora de aço e o The Town, o maior festival de música, cultura e arte de São Paulo. A Gerdau é o aço oficial do The Town 2023 e parceira de sustentabilidade do The Town e, junto à representantes do festival e da artista e da Gerando Falcões, apresentará as novidades sobre essa união de propósitos na ocasião, que deixará um legado para a sociedade.

A coletiva contará com a participação da cantora IZA – que também fará um pocket show – e de executivos da Gerdau, do The Town e da Gerando Falcões, que ficarão à disposição da imprensa para detalhar as novidades.

AGENDA
30/05 - 10h

ONDE: **Pérgola** - Av. Engenheiro Luis Carlos Berrini, 105 - 8º andar - Brooklin / São Paulo

Brunch será servido ao fim do evento

Confirme sua presença enviando seu nome, veículo e contato para FSB Comunicação no e-mail gerdau@fsb.com.br

Contamos com a sua presença

Siga a Gerdau nas redes sociais:



O convite da coletiva - divulgação Gerdau

IZA, UM ÍCONE DA NOVA GERAÇÃO

Para fortalecer ainda mais a narrativa de conexão com o público jovem e reforçar os pilares sustentáveis da companhia, a Gerdau anunciou a cantora IZA como Embaixadora de Sustentabilidade no The Town. Nascida em 3 de setembro de 1989, no Rio de Janeiro, ela desenvolveu seu amor pela música desde cedo, influenciada por diversos estilos como o samba, o pop, o R&B e o hip-hop, e se tornou uma das cantoras e compositoras brasileiras mais destacadas no cenário atual da música nacional.

Dona de uma voz poderosa e muito carisma, IZA alcançou o estrelato com o lançamento do single “Pesadão”, em 2017. Logo no ano seguinte, ela lançou seu primeiro álbum “Dona de Mim”, do qual saíram hits como “Ginga” e a faixa título, que conquistaram milhões de visualizações nas plataformas digitais e se tornaram verdadeiros hinos da música brasileira contemporânea, admirados por todas as idades.

Em 2023, na esteira da expectativa para o The Town, a cantora surpreendeu com o lançamento de seu segundo álbum, “AFRODHIT”, disponibilizado nas plataformas no dia 3 de agosto, praticamente um mês antes do festival, que começaria em 2 de setembro. Com uma carreira já celebrada, com diversos prêmios e indicações, incluindo o Grammy Latino, Prêmio Multishow e o MTV Europe Music Awards, o segundo álbum destacou ainda mais a cantora, sendo eleito o disco do ano pelas revistas Veja, Rolling Stones, Papel Pop e Tracklist. Além de ter sido um sucesso de público, ficando seis dias como o álbum mais ouvido no Brasil pelos usuários do aplicativo Apple Music.

Além de seu talento musical, outra característica fundamental que levou à escolha de IZA como embaixadora da Gerdau foi sua postura inspiradora e engajada em debates sociais. A musicista é uma voz ativa na luta contra o preconceito, a discriminação racial e o machismo, defendendo a diversidade e a igualdade em suas letras e posicionamentos. Sua atuação como ícone da representatividade negra e feminina tem impactado positivamente milhares de fãs em todo o país.

Durante a coletiva, IZA fez uma poderosa declaração destacando um dos principais temas valorizados pela Gerdau em sua cadeia de produção: os mais de 1 milhão de catadores e catadoras envolvidos na cadeia de reciclagem.

Buscar **Valor** ESG

The Town coloca os dois pés no palco, gramado e entorno da sustentabilidade

Festival e patrocinadores somam esforços para promover impacto social e não escorregar no ambiental, que vão de doação de dinheiro a ONGs a reciclagem de aço e lonas

Por Natara Bertão, Prática ESG — São Paulo
02/09/2023 07h01 - Atualizado há 9 meses

Presentar matéria

Menu **O GLOBO** Cultura

The Town: megafestival vira vitrine para sustentabilidade e ações com foco na geração Z

Além de espaços 'instagramáveis' com karaokê e programação paralela, companhias vão incentivar reciclagem de materiais para aproximar o público do conceito de economia circular

Por João Sorima Neto e Juliana Causin — São Paulo
01/09/2023 11h10 - Atualizado há 9 meses

Presentar matéria

“

Fico feliz em me unir à Gerdau em uma iniciativa com essa grandiosidade e esse potencial de impacto. A música já me levou a lugares muito especiais. E hoje, a partir deste projeto, estou realizando mais um sonho: representar o esforço e a dedicação de brasileiros tão especiais que, por meio de seu trabalho, traduzem o conceito de sustentabilidade na prática

”

IZA
Cantora



Gustavo Werneck, CEO da Gerdau, cantora IZA e Luis Justo, CEO da Rock World- divulgação Gerdau



Pocket show da cantora IZA na coletiva da Gerdau em 2023 - divulgação Gerdau



IZA recebe uma placa de aço para simbolizar seu papel de embaixadora de sustentabilidade da Gerdau no The Town - Divulgação Gerdau

Para surpreender ainda mais os convidados presentes, a Gerdau e IZA organizaram um pocket show da cantora com a Orquestra da Sucata, um projeto social apoiado pela Gerdau desde 2015, que une música e reciclagem e ganhou destaque na coletiva.

“

Cada vez mais nos palcos e nos instrumentos, vemos músicos que criaram seus instrumentos a partir de sucata. O aço está presente na vida de todos nós no dia a dia. Vamos dar visibilidade às possibilidades do aço que pouca gente conhece.

”

GUSTAVO WERNERCK

CEO da Gerdau, em entrevista para a [TV Bandeirantes](#)

Com instrumentos feitos de sucata e materiais recicláveis, a presença da Orquestra reforçou, para a imprensa, as mensagens que a Gerdau desejava transmitir na coletiva, humanizando o discurso através dos depoimentos dos jovens músicos e suas histórias de vida.



Utilizamos a música como ponte, uma ferramenta para abordar de forma lúdica e divertida, trabalhando com arte e cultura, o tema da reciclagem e alcançando crianças, jovens e adolescentes.



ROSA ALICE NOAL

percussionista, também em entrevista à Band

IZA EM NÚMEROS

Em seus 8 anos de carreira, IZA já alcançou um sucesso extraordinário! Foram 76 indicações a prêmios, das quais ganhou 29. A cantora também recebeu 5 certificados de platina, incluindo platina tripla por “Pesadão”, e certificações individuais por “Gueto” e “Sem Filtro”.

Nas redes sociais, IZA também atrai milhões de seguidores:

18,3 M - Instagram

4,45 M - Youtube

4,7 M - TikTok

entretê

The Town: show de IZA contará com aço 100% reciclável

Por: The Music Journal Brazil

GZH

ZERO HORA

Com shows de Iza e da Orquestra de Sucata, festival The Town anuncia parceria com a Gerdau

Empresa gaúcha será responsável por fornecer o aço utilizado na construção das estruturas do novo festival de São Paulo

30/05/2023 - 15h13min
Atualizada em 30/05/2023 - 16h07min



R+ RAPMAIS

Search...

INÍCIO NOTÍCIAS INTERNACIONAL NACIONAL G NEWS CONTATO

Home > Curiosidades

Cantora IZA terá aço totalmente reciclável em seu show no The Town



BY RODRIGO COSTA — 26 de maio de 2024

O PRIMEIRO PRODUTO SOCIAL DA GERDAU

Outra novidade detalhada no evento foi o lançamento do chaveiro Gerdau e Gerando Falcões, um produto social que será vendido na loja oficial do The Town durante o festival. Produzido a partir de aço Gerdau 100% reciclável, o chaveiro representa a Favela do Haiti, localizada na Zona Sudeste de São Paulo. Toda a renda gerada a partir da sua venda será revertida para projetos de desenvolvimento da comunidade. É de lá também o biscoito polvilho servido para todos os presentes.

“Lançamos junto com Gerando Falcões, nosso primeiro produto social, um chaveiro feito com aço 100% reciclável, que percorre a mesma jornada que moldará as estruturas fixas e temporárias do festival. Ele é o símbolo da transformação do aço e de nossa economia circular, que envolve mais de 1 milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas. E simboliza também nossa intenção de construir um novo futuro, por meio de um projeto transformador e indutor do desenvolvimento socioeconômico da comunidade de São Paulo. Toda a renda gerada a partir da sua venda será revertida para projetos de desenvolvimento da Favela do Haiti” explica Pedro Torres.

“O Favela 3D tem como prioridade levar dignidade, digitalização e desenvolvimento às favelas do Brasil, promovendo a transformação total do território, e é um grande orgulho para nós receber o apoio de Gerdau e The Town para a superação da pobreza na Favela Haiti”, explica Edu Lyra, CEO e Fundador da Gerando Falcões.

Foram disponibilizadas 3 mil unidades do chaveiro na Loja Oficial do The Town, localizada no estande da Gerdau no espaço VIP do evento. No total, foram vendidas XXXXX unidades.

“Ficamos muito felizes em contribuir com um projeto que impacta de forma transversal e positiva a vida de 290 famílias que moram na Favela do Haiti, o que reforça o compromisso da Gerdau de ser parte das soluções aos desafios da sociedade, como a questão da habitação, que é um dos pilares estratégicos da nossa atuação social. Mas cabe destacar que o produto social foi apenas uma parte de uma ação muito maior”, afirma Werneck.

Ao lado da ONG Gerando Falcões, The Town, Fundação Grupo Volkswagen e Vozes da Periferia, a Gerdau, parceira da Gerando Falcões em outras regiões do País, é uma das apoiadoras do projeto Favela 3D, que impactará a Favela do Haiti. A iniciativa busca promover o fortalecimento comunitário, empregabilidade, empreendedorismo, capacitações profissionais e acompanhamento individualizado das famílias até dezembro de 2024.



IZA, embaixadora de sustentabilidade da Gerdau o The Town, com o chaveiro - Crédito: Divulgação Gerdau



Chaveiro feito com aço Gerdau 100% reciclável - Crédito: Divulgação Gerdau

M+ HOME NOTÍCIAS PESQUISAS ESPECIAL

Blog

Início > Gerdau apresenta primeiro produto social em parceria com ONG Gerando Falcões

MARKETING

Gerdau apresenta primeiro produto social em parceria com ONG Gerando Falcões

SETEMBRO 1, 2023 | POR REDAÇÃO M+ | 0 COMENTÁRIOS

exame.

Home > ESG

Gerdau fornece aço 100% reciclável para o The Town e faz ação social com Gerando Falcões

Para anunciar as ações, a cantora Iza se torna embaixadora de sustentabilidade da Gerdau no The Town

PODCAST AO VIVO ASSISTA AO VIVO NOTÍCIAS PROGRAMAS LOCUTORES CONCURSOS

HOME / THE TOWN

Gerdau apresenta detalhes sobre venda de 1º produto social em parceria com ONG Gerando Falcões durante o The Town

REDAÇÃO 88 QUARTA-FEIRA, 30 DE AGOSTO DE 2023



imagem divulgação

abc da comunicação SOBRE ABC MARKETPLACE MATERIAIS RIGOS EVENTOS DIGITAIS ABC SHOP

Home > Mercado

Gerdau apresenta detalhes sobre venda de primeiro produto social em parceria com ONG Gerando Falcões durante o The Town 2023

Feito em aço 100% reciclável, chaveiro será vendido no festival The Town e o lucro será integralmente direcionado para projetos que melhorem a qualidade de vida na Favela do Haiti (SP)

por Redação ABCCOM — 01/09/2023 em Mercado

A COLETIVA NA MÍDIA

Programa Encontro, da TV Globo - Exibido em 01/06/2023 – Link: [Encontro](#)



BandNews TV - jornal Tarde BandNews - Exibido em 03/06/2023 – Link: [Bandnews](#)



ESTADO DE MINAS Feminino & Masculino

Cidade da Música do The Town terá aço Gerdau 100% reciclável



ESTRATÉGIAS DE SUSTENTAÇÃO

AÇÕES EXTERNAS

A Gerdau realizou diversas ativações de mídia out of home (OOH), com destaque para ações nos aeroportos de Congonhas (SP) e Confins (MG), para emocionar o público participante do festival.

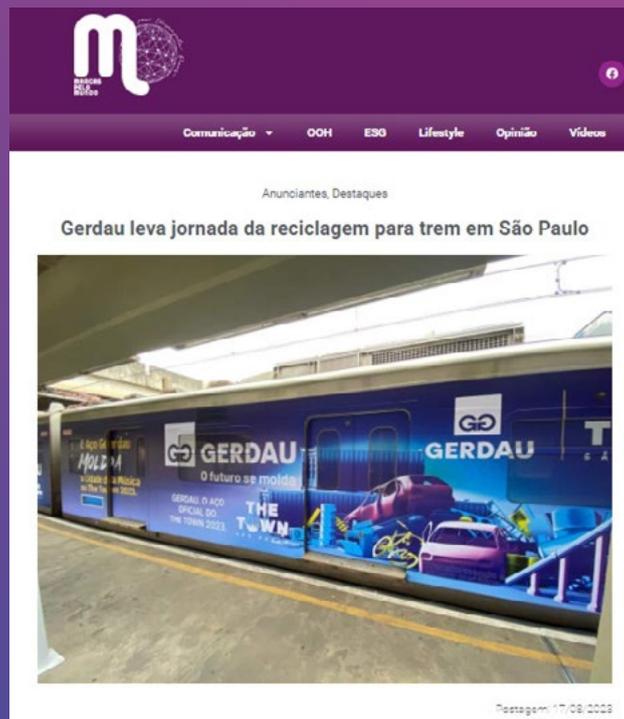
Além disso, a empresa envelopou um trem da Linha 9-Esmeralda, da ViaMobilidade, com imagens que ilustram a circularidade da cadeia de reciclagem, desde a sucata metálica até o produto final em aço. Uma das paradas do trem era na estação Autódromo Interlagos, local do festival. A Gerdau manteve a exibição das imagens de reciclagem no trem da Linha 9-Esmeralda de 15 de agosto a 13 de setembro.



A Gerdau estampou sua marca no trem da ViaMobilidade, com imagens que ilustram a circularidade da cadeia de reciclagem, desde a sucata metálica até o produto final em aço - divulgação Gerdau

“Para a Gerdau, sendo uma indústria B2B que vende um produto essencial, mas que é Business to People para nós, essa parceria com o The Town 2023 foi uma oportunidade de nos conectar ainda mais com diferentes públicos e ampliar o diálogo com a sociedade em geral. Queríamos transformar nossa marca de 122 anos em uma favorita da indústria brasileira e contribuir para valorizar o setor do aço”, destacou Pedro Torres.

A ação de mídia Out of Home (OOH) impactou os passageiros que utilizaram o trem durante o período, incentivando a reflexão sobre a importância da reciclagem de sucata e a presença do aço no cotidiano das pessoas, inclusive nos meios de transporte. As estampas externas do trem, em tons de azul, amarelo e roxo, exibiram imagens do processo de produção do aço, desde a sucata até o produto final, e também fizeram referência à cenografia da Cidade da Música, palco do festival The Town, por meio de elementos de sucata que recriaram o palco skyline de prédios icônicos de São Paulo.



[Marcas pelo Mundo](#) - Divulgado em 17/08/2023





Gerdau sobre trilhos: produtora de aço leva jornada da reciclagem para trem em São Paulo

Escrito por Smoke | 16 de agosto de 2023



Festivals

Gerdau divulga jornada da reciclagem com envelopamento em trem em São Paulo

Trem da Linha 9-Esmeralda recebe envelopamento especial para reforçar importância da cadeia da reciclagem de sucata e celebrar parceria da empresa com o festival The Town.



EMPRESA

Gerdau leva jornada da reciclagem para trem em São Paulo



Publicado 10 meses atrás em 18 de agosto de 2023
De admin_ag

PROJETO FAVELA 3D

A Gerdau vem buscando evoluir na sua estratégia de patrocínios de causa. Por isso, além do objetivo principal de desmistificar o aço e fortalecer o posicionamento da empresa como grande recicladora, a Gerdau também buscou aumentar sua atuação social por meio da parceria com o The Town.

A Gerdau tem em sua estratégia social a Habitação como um dos pilares estratégicos. Por que não unir forças com um evento da magnitude do The Town para aumentar sua atuação social e ainda ser mais reconhecida por essa atuação?

Assim a empresa leva a ideia ao The Town de um projeto social em conjunto e que já utilizaria uma metodologia de sucesso. O projeto Favela 3D tem como principal objetivo proporcionar dignidade, digitalização e desenvolvimento às favelas do Brasil, buscando transformar completamente esses territórios. Foi uma união de forças com a Gerando Falcões, o The Town e a Fundação Grupo Volkswagen, para implementar um projeto que a Gerdau já participava em outras regiões. A iniciativa visa fortalecer a comunidade local, fomentar a empregabilidade, incentivar o empreendedorismo, oferecer capacitações profissionais e fornecer acompanhamento individualizado às famílias da Favela do Haiti.

A RECONSTRUÇÃO DA FAVELA DO HAITI

No dia 5 de julho de 2023, foram avaliados os primeiros avanços na reconstrução e restauração da Favela do Haiti, durante um evento realizado na comunidade que contou com a presença da Gerdau, do The Town e da ONG Gerando Falcões, além do cantor Criolo e da cantora Ludmilla. A coletiva de imprensa mostrou a evolução da

implementação do projeto, destacando o cenário atual da comunidade e as metas estabelecidas até dezembro de 2024.

Durante o encontro, foram apresentados os resultados e andamentos de ações realizadas até o momento e que envolvem melhorias habitacionais, abastecimento de água e saneamento, formação de lideranças comunitárias, construção de sobrados e assobradados sustentáveis, construção do Museu de Arte Pública, colocação de hidrômetros e a organização de cursos em parceria com SEBRAE/SENAI, além da divulgação em primeira mão do projeto de reforma da praça central e do mapeamento de todas as famílias que farão parte do Programa Decolagem. Com o projeto, 290 famílias (o que equivale a cerca de mil pessoas) foram impactadas por ações que promovem o fortalecimento comunitário, empregabilidade, empreendedorismo, capacitações profissionais e acompanhamento individualizado das famílias.

O investimento da Gerdau na Favela do Haiti foi de R\$2.5 milhões.

DESENVOLVIMENTO SOCIAL:

CENÁRIOS

32% DA POPULAÇÃO é não alfabetizada

1 EM CADA 5 não está na escola ou creche

1 EM CADA 20 FAMÍLIAS não têm acesso à internet

RESULTADOS ESPERADOS

Acompanhamento do programa Decolagem para **290 FAMÍLIAS**

100% do território com acesso à internet

100% das crianças matriculadas em creches ou escolas

100% do território com acesso à internet

GERAÇÃO DE RENDA

CENÁRIOS

38% DA POPULAÇÃO ESTÁ EM SITUAÇÃO DE DESEMPREGO

RESULTADOS ESPERADOS

Eliminação do desemprego entre pessoas disponíveis (através da aceleração de empreendedores, trilhas de capacitação profissional e conexão com vagas de emprego)

Combate à evasão escolar e inserção de 52 JOVENS no mercado de trabalho através do projeto Jovem do Futuro



Pedro Torres, diretor de comunicação e relações institucionais da Gerdau, participou do evento na Favela do Haiti - divulgação Ger-

URBANISMO E MORADIA

CENÁRIOS

97% DAS CASAS NÃO POSSUEM ACESSO REGULAR À ÁGUA

78% DAS CASAS ENFRENTAM PROBLEMAS DE VENTILAÇÃO/MOFO E LIGAÇÕES ELÉTRICAS COM RISCO DE INCÊNDIO

66% DAS CASAS SÃO FEITAS DE TIJOLO COM REVESTIMENTO, ENQUANTO 22% SÃO DE TIJOLO SEM REVESTIMENTO E 8% DE MADEIRA APROVEITADA. ALÉM DISSO, 9% DAS CASAS NÃO POSSUEM BANHEIRO EXCLUSIVO

RESULTADOS ESPERADOS

Abastecimento de água para 100% das famílias (através de uma parceria com a Biosaneamento e a SABESP, com a instalação de caixas d'água até agosto e conexão com a rede regular de distribuição a partir de setembro)

Melhorias em 115 habitações e fachadas
Construção de 21 sobrados sustentáveis



RESULTADOS

FOLHA DE S.PAULO

Favela Haiti atinge pleno emprego, e projeto embala sonhos de moradores

União de ONGs mudou a comunidade na zona leste da capital com escola, casa e emprego

DE UM CONTEÚDO



VOZES DAS PERIFÉRIAS

Quem somos | Projetos | Agência Vozes | Portal de Notícias | Transparência | Faça parte | Quero doar!

POSTADO POR CESAR GOUVEIA
07/07/2023

THE TOWN 2023: AÇÕES DE DESENVOLVIMENTO DA FAVELA DO HAITI AVANÇAM COM VELOCIDADE E JÁ TEM AS PRIMEIRAS CASAS REFORMADAS POR MEIO DO PROJETO FAVELA 3D

A menos de dois meses para a primeira edição do maior festival de São Paulo, coletiva de imprensa apresenta resultados e andamento do projeto da parceria do The Town com Gerardo Falcões, Vozes das Periferias, Gerdau, Fundação Grupo Volkswagen, Governo do Estado e Prefeitura de São Paulo

g1

SÃO PAULO

'Favela 3D': projeto apoiado pelo The Town em comunidade em SP prevê ações de regularização fundiária, revitalização e capacitação

A principal premissa é a de transformar a Favela do Haiti em "modelo" para a cidade. Evento com representantes do festival de música foi realizado nesta terça-feira (7).

Por Ana Flávia Paula, g1 SP — São Paulo
02/05/2023 17h55 · Atualizado há um ano



MENU | g1

SÃO PAULO



"FAVELA 3D" REVITALIZA COMUNIDADE HAITI

Projeto promove regularização e capacitação dos moradores



Projeto 'Favela 3D' revitaliza praça na Comunidade Haiti, na região do Ipiranga

ESTADÃO #1

ÚLTIMAS NOTÍCIAS | IMPRENSA | POLÍTICA | ECONOMIA | ESTADO VESPICIA

ÁREAS ESTENDIDAS #1 | ENTAR #1

Seja todo sobre a cidade de São Paulo pelo WhatsApp



Projeto revitaliza praça e gera empregos na Favela do Haiti

O SHOW COMEÇOU

A Gerdau construiu uma narrativa sólida ao apresentar novas soluções e destacar o aço como protagonista na primeira edição do festival de música de São Paulo. O aço utilizado na estrutura do festival provém de diversas regiões do país e é resultado de um processo de reciclagem de sucata ferrosa, envolvendo mais de um milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas.

A quantidade de aço utilizada nas estruturas fixas e móveis equivale a mais de 400 carros populares e é infinitamente reciclável. O aço Gerdau desempenhou um papel fundamental no palco Skyline, o principal do festival, que recebeu aproximadamente quatro shows por dia. A presença do aço foi crucial para a fundação deste palco, proporcionando sustentação para estruturas que receberam artistas nacionais e internacionais. Além disso, o aço permitiu a construção de um colossal palco com 40,5m de altura, 95m de largura e uma boca de cena de 24m, inspirado nos arranha-céus de São Paulo, um espetáculo visual para os paulistanos.

O palco The One também contou com a estrutura de aço Gerdau, recebendo uma variedade de estilos e ritmos ao longo do evento. A Gerdau foi responsável pela produção e instalação das torres de delay, projetadas para permitir montagens rápidas, práticas e seguras, incorporando equipamentos de sonorização como caixas de som. Essas torres foram distribuídas pelo Autódromo de Interlagos, deixando um legado duradouro para a cidade.



As torres de delay e o palco que contaram com o Aço Gerdau 100% reciclável - Créditos: Gerdau



A Gerdau marcou presença na primeira edição do The Town - foto divulgação Gerdau

exame.

Gerdau: a maior recicladora de aço da América Latina também é "pop"

Gerdau é destaque na categoria Mineração, Siderurgia e Metalurgia no Melhores do ESG 2023



A PRODUÇÃO NÃO PAROU UM MINUTO

Na véspera do início do festival, a Gerdau foi destaque em uma matéria no programa Conexão Globo-News. A cadeia de produção do aço, desde a coleta de sucata até a fabricação do produto final, foi o foco principal de uma entrevista, com o suporte da cooperativa Coopercaps, especializada em materiais metálicos e responsável pela separação dos materiais até sua chegada à usina.

A cooperada Flávia Oliveira detalhou o processo de separação da sucata dentro da cooperativa. No local, registramos imagens dos caminhões descarregando materiais recicláveis e da fase final de separação.

Posteriormente, fornecemos à repórter uma variedade de vídeos que ilustram o passo a passo do processamento da sucata nas usinas, até sua transformação em produto final. Finalmente, levamos a repórter para conhecer o resultado final desse processo no The Town. No autódromo, Amanda Luder, repórter da GloboNews, explicou o processo de produção e destacou a importância do aço, suas características e como foi utilizado no The Town.



Conexão Globonews, exibido em 01/09/2023

UMA MARCA ADMIRADA E RESPEITADA

“A Gerdau é uma indústria B2B, que vende um produto essencial, mas que para nós é Business to People. Também por meio da parceria com o The Town 2023, conectamos ainda mais a Gerdau com os diferentes públicos com quem interagimos e ampliamos o diálogo com a sociedade em geral, transformando nossa marca de 123 anos em uma marca admirada e respeitada, que contribui para descomoditizar o setor do aço” reforça Pedro Torres.

UMA ESTRATÉGIA DE HOSPITALIDADE PARA CLIENTES

A Gerdau aproveitou o patrocínio para também criar uma estratégia de relacionamento e aproximação com seus principais clientes e públicos de interesse. A empresa estruturou um programa de hospitalidade, propiciando maior conforto e comodidade aos convidados e clientes. A Gerdau reservou uma sala no Hotel Blue Tree Premium Verbo Divino, onde deu as boas-vindas e distribuiu as pulseiras que concediam acesso ao maior festival de música de São Paulo, especialmente à área VIP.

No total, a empresa reuniu mais de 500 clientes e organizou uma logística especial para a Cidade da Música. A Gerdau disponibilizou um ponto de desembarque exclusivo dentro do Autódromo de Interlagos e ofereceu transporte de ida e volta, visando assegurar a diversão de seus convidados.



A equipe da organização identificou todos os clientes convidados pela Gerdau para levá-los ao autódromo de Interlagos - divulgação Gerdau



Convidados da Gerdau que estiveram no ponto de encontro para curtir o The Town - divulgação Gerdau

GERDAU LEVA EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS PARA INTERAGIR COM O PÚBLICO DO FESTIVAL

A Gerdau quis ser parte do festival e estar próxima do público. Para isso, a companhia preparou uma série de ações de engajamento. O público presente no evento pode conhecer as ativações em dois espaços criados pela companhia na Cidade da Música. Na área do gramado, a Gerdau interagiu com 80% das pessoas e na área vip, onde circulam os formadores de opinião, a empresa levou o mesmo conceito de interação e fortaleceu sua estratégia social, vendendo o chaveiro feito em parceria com a ONG Gerando Falcões.



Estande da Gerdau na área do gramado do The Town - divulgação Gerdau

As ativações da empresa no The Town 2023 tinham como objetivo promover uma grande reflexão sobre a importância da economia circular e desmistificar o conceito da reciclagem. O aço é um material que pode ser reciclado e infinitamente sem perder sua qualidade. Como maior recicladora de sucata da América Latina, a Gerdau buscou com estas ativações mostrar o impacto positivo da cadeia da reciclagem nos aspectos ambiental e social e a importância de cada pessoa fazer a sua parte para colaborar com a construção de um futuro mais sustentável para as próximas gerações.



O GRAMADO DO THE TOWN

A Gerdau criou uma série de iniciativas para se aproximar ainda mais da sociedade e reforçou a importância do aço em cada uma delas. Os desafios da companhia em tornar sua participação no festival ainda mais abrangente e humanizada levaram a Gerdau a buscar um projeto que destacasse a importância da recicla-

gem na construção de um novo futuro. As ativações da empresa no The Town 2023 tinham como objetivo ilustrar o ciclo da reciclagem e promover uma profunda reflexão sobre a importância da economia circular e desmistificar o conceito dessa prática sustentável.

Quem visitou o estande principal, que estava no gramado com vista para os palcos Skyline e The One, encontrou uma guitarra gigante de quase 6 metros de altura de tirar o fôlego, feita em aço, como referência para o espaço. Ali, a grande atração foi a “garra humana”, na qual os participantes eram içados e flutuavam acima de uma piscina composta por diversos tipos de sucata me-

tálica, como geladeiras e bicicletas, que poderão ser reciclados e transformados em aço de baixa pegada de carbono novamente, reproduzindo o processo da reciclagem. Os participantes precisavam destinar a maior quantidade possível de sucata metálica para o “reciclômetro” durante 30 segundos e, quem coletar quatro itens ou mais, ganhava um pingente de aço em formato de guitarra.

O ESPAÇO VIP

Na área VIP do evento, a Gerdau aproveitou para levar para dentro do festival todas as suas mensagens-chave de marca, criando diversas experiências lúdicas para quem visitasse os espaços e conhecessem ainda mais sobre a importância do aço de baixo carbono e como ele pode estar presente no dia a dia.

Entre as ativações, a empresa disponibilizou uma máquina de reciclagem semelhante àquelas conhecidas por “pegar brinquedos”, porém adaptada para coletar materiais que faziam alusão à sucata, como os utilizados no jogo da “garra humana”. Os participantes que completaram essa ação também receberam o pingente em forma de guitarra.

Dessa forma o espaço servia como um ponto de encontro para interação com o público, conscientizando sobre o papel da companhia e construindo laços com formadores de opinião, fossem eles clientes, influenciadores, autoridades, entre outros. Também nesse espaço era possível comprar os chaveiros criados em parceria com a Gerando Falcões, destacando ainda mais um dos propósitos da Gerdau estar presente no The Town – o de transformação social.



Estande da Gerdau na área vip do festival - divulgação Gerdau



Máquina de brindes disponível na área VIP, no The Town - divulgação Gerdau



Participante conseguiu agarrar um brinde na máquina da Gerdau na área VIP - divulgação Gerdau



Estande da Gerdau dentro da área VIP do The Town - divulgação Gerdau

Experiência de Marca

Gerdau terá experiências imersivas sobre reciclagem no The Town 2023

Empresa, que é parceira e fornecedora oficial de aço do festival, marca presença com uma série de ações de interação com o público, reforçando os conceitos de sustentabilidade e da reciclagem.

O SHOW MAIS ESPERADO

A jornada do aço é profundamente impactante e possui uma enorme capacidade transformadora. IZA, uma das grandes estrelas do festival, representa a dedicação dos brasileiros que, por meio de seu trabalho, colocam o conceito de sustentabilidade em prática. A Gerdau compartilha os mesmos propósitos que a IZA ao assumir o protagonismo quando se trata de enfrentar os desafios da sociedade.

A cantora estreou no palco Skyline do The Town 2023 no último fim de semana do evento, apresentando um cenário diferenciado. Para fortalecer e amplificar a mensagem de reciclagem de sucata metálica e economia circular em prol de um planeta melhor, a artista e embaixadora de sustentabilidade da Gerdau trouxe ao palco estruturas feitas com aço Gerdau 100% reciclável, que serviram de cenografia para sua apresentação.

O aço Gerdau desempenhou um papel central na cenografia de IZA, composta por quatro escadas de aço (medindo 3,5m de comprimento por 2,60m de altura), usadas como suporte para a coreografia de seus 20 dançarinos durante o show. A presença desse material destaca a versatilidade e modernidade do aço, que pode ser reciclado infinitamente sem perder suas propriedades, adaptando-se a qualquer tipo de espetáculo.



Cantora IZA marcou presença no backstage da Gerdau - divulgação Gerdau

“

A IZA, embaixadora da Gerdau para temas de sustentabilidade no The Town 2023, nos ajuda a transmitir a importância da reciclagem para todo o público presente no festival, engajando a sociedade a refletir sobre o futuro que queremos construir juntos.

”

GUSTAVO WERNERCK
CEO da Gerdau

“A parceria com a Gerdau reforça nosso compromisso com a sustentabilidade ao trazer para o palco um material que pode ser reaproveitado de diversas formas e em várias apresentações. Toda a nossa performance representará um verdadeiro show de aço, refletido no ritmo da música. As escadas serão um espetáculo à parte para o público, demonstrando que o aço pode ser transformado infinitamente e sempre mantendo sua resistência” declara a cantora IZA.



Presença da IZA no pré-evento do The Town, organizado pela Gerdau. Ao lado esquerdo está Pedro Torres, diretor de comunicação, cantora IZA, Gustavo Werneck, CEO da Gerdau - créditos: Gerdau



A cantora IZA e o CEO da Gerdau, Gustavo Werneck, no backstage - divulgação Gerdau



Pedro Torres, diretor de Comunicação e relações institucionais da Gerdau, e IZA no backstage - divulgação Gerdau



Cientes da Gerdau que estiveram no backstage, tiveram a oportunidade de conhecer a cantora IZA - divulgação Gerdau



Equipe interna da Gerdau aproveitou o momento para celebrar a visita da IZA no backstage - divulgação Gerdau

As escadas utilizadas pela IZA em sua apresentação no The Town foram feitas com aço Gerdau 100% reciclável - divulgação Gerdau



exame.
Bússola

Home > Bússola

Cantora Iza e Gerdau levam aço 100% reciclável ao palco do The Town 2023

Maior produtora brasileira de aço levou sustentabilidade para a cenografia da artista na apresentação no maior festival de música, cultura e arte de São Paulo

Exame - divulgado em 14/09/2023

O LEGADO PARA SP

A Gerdau deixou um legado importante e essencial para o Autódromo! Para tornar o festival ainda mais atrativo, o aço Gerdau foi utilizado na construção das torres de delay que foram distribuídas pelo local e hoje são fundamentais para outros eventos realizados no Autódromo.

Essas torres foram projetadas para permitir montagens rápidas, práticas e seguras de equipamentos de sonorização, como caixas de som, reduzindo o atraso do som durante os eventos. Como o aço é 100% reciclável, pode ser reaproveitado infinitamente sem perder suas propriedades. Além disso, as estruturas fixas feitas com aço Gerdau representam um legado sustentável deixado para o Autódromo e para a cidade de São Paulo.

“O aço é um material que pode ser reciclado infinitamente sem perder sua qualidade. Como a maior recicladora de sucata da América Latina, buscamos, com essas iniciativas, destacar o impacto positivo da cadeia de reciclagem nos aspectos ambiental e social, além de enfatizar a importância de cada pessoa fazer a sua parte para contribuir com a construção de um futuro mais sustentável para as próximas gerações” completa Pedro Torres, diretor de comunicação da Gerdau.



Torres de delay que ficaram como legado no Autódromo de Interlagos, para a cidade de São Paulo - divulgação Gerdau

O AÇO NA MÍDIA

Compondo a estratégia de comunicação 360, a Gerdau estudou e implementou algumas ações específicas relacionadas a divulgação do evento de forma patrocinada. O conceito por trás da marca era atingir um grande público e chamar atenção para a descomoditização do aço

IMPRENSA - FINAL

476 MATÉRIAS

100% positivas

Valoração

R\$ 46.143.835 MILHÕES

Alcance

R\$ 257.223.349 MILHÕES

de page views

Impacto digital

R\$ 27.483.400

REDES SOCIAIS

As redes sociais da Gerdau bombaram! A empresa estabeleceu parcerias com influenciadores para fortalecer sua presença no festival e reafirmar seu compromisso em contribuir para as soluções dos desafios da sociedade, visando construir um novo futuro.

- Foram mais de 180 publicações nas redes sociais, incluindo cobertura completa no feed, stories e transmissões ao vivo;
- Os conteúdos geraram mais de 4.6 milhões de visualizações nos principais posts do festival, alcançando mais de 176 mil impressões nos stories do Instagram. Foram obtidos mais de 14 mil novos seguidores em todas as plataformas sociais em apenas cinco dias de festival;
- Mais de 109 mil interações entre comentários, curtidas e compartilhamentos, sendo a maioria dos comentários positivos;
- Os conteúdos colaborativos alcançaram potencialmente mais de 28.2 milhões de pessoas.

Além de todos esses grandes resultados da Gerdau, a presença da IZA também foi fundamental para ampliar ainda mais os números. Em suas redes sociais, IZA atrai milhões de seguidores e o impacto foi gigantesco.

INFLUENCIADORES

A estratégia de comunicação 360º da Gerdau envolveu parcerias para produção de conteúdo com diversos perfis nas redes sociais e tiktokers, visando ampliar o alcance da mensagem.

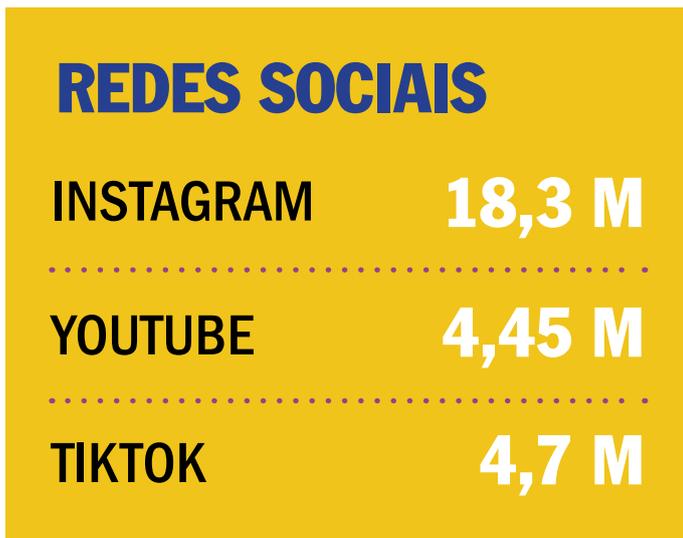
Para engajar os fãs e destacar a versatilidade do aço, a Gerdau contratou a tiktoker Gabisteca (@gabiisteca), que possui mais de 2.6 milhões de seguidores, além das influenciadoras Bella Falconi, com 4.1 milhões de seguidores, e Carol Sampaio, com 830 mil seguidores.

A estratégia de comunicação da Gerdau também incluiu enquetes, tendências, participação de líderes, cobertura na imprensa e colaborações com a cantora IZA, influenciadores e atletas do Minas Tênis Clube. A divulgação de conteúdo não se limitou a isso: a empresa fechou parceria com a Rádio 89 FM (Rádio Rock) e o Multishow para registrar esse momento com o CEO da Gerdau, Gustavo Werneck.

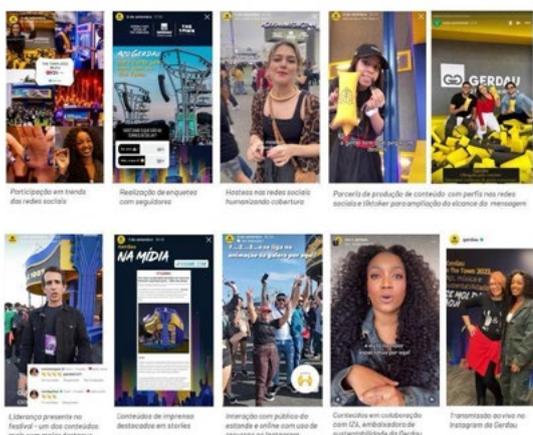
OLHANDO PARA O SOCIAL

Ao lado do CEO da ONG Gerando Falcões, Edu Lyra, a Gerdau abordou questões relacionadas à Favela do Haiti, focando no aspecto social do festival. Nas redes sociais, Edu Lyra (@edulyragf), que possui mais de 224 mil seguidores e é um influenciador exemplar do terceiro setor, apoiou a Gerdau em uma iniciativa voltada para transformar a realidade da favela de São Paulo, quebrando o ciclo de pobreza nas favelas brasileiras e oferecendo soluções para o desenvolvimento social da comunidade.

Essa parceria possibilitou a construção de um novo futuro por meio de um projeto transformador e promotor do desenvolvimento socioeconômico da população local.



GERDAU REDES SOCIAIS | THE TOWN





edulyragf Ouvindo do Sr Benedito da Favela do Haiti em SP como tem sido superar a pobreza coletivamente e ver tudo mudar, tudo ser transformado. Pq a pobreza não é algo invencível.

@vozesdasperiferias + @gerandofalcoes

@malumonteirofotografa

O Instituto Vozes da Periferia foi parceiro da Gerdau durante todo o festival, unindo esforços para a revitalização da Favela do Haiti. A inauguração da Praça Chicão, localizada dentro da comunidade do Haiti, ocorreu em 24 de agosto, dias antes do início do festival. Antes mesmo de sua primeira edição, o The Town se alinhou ao pilar “Por Um Mundo Melhor”, iniciativa originada no Rock in Rio, e entra para a história por transformar vidas. A revitalização da favela contou com o apoio da Gerando Falcões, Gerdau, Fundação Grupo Volkswagen, Vozes da Periferia, Estado e Prefeitura de São Paulo!



NO CAMINHO DA SUSTENTABILIDADE

A parceria com a equipe do Meio Sustentável (@meiosustentavel) tinha como foco o ponto de vista da sustentabilidade, e eles participaram da ativação da Gerdau no The Town. No Instagram, o conteúdo publicado diariamente é voltado para descomplicar a temática ESG.

gerdau e edulyragf

gerdau A @Gerdau e a @gerandofalcoes estão unidas no @thetownfestival! 🇧🇷💙💛

Durante todo o evento, é possível adquirir o chaveiro exclusivo feito com aço reciclável da Gerdau cuja venda terá 100% do lucro revertido para iniciativas na Favela do Haiti, em São Paulo, trazendo melhorias reais para mais de 290 famílias!

Garanta o seu e contribua com os projetos da comunidade! O produto social estará à venda na loja oficial do festival e no espaço da Gerdau na área VIP!

#OfuturoSeMolda #TransformaçãoSocial #TheTown2023 #Gerdau #GerandoFalcões

No The Town, Bruna, a influenciadora por trás da página Meio Sustentável, acompanhou toda a operação de gestão de resíduos do festival e compartilhou relatos diários no feed e nos stories, descrevendo a participação da Gerdau no evento e o impacto positivo de catadores, sucateiros e cooperativas.



publicação feita no feed

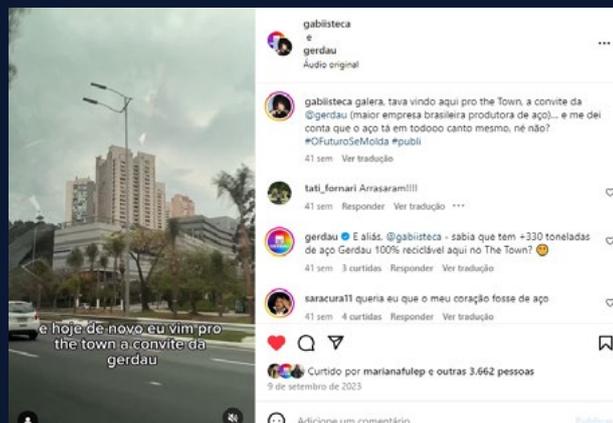


Stories publicado pelo meio sustentável

ENXERGANDO O FUTURO

A Gerdau contratou a influenciadora Gabriela Araújo, mais conhecida como Gabisteca nas redes sociais, que possui mais de 679 mil seguidores no Instagram e mais de 2,2 milhões de seguidores no TikTok, acumulando mais de 86,4 milhões de curtidas.

Nos vídeos, Gabi se dedicou a desmistificar a imagem do aço para os jovens, destacando a importância e a versatilidade dessa commodity. Em um deles, a influenciadora, que também é atriz, apresentadora e escritora, desafia seu público com curiosidade, perguntando se eles sabem onde o aço está presente no nosso dia a dia.



PARA ALÉM DA MÚSICA

RECEBEMOS ATLETAS QUE ENTRARAM EM JOGO

Os jogadores de vôlei do Minas Tênis Clube, que a Gerdau patrocina, Carol Gattaz e Maique Reis, desembarcaram em São Paulo, mas desta vez não foi para entrar em quadra, e sim para visitar o Autódromo de Interlagos e aproveitar o The Town. Ambos os atletas foram ao ponto de encontro da Gerdau, no Hotel Blue Tree, para conversar e participar de uma sessão de fotos com os convidados.

**MAIQUE REIS TEM + DE 111 MIL SEGUIDORES
CAROL GATTAZ 687 MIL SEGUIDORES.**

Maique Reis, líbero do Minas Tênis Clube, e Gustavo Werneck, CEO da Gerdau, no meeting point da Gerdau em São Paulo - divulgação Gerdau



OS NÚMEROS FINAIS

Nas redes sociais, a Gerdau fez um investimento significativo para alcançar todos os públicos do festival. Os conteúdos da Gerdau apareceram mais de 27,5 milhões de vezes nas redes sociais. As estratégias foram direcionadas para alcançar o público em diversas plataformas, sempre com foco no menor custo por alcance, atingindo pessoas com afinidades ao festival ou à companhia, além da presença nas cidades prioritárias.

No total, a Gerdau gerou mais de 27 milhões de impactos, demonstrando um alcance notável e um engajamento acima da média. Isso contribuiu significativamente para o fortalecimento da marca e sua afinidade com o festival e seu público.

O objetivo da companhia era fortalecer ainda mais a credibilidade da marca, concentrando esforços no impulsionamento de postagens institucionais voltadas para clientes, potenciais clientes, acionistas, funcionários e fornecedores.

CADA REDE ATRAIU CERCA DE:

YOUTUBE

Investimento de **R\$ 22.318,15**
com **+4.275.306** de impressões

GOOGLE ADS

Custo de **R\$ 8.481,78**
e mais de **1.984.417** impressões

INSTAGRAM

Custo de **R\$ 14.208,09**
e mais de **6.108.923** impressões

Com o apoio da agência Creative House, a Gerdau realizou uma campanha de 16 dias, válida entre 25 de agosto e 10 de setembro, que resultou em 27.514.301 impressões.

O vídeo oficial da marca acumulou 2,3 milhões de visualizações apenas no YouTube, com cerca de 32% das pessoas assistindo 100% do vídeo, ou seja, a mensagem foi transmitida integralmente 1.372 milhões de vezes.

Houve 535.682 engajamentos com os conteúdos e a marca, resultando em 58.150 novos seguidores durante o período da campanha.

Novos benchmarks foram alcançados, como o vídeo oficial do The Town sendo o terceiro com maior volume de visualizações no canal do YouTube, com 2,8 milhões de visualizações. No TikTok, os conteúdos produzidos estiveram entre os cinco mais vistos na própria rede, e as audiências individuais por conteúdo superaram todos os conteúdos do Rock in Rio somados.

LINKEDIN

Custo de **R\$ 9.626,74**
e mais de **+ 423.405** impressões

TIK TOK

Custo de **R\$ 20.301,16**
e mais de **423.405** impressões

SPOTIFY

Custo de **R\$ 12.500,01**
e mais de **131.878** impressões

RESULTADOS POR MÍDIA

As principais regiões que mais consumiram e interagiram com os conteúdos da Gerdau foram São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Pernambuco, Ceará e Rio Grande do Sul. A faixa etária predominante variou entre 18 e 35 anos, com uma maioria de mulheres acompanhando as atividades da Gerdau no The Town.

MÍDIA ESPONTÂNEA

A análise divulgada pela Scopen, que analisa tendências em comunicação e avaliação de imagem, demonstrou que a Gerdau é a marca mais valorizada no Brasil por seus cases de comunicação. E esse resultado soma-se à estratégia 360 que foi adotada pela companhia, visando a ampliação de diferentes públicos. A companhia investiu em veículos, conhecidos como tier 1, que são relevantes e que conversavam com o seu público-alvo, como Valor Econômico, O Globo, Multishow e Rádio 89 FM (Rádio Rock).

MÍDIAS SOCIAIS

No YouTube, o objetivo da campanha era alcançar 893.930 visualizações completas (100%), e a meta foi superada com 1.372.151 visualizações, um aumento de 153,5% em relação ao esperado. Além disso, obtivemos um total de 2,34 milhões de visualizações para nossos anúncios, com uma alta taxa de retenção de 33%. Cerca de um terço dos usuários assistiu até o final do anúncio, mesmo com a opção de pular, e o custo por visualização médio (CPV) foi excepcionalmente baixo, apenas R\$0,01 por visualização. Isso indica uma eficiência econômica significativa na forma como alcançamos nosso público no YouTube.

No Google, o objetivo era gerar tráfego em cliques, com uma meta de 15.394. Os resultados ultrapassaram as expectativas, totalizando 28.487 cliques nos anúncios, o que representa um crescimento de 185,05%. A taxa de clique (CTR) destacada foi de 1,43%.

Nas campanhas de display, registramos um total de 1.984.544 impressões, resultando em 28.501 cliques nos anúncios. É importante notar que o CTR foi consideravelmente alto, especialmente para o segmento de mercado de "Ingressos para shows e festivais de música", onde alcançamos 821.232 visualizações e 16.031 cliques. Enquanto a média geral da campanha teve um CTR de 1,44%, o CTR para esse segmento específico foi de 1,95%, demonstrando uma forte conexão entre nossos anúncios e o público-alvo desse segmento.

CAMPANHA DE DISPLAY



No Instagram, o objetivo da campanha era o engajamento, com uma meta de 5.013 interações. Os resultados alcançaram 25.305 reações aos posts.

Com um total de 6,1 milhões de impressões, conseguimos atingir 3,8 milhões de indivíduos diferentes. Nossa estratégia combinou campanhas de alcance e engajamento para ampliar a audiência. Isso nos permitiu atrair um grande número de usuários e, posteriormente, direcionar mais impressões para aqueles que demonstraram maior engajamento. A frequência de anúncios foi de: - Campanhas de alcance: 1,04 - Campanhas de engajamento: 2,61.

Obtivemos um total de 505.817 engajamentos nas publicações da campanha de engajamento, incluindo reações, compartilhamentos, comentários, cliques no link e outras interações. O custo por engajamento foi baixo, apenas R\$0,02 por interação. Além disso, quase metade das pessoas alcançadas pela campanha de engajamento interagiu de alguma forma com os anúncios, demonstrando uma resposta positiva por parte do público-alvo.

No LinkedIn, o objetivo era o engajamento, com uma meta de 2.029 interações. Os resultados alcançaram um total de 6.524 engajamentos.

Normalmente, o LinkedIn é uma rede social mais cara, porém com um público mais direcionado. Nossa estratégia focou nos funcionários e seguidores do perfil da empresa. Obtivemos 423.405 impressões no total. O LinkedIn é uma plataforma estratégica para campanhas de produto e endomarketing, devido ao seu foco em profissionais e networking empresarial.

No Spotify, o objetivo da campanha era obter plays, com uma meta de 96.154 reproduções. Os resultados alcançaram 130.643 plays 100%.

As campanhas de áudio veicularam um spot de 15 segundos nas plataformas Spotify e Deezer. O volume de listenings foi 36% superior ao esperado, com um anúncio que alcançou uma taxa de impacto de 99% e uma frequência de exibição média de 1,92 por usuário.

No TikTok, o objetivo da campanha era obter impressões em vídeos, com uma meta de 4.996.391. Os resultados alcançaram 14.590.372 impressões.

O TikTok gerou mais de 14,5 milhões de impressões, com um Custo por Mil Impressões (CPM) de R\$1,39, destacando a eficácia deste formato para alcançar um público amplo. Além disso, registramos um número significativo de interações, com 16.581 cliques no link direcionado ao perfil da Gerdau. Aproximadamente 50% do público impactado está na faixa etária de 18 a 24 anos, evidenciando o perfil jovem da plataforma e sua eficácia em alcançar as gerações mais novas.

Sociedade, 1 de novembro de 2023 | Valor 43

Gerdau e The Town. Aço, música e sustentabilidade **SE MOLDAM AQUI.**

GERDAU, O AÇO OFICIAL DO THE TOWN 2023.

GERDAU
O futuro se molda

THE TOWN
SÃO PAULO

O maior festival de música, cultura e arte da história de São Paulo, o The Town, utilizará aço Gerdau, um produto 100% e infinitamente reciclável.

As toneladas de aço Gerdau, que carregam a força de mais de 1 milhão de catadores e cooperativas de reciclagem de sucata metálica, agora compõem algumas estruturas da Cidade da Música, no Autódromo de Interlagos, que vai receber alguns dos maiores artistas do planeta, num evento que celebra a pluralidade da maior cidade do Brasil.

Uma união que vai além dos palcos e soma forças com a ONG Gerando Falcões e com a Fundação Grupo Volkswagen para transformar a Favela do Haiti, em São Paulo, que receberá a tecnologia da favela 3D, moldando um novo futuro para mais de 290 famílias.

ASSISTA AO FILME E SAIBA MAIS

Valor 1000 2022

Material publicado no Valor Econômico, em 01/09/2023 (na terceira página)

Siga o Gerando Falcões nas redes.

RECONHECIMENTO

Com tantas ações inovadoras e diferenciadas de comunicação, além de uma forte atuação em pilares de sustentabilidade, liderança e gestão de pessoas, a Gerdau conquistou diversos prêmios entre 2023 e 2024.

Para se tornar uma empresa mais diversa, a Gerdau passou por uma transformação cultural que acontece desde 2018, quando pela primeira vez um CEO fora da família que é acionista controladora da empresa. Com 20 anos de casa, Gustavo Werneck foi quem assumiu a posição e tem atuado para modernizar a companhia, que completou seus 123 anos.

A Gerdau é a única indústria de aço e mineração entre as 100 marcas mais valorizadas. A companhia cresceu 26% no último ano e lidera o ranking de reputação no Ranking Merco Responsabilidade ESG, além da categoria de 'mineração, siderurgia e metalurgia' do Ranking Merco.

Desde que chegou, é possível entender que a Gerdau passou por uma mudança cultural e se tornou uma empresa mais simples, ágil, diversa e inclusiva. Ao lado do Gustavo, está Pedro Torres, que é diretor de comunicação e relações institucionais da Gerdau e tem colaborado com o projeto de preparação da marca para moldar o futuro.

O reflexo desse movimento tem se refletido da porta para fora com todas as ações que a companhia tem feito nos últimos anos e pelo seu objetivo de estreitar os laços com os multistakeholders.

Todas as iniciativas estão sendo feitas para tornar a Gerdau uma love brand da indústria brasileira. E todas as premiações conquistadas pela empresa se refletem nessa jornada de transformação cultural.



Valor
Edição impressa | Últimas Notícias

Gerdau é a indústria líder em reputação no Brasil, segundo ranking da Merco

Empresa é a única produtora de aço entre as 100 companhias mais admiradas de acordo com pesquisa e lidera categoria "Mineração, Siderurgia e Metalurgia"

merco
RESPONSABILIDADE ESG

 **GERDAU**

Líder Setor
**MINERAÇÃO, SIDERURGIA
E METALURGIA**

- 1 GERDAU**
- 2 VALE
- 3 ALCOA
- 4 COMPANHIA BRASILEIRA DE ALUMÍNIO - CBA
- 5 USIMINAS
- 6 ARCELORMITTAL
- 7 CSN
- 8 NOVELIS

ENTRE OS PRÊMIOS ESTÃO:

Ranking Merco de Responsabilidade ESG - A companhia subiu 20 posições no ranking geral e é a única produtora de aço na seleta lista das empresas de melhor reputação ESG. A Gerdau ocupou a 33ª posição geral do Ranking Merco Responsabilidade ESG. Além disso, a Gerdau teve seu desempenho destacado pela Merco nos rankings de atuação em cada pilar de sustentabilidade, ocupando a 27ª posição em ambiental, a 37ª em social e a 29ª em governança. A Merco é uma consultoria espanhola que avalia a reputação empresarial na Espanha e nas Américas.

Ranking Merco - A Gerdau foi a única produtora de aço a figurar entre as 100 organizações mais admiradas no ranking da Merco, liderando a categoria 'Mineração, Siderurgia e Metalurgia'. "Como única produtora de aço a compor a lista das 100 empresas com melhor reputação do País, este reconhecimento reflete o nosso compromisso com um diálogo contínuo e transparente com todos os nossos públicos e o fortalecimento da conexão da marca Gerdau com a sociedade em geral", pontua Pedro Torres, diretor de Comunicação e Relações Institucionais da Gerdau.

Pesquisa Band Finance - A Gerdau subiu quatro posições no ranking das 100 marcas mais valiosas do Brasil – Brasil 100 2024 – produzido pela consultoria britânica Brand Finance, em comparação com a edição do ano passado. Com isso, a maior empresa produtora de aço passou a ocupar a 38ª colocação geral entre as 100 empresas brasileiras listadas, sendo a indústria de aço com a melhor colocação. Além disso, teve seu valor de marca incrementado em 26%, alcançando US\$ 536 milhões.

Marca mais valorizada por seus cases pelo PR Scope Brasil 2023/24 - A se destacou no PR Scope Brasil 2023/2024, o principal estudo sobre o mercado de comunicação corporativa e relações públicas no Brasil. A companhia foi eleita a marca mais valorizada pelos seus cases de comunicação.

Exame Melhores do ESG - A Gerdau se destacou, por mais um ano consecutivo, na categoria de Mineração, Metalurgia e Siderurgia na edição de 2024 do prêmio Melhores do ESG, um dos principais reconhecimentos voltados para a sustentabilidade no país.

As 100 marcas brasileiras mais valiosas totalizam R\$ 392 bilhões; confira ranking

Novo levantamento da consultoria Brand Finance mostra que valor das principais empresas da lista avançou 4%; bancos aparecem na liderança

38. Gerdau - 536 milhões de dólares (26%)
39. Porto - 500 milhões de dólares (16%)
40. Itambé - 444 milhões de dólares (-21%)
41. SmartFit - 432 milhões de dólares (-7%)
42. Minerva - 426 milhões de dólares (54%)
43. Stone - 416 milhões de dólares
44. Perdigão - 390 milhões de dólares (18%)

Prêmio Empresas que melhor se comunicam com jornalistas - A Gerdau foi premiada, pela 13ª vez consecutiva como uma das empresas que melhor se comunicam com os jornalistas na categoria Siderurgia e Metalurgia. Além disso, o CEO da Gerdau, Gustavo Werneck, está entre os 10 CEOs que melhor se comunicam com a imprensa no Brasil, em premiação realizada pela Plataforma Negócios da Comunicação e pelo Centro de Estudos da Comunicação (CECOM).

A Gerdau é a empresa de aço mais seguida no mundo, com mais de 3 milhões de seguidores. Mesmo sendo a 38ª empresa do ranking entre as 100 marcas brasileiras mais valiosas, mostra que a estratégia da empresa participar de grandes eventos tem atraído cada vez mais jovens e pessoas interessadas na marca!

O SHOW TEM QUE CONTINUAR...

Por mais que tenha chegado ao fim a primeira edição do The Town, o show tem que continuar e a Gerdau não pode e não vai parar. A parceria com a Rock World gerou bons frutos e será repetida na próxima edição do evento e na celebração dos 40 anos do Rock in Rio.

O resultado final foi satisfatório para a companhia. Meio milhão de pessoas passaram pela Cidade da Música e foram impactadas pela Gerdau e por suas ações, afinal a base dos palcos e as torres de delay contribuíram para que o evento fosse um sucesso.

Essa participação especial trouxe lições para Gerdau, que entende a importância de se conectar cada vez mais com a sociedade em geral, fortalecendo um diálogo ético, transparente e contínuo com seus stakeholders. A companhia seguirá se apresentando como uma marca B2P (Business to People), por ser uma empresa focada em pessoas e que vive diariamente seu propósito de empoderar pessoas que constroem o futuro.



GERDAU

O futuro se molda

fsb.