

REVISTA

# Poty

## Inovação no mundo das cervejas

**Cerveja Poty**,  
uma puro malte,  
e a especial  
**Trieste Raiz**,  
feita com lúpulo  
fresco, são  
novas marcas



**Dona Elza Aveia**  
Lançamento em  
bebidas vegetais



**Conexões de valor**  
Nossas marcas na Agrishow,  
APAS e outras feiras



**Parcerias do Bem**  
Doação de água para o RS



**Parceiro Poty**  
Sucesso no e-commerce

# Crescendo com Sustentabilidade

É com grande alegria que damos as boas-vindas à primeira edição do ano da nossa Revista da Poty. Este primeiro semestre foi marcado por conquistas extraordinárias para nossa empresa, e estamos felizes em compartilhar esses momentos.

Participamos de grandes eventos nacionais e internacionais, como Agrishow, Fispal Tec, Wine Trade Fair e APAS Show, onde fortalecemos nossa presença no mercado e firmamos parcerias estratégicas. Além disso, estivemos presentes em dezenas de eventos regionais, ampliando nossa projeção em diversos segmentos e contribuindo com as instituições de cidades onde temos operações.

Estamos empolgados com o lançamento de novos produtos que atendem às tendências e demandas dos consumidores. Nossas bebidas plant based e novas cervejas já estão conquistando admiradores e reforçando nosso compromisso com a inovação.

Nosso apoio ao esporte também merece destaque. Patrocinamos times de futebol e outros esportes, promovendo a saúde e o bem-estar através da atividade física. Esse apoio reflete nossos valores e nosso compromisso com a comunidade.

Em termos de responsabilidade social, atuamos em ações que fazem a diferença.

Recentemente, doamos água para as vítimas das enchentes no sul do Brasil, uma iniciativa que reflete nosso compromisso com a solidariedade e o bem-estar das pessoas. Reafirmamos também nosso compromisso com a sustentabilidade. Aderimos ao selo Voltey e reforçamos nossa responsabilidade ambiental e nosso papel na preservação do planeta.

Tudo isso conquistamos através da união e juntos, continuaremos a escrever uma história de sucesso, inovação e responsabilidade. Que o segundo semestre seja ainda mais promissor!



## JOSÉ LUIZ FRANZOTTI

Presidente da Poty Cia. de Bebidas

[f facebook.com/joseluizfranzottioficial](https://www.facebook.com/joseluizfranzottioficial)  
[@ instagram.com/joseluizfranzotti](https://www.instagram.com/joseluizfranzotti)

### Presidente

José Luiz Franzotti

### Impressão & Acabamento

Gráfica Potirendaba

### Tiragem

1.100 exemplares

### Editora Responsável

Ester Mendonça (MTb 28823)

### Projeto Gráfico

Agência Cogitare

### Coordenação Geral

Sandra Franzotti Gubolino



# 4 Dona Elza Aveia

Lançamento da linha vegana

# 5 APAS Show

São Paulo e Rio Preto

# 6 Fispal e Wine Trade Fair

# 7 ArqDesign / Agrishow

# 8 Painele LED

# 9 Cerveja Poty



# 10 11 Trieste Raiz

# 13 Parceiro Poty

# 15 Selo Voltey

# 16 Doações de Água

# 17 Patrocínio Futebol





## Linha Dona Elza inova com produtos a base de plantas

A Poty Cia de Bebidas entrou no mercado dos produtos plant based lançando a Linha Dona Elza Aveia nos sabores morango, chocolate e edição para baristas, que tem sabor de leite com toque de baunilha. É um nicho de mercado que abrange consumidores com perfil vegano, vegetarianos ou pessoas com restrição alimentar à lactose. Consumidores com interesse em assuntos e produtos com apelo de sustentabilidade e bem-estar, além de baristas e adeptos à latte art completam o público alvo para a nova bebida.

Desde sua criação, em 2015, a Linha Dona Elza tem o propósito de criar bebidas voltadas a novos perfis de público. Os primeiros produtos foram os sucos, depois veio a água de coco e o leite zero lactose. As bebidas plant based têm ganhado destaque significativo refletindo uma mudança crescente nos hábitos de consumo em direção a opções mais sustentáveis e saudáveis.

“Este mercado está em expansão, impulsionado pela demanda por alternativas à base de plantas em vez de produtos de origem animal. A Poty está ciente de que o mercado plant based brasileiro

está em ascensão e é uma boa oportunidade para lançar produtos com qualidade”, explica Marcelo De Lalíbera, diretor da DLM Comunicação.

### Vida Inspiradora

A marca Dona Elza é uma homenagem à matriarca da família Franzotti, proprietária da Poty Cia de Bebidas. Elza Franzotti e o marido, o patriarca Pedro Franzotti, (ambos in memoriam), apoiaram os filhos na aquisição da empresa.

O exemplo dela ajudou a família a superar o desafiador início do empreendimento. Foi dona Elza quem cultivou os valores que nutrem a empresa até hoje. Na Poty aprende-se a compartilhar, a cultivar amizades, a respeitar e reconhecer a todos que caminham junto sem nenhuma distinção.

Muitas vezes dona Elza era quem preparava sucos, pães e bolos para o lanche de quem trabalhava na antiga fábrica.



MARCELO DE LALÍBERA  
Diretor da DLM Comunicação

*“A linha de produtos Dona Elza quer trazer a afetividade e lembrança que temos com as nossas avós Elzas, e com um produto gostoso de consumir.”*



– Dona Elza, matriarca da família Franzotti



## Linha Dona Elza Aveia é lançada na APAS Show

A Poty Cia de Bebidas levou para a APAS Show 2024 o lançamento dos novos produtos cerveja Poty e a linha Dona Elza Aveia, bebida plant based nos sabores morango, chocolate e edição para baristas. A empresa também apresentou seu portfólio de quase 100 produtos, com destaques para o guaraná Poty, com nova identidade visual, refrigerante Roller e a água mineral Levy.

O balanço geral da participação da empresa no evento foi positivo na avaliação de José Luiz Franzotti, Presidente da Poty Cia. de Bebidas. "A feira se consolida novamente este ano como o mais importante evento do varejo. Fechamos a edição APAS Show 2024 com novos negócios potenciais com supermercadistas de várias regiões do Brasil.

Foi uma oportunidade para apresentar lançamentos em

produtos e novas tecnologias da nossa indústria. Também foi um excelente momento para reencontrar amigos, estreitar relacionamento com parceiros e prospectar novos clientes", afirma.

Para Ana Luiza Siqueira Bueno, Gerente de Trade Marketing da Poty, o relacionamento com os visitantes é um dos aspectos mais importantes da feira. "A Poty tem 72 anos de mercado e uma forte conexão com supermercadistas de todo o Brasil. Nada melhor do que escolher a APAS Show para apresentar a todos as novidades, afinal, nossas marcas se conectam com os brasileiros e valorizam a experiência do consumidor em produtos que celebram a vida, com sabor e alegria" comenta Ana.



## Presidente da Poty participa de painel na APAS Rio Preto

O Presidente da Poty Cia. de Bebidas José Luiz Franzotti, que também é diretor da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (ABIR), foi convidado para fazer parte de um painel de debates durante a APAS Experience, feira regional da Associação Paulista de Supermercados. O encontro, realizado no dia 18 de abril na casa de eventos Villa Conte em São José do Rio Preto, reuniu mais de 700 pessoas.

A Poty também esteve presente no evento na área de exposição. O espaço teve a participação de 40 expositores de diversas marcas e produtos com estandes de alimentos, de tecnologia, de inovação, e de recursos naturais e sustentáveis.



## Latas personalizadas de Push e Levity fazem sucesso na Fispal 2024

A Poty Cia. de Bebidas, a Ball Corporation e a KHS Group uniram forças em uma iniciativa para promover a sustentabilidade e o engajamento durante a Fispal Tecnologia, feira das indústrias de alimentos e bebidas, que aconteceu em São Paulo, de 18 a 21 de junho. O energético Push e a água mineral Levity foram envasados exclusivamente em latas com rótulos personalizados para o evento e fizeram o maior sucesso entre o público visitante da feira.

O energético Push foi distribuído pela KHS em ações de interação com as pessoas que visitavam o estande, além de ativações em outros espaços do evento. A água Levity fez sucesso em roletas digitais na Arena Fispal Tec e no Fispal Women Connected.

“A união com a Ball Corporation e KHS Group, com nossos produtos em embalagens específicas para a Fispal Tec, converge para nosso propósito de incentivar a sustentabilidade.

No Brasil, as latas de alumínio têm taxa de reciclagem acima de 95% há pelo menos 15 anos, e em 2022 alcançou a marca de 100%, em uma contribuição clara para a preservação do meio ambiente”, avalia Sandra Franzotti Gubolino, Diretora de Marketing e Comunicação da Poty Cia. de Bebidas.

O energético Push e a água mineral Levity tiveram latas exclusivas, fabricadas e impressas pela Ball, empresa líder mundial em embalagens sustentáveis de alumínio. “A personalização se une aos atributos de segurança e praticidade da lata, que proporcionam uma bebida mais gelada e perfeita para o consumo individual”, explica Camila Vila Verde, Gerente de Marketing e Novos Negócios da Ball.

A Fispal Tecnologia é reconhecida como o principal e maior evento do setor com espaço para palestras, desenvolvimento de negócios e troca de conhecimentos.



## Levity em lata foi água oficial da Wine Trade Fair

A São Paulo Wine Trade Fair, principal feira da cadeia produtiva de vinhos e destilados na América Latina, teve a Levity como água oficial, envasada em lata, para o evento realizado de 25 a 27 de março, no Expo Center Norte, em São Paulo. A parceria entre Poty Cia. de Bebidas com a Ball Corporation, líder mundial em embalagens sustentáveis de alumínio, marcou o encontro da tradição com a inovação para levar a bebida na embalagem 100% e infinitamente reciclável para seus visitantes e expositores.

“A feira foi uma ótima oportunidade para mostrarmos ao público que a Levity é uma água de qualidade superior e naturalmente alcalina. Com essa versão em lata mantemos o conceito de inovar sempre, apostando em um modelo de embalagem reciclável, seguindo a tendência mundial de sustentabilidade”, afirma José Luiz Franzotti, Presidente da Poty Cia de Bebidas.



## A9 será água oficial da Mostra Arq Design

Considerada uma das maiores mostras de arquitetura e design de interiores do estado, a Arq Design terá como água oficial a A9, primeira água em caixa no Brasil. É o segundo ano que a marca é destaque na mostra. Em 2024, a água mineral produzida pela Poty Cia. de Bebidas terá também um espaço especial, instagramável, para o público interagir com a marca.

A Mostra Arq Design está em sua quarta temporada trazendo inovações e tendências em arquitetura, design de interiores e paisagismo. O evento estará acontecendo até 08 de setembro no estacionamento do Riopreto Shopping Center, com uma mega-estrutura de três mil metros quadrados para receber os visitantes.

Com o tema "Vida em Movimento", a nova temporada de arquitetura apresenta 22 ambientes assinados por 36 profissionais, incluindo arquitetos, designers de interiores e paisagistas.



## Ações sustentáveis e apoio às mulheres do agro marcam presença da Poty na Agrishow

A água mineral Levity teve participação destacada na Agrishow 2024 onde, além de ser a água oficial da feira, fez ações de homenagem às mulheres do agronegócio brasileiro e incentivo à sustentabilidade. Foram quase 50 mil garrafas de 510ml de uma edição especial da água, com embalagem cor de rosa e rótulo personalizado para a maior feira de agropecuária do Brasil, que aconteceu de 29 de abril a 03 de maio em Ribeirão Preto.

A Diretora de Marketing e Comunicação da Poty, Sandra Franzotti Gubolino, explica que a ideia de uma embalagem diferenciada começou no ano passado e foi realizada no Agrishow Pra Elas, um espaço que conta com uma área de palestras e entrevistas com lideranças femininas nas mais diversas frentes do agro nacional.

"A boa repercussão da iniciativa fez com que a gente

ampliasse a nossa participação e estendesse aos outros estandes na feira", disse.

A Poty também investiu em ações de sustentabilidade com a colocação de ecopontos para coleta de embalagens PET e latas. As grandes estruturas metálicas tinham comunicação visual divulgando a Levity e incentivando os visitantes a depositarem os resíduos no local.

De acordo com os organizadores, a Agrishow 2024 – Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação movimentou R\$13,6 bilhões em negócios, que representa um crescimento de 2,4% em relação ao ano anterior. Ainda segundo a organização, foram mais de 195 mil visitantes durante os seis dias da feira.



## Uma nova mídia para uma nova cerveja

A cerveja Poty foi a primeira marca a aparecer no gigantesco painel de LED instalado recentemente em São José do Rio Preto. Com 81m<sup>2</sup> e no alto da parede de um shopping, na esquina das avenidas José Munia com Brasilusa, um ponto central por onde passam diariamente milhares de veículos, o painel da LED Mídia se destaca na paisagem urbana e traz inovações no mercado publicitário regional.

Marcelo Abrahão Bonan, COO da LED Mídia, disse que o painel é um dos mais modernos do interior de São Paulo trazendo também a possibilidade de projeção de mídia em 3D. “Como referência, as pessoas podem se lembrar daquelas enormes paredes com publicidade digital em movimento em cidades como Nova York e Tóquio, como vemos em filmes e séries de TV”, diz ele.



FERNANDO DO VALE  
Diretor da COGITARE

*“Nosso objetivo era mostrar a marca cerveja Poty, que foi uma novidade no mercado, de forma criativa e impactante em uma nova mídia. A visibilidade é incomparável e a tecnologia permite uma flexibilidade criativa que revoluciona a maneira como as marcas se comunicam com o público. A publicidade tem cada vez mais vida e dinamismo”*

Marcelo Abrahão acrescenta que o novo painel representa uma evolução no mercado publicitário audiovisual. “Entre as diversas estratégias digitais e meios disponíveis, os painéis de LED digitais têm se mostrado uma solução inovadora e altamente eficaz. A mudança de painéis estáticos para telas dinâmicas e interativas, atualizadas em tempo real, está redefinindo as propagandas externas, nas chamadas mídias, out of home”, explica o gestor comercial.



MARCELO ABRAHÃO  
COO da LED Mídia

*“O impacto das telas digitais hoje é indiscutível. Elas se destacam na paisagem urbana pelo impacto visual e pelo movimento. É como se fossem uma imensa televisão a céu aberto permitindo campanhas mais criativas e interativas. Sem dúvida, são mais eficazes que as mídias urbanas estáticas”*

A LED Mídia foi uma das pioneiras nessa plataforma de comunicação no interior de São Paulo. Começou a atuar em São José do Rio Preto em 2018 com apenas um painel digital. Em quatro anos expandiu para 14 painéis instalados nas principais avenidas da cidade com visibilidade para inúmeras empresas.

# Cerveja Poty conquista mercado de marcas comerciais

A cerveja Poty começou a chegar ao mercado no carnaval deste ano e em poucos meses já é sucesso de vendas. A puro malte leve e refrescante, marca a entrada da Poty Cia. de Bebidas no segmento de cervejas comerciais como as pilsen, porém com mais qualidade, voltadas ao público consumidor em geral, aquele que aprecia a bebida bem gelada em eventos, churrascos e festas.

A cerveja Poty é envasada exclusivamente em lata 350ml. Tem teor alcoólico de 4,1% e é composta por dois tipos de maltes e dois tipos de lúpulos, dando uma excelente drinkability, especialmente para o calor intenso do interior paulista, principal mercado dos produtos da empresa.

O desenvolvimento do novo produto levou cerca de um ano, conforme explica Luiz Sérgio Franzotti, Gerente de Expansão Comercial da Poty Cia. de Bebidas e idealizador do projeto. “É uma puro malte que entrou com preço competitivo no mercado, porém com muita qualidade. É feita sem aditivos, sem conservantes e respeitando o tempo de maturação”.

Luiz Sérgio acrescenta que o lançamento de uma cerveja comercial com a marca Poty foi uma evolução natural da companhia que, entre outras marcas, tem a Cerveja Trieste. “O foco da Trieste é desenvolver cervejas premium, destinadas a um público que aprecia sabores especiais para degustação. Já a cerveja Poty é uma produção com volume maior, para consumo em grandes quantidades em eventos, por exemplo. É por isso também que lançamos a versão em lata já que 80% do consumo na nossa região é esse tipo de embalagem”, finaliza.



## “VEM DE LEVE”

A divulgação do novo produto ganhou as mídias e redes sociais no carnaval, aproveitando a festividade da data e trabalhando o slogan “vem de leve”. Fernando do Vale, Diretor da Cogitare, agência criadora do conceito de comunicação da cerveja, explica o processo. “O conceito “vem de leve” tem um apelo à celebração convidando as pessoas a aproveitarem a vida de maneira mais relaxada, moderada e festiva. A cerveja Poty torna-se não apenas uma bebida, mas uma expressão de alegria, leveza e celebração”, diz ele.

A criação da marca e do layout da lata foi outro desafio, pois tinha a responsabilidade de estabelecer uma conexão simples, direta e impactante com o público, refletindo a leveza e a refrescância da cerveja. “Adotamos a icônica onda presente na identidade dos outros produtos Poty, uma marca com mais de 70 anos de sabor, procurando transmitir essa herança de forma festiva”, finaliza.

# Cerveja Trieste Raiz, feita com lúpulo fresco, começa a chegar ao mercado regional

Está começando a distribuição da segunda edição da Trieste Raiz, um tipo de cerveja rara no Brasil, feita com lúpulo fresco. As flores do lúpulo foram colhidas em um jardim sensorial plantado na cervejaria Trieste, em Potirendaba. Cerca de 10 minutos após a colheita as flores já foram levadas para os tonéis dando início ao processo de fabricação. A planta contém resinas e óleos, substâncias utilizadas no preparo da cerveja, dando o sabor amargo à bebida.



**JOSÉ LUIZ FRANZOTTI**  
Presidente da Poty Cia.  
de Bebidas

***“Foi a primeira colheita de lúpulo na nossa história. Produzimos uma IPA Fresh Hop, caracterizada pelo sabor mais fresco e muito aromático, resultado do frescor da planta colhida na hora”***

José Luiz Franzotti, Presidente da Poty Cia. de Bebidas, da qual faz parte a Cervejaria Trieste acrescenta que a bebida será distribuída no mercado regional e no estado de São Paulo. O desenvolvimento da Trieste Raiz começou em 2021 quando foi feita a primeira edição, resultante de uma experiência inicial da cervejaria na utilização de lúpulo fresco colhido na Fazenda Hops Brasil, a 18 minutos da indústria.

O sucesso na parceria resultou na expansão do negócio em duas frentes. A Hops Brasil ampliou o fornecimento para a indústria e a Trieste passou a investir em cultivo próprio, sob orientação da Hops Brasil.

A Fazenda Hops Brasil, uma das pioneiras no Brasil no plantio de lúpulo, tem como sócios o brasileiro Ricardo Beolchi e o americano Max Vicent Raffaele, pesquisador e responsável por pesquisas de melhoramento genético para adaptação da planta ao clima brasileiro.

“Neste plantio com a Trieste estamos cultivando a variedade Comet, que exige certos cuidados mas se destaca pela qualidade e pela colheita de três safras por ano. A vantagem no uso do lúpulo nacional é o frescor, que resulta em uma bebida de sabor diferenciado”, explica Ricardo Beolchi.

# Lúpulo exclusivo para a Trieste

A Trieste é uma das raras cervejarias no Brasil que tem investido no desenvolvimento de uma variedade exclusiva de lúpulo para produção de sua cerveja. O processo para conhecer, selecionar e cultivar a planta é uma jornada que registra bons momentos nos últimos anos.



Colheita de lúpulo no jardim sensorial da Cervejaria Trieste em janeiro de 2024.



Colaboradores da cervejaria selecionam o lúpulo para produção da especial Trieste Raiz.



Sandra Franzotti Gubolino e Ricardo Beolchi no processo de seleção do lúpulo.



As flores do lúpulo fresco são usadas no processo de produção da cerveja resultando em uma bebida especial, mais leve e aromática.



Da esquerda para a direita: Luiz Sérgio, José Luiz, Ricardo, Max Raffaele, Marcuse e Sandra no dia do plantio de mudas no jardim sensorial.



Plantio de 43 mudas no jardim sensorial instalado na área da cervejaria.



Plantas da variedade Comet crescem no jardim sensorial.



Menos de 10 minutos após a colheita, começa a fabricação da cerveja. Um feito raro entre as empresas do segmento no Brasil.



## Case de sucesso da Poty é apresentado no Walking Together em Catanduva

Com o objetivo de fortalecer o empreendedorismo local e gerar impacto econômico e social fora dos grandes centros, a plataforma Walking Together organizou um encontro exclusivo para convidados em Catanduva. A 17ª edição do Walkin' Night foi realizada dia 11 de junho, no Clube de Tênis da cidade.

O Presidente da Poty Cia. de Bebidas José Luiz Franzotti e o Gerente de Expansão Comercial Luiz Sérgio Franzotti, subiram ao palco para contar o case de sucesso da Poty. Ambos destacaram também como a empresa trata a sucessão familiar e a importância da governança corporativa.

O evento teve também a participação do ator Marcelo Serrado, que contou experiências de vida, e de Rogério Gabriel, que é fundador da MoveEdu, rede de cursos profissionalizantes.

## Palestra sobre futuro industrial no Ciesp

A Diretora de Marketing e Comunicação da Poty Cia. Bebidas, Sandra Franzotti Gubolino, foi convidada para falar das iniciativas da empresa no tema "Sustentabilidade".

A palestra foi realizada no auditório do Ciesp de Rio Preto e fez parte da Semana do Meio Ambiente, que discutiu pautas como legislações ambientais na indústria e a logística reversa no setor.

O evento contou com a presença de outros palestrantes como Jorge Rocco, especialista em projetos de gestão ambiental do Ciesp São Paulo, com o tema "O Futuro da Indústria Passa pela Sustentabilidade", e Paulo Petroni, presidente do Conselho do Instituto Rever, que falou sobre a entidade e como ela pode ajudar as empresas com o sistema de logística reversa de embalagens.



## Palestra aborda sustentabilidade e Fórmula 1 na Poty

Uma plateia atenta com mais de 80 estudantes da Fatec e Etec de Rio Preto acompanhou a palestra "Sustentabilidade – o Caminho da Poty para a Fórmula 1" com a Diretora de Marketing e Comunicação da Poty, Sandra Franzotti Gubolino.

O tema atraiu a atenção dos estudantes que aprenderam sobre como a Poty Cia. de Bebidas aborda os vários aspectos da sustentabilidade. O link com a Fórmula 1 foi trilhado a partir do lançamento da A9, primeira água mineral em embalagem cartonada do Brasil.

Foi o pioneirismo da empresa com a A9 que abriu portas na Fórmula 1 já que, em todos os países onde são feitas as corridas, os pilotos e todo o staff consomem apenas água em embalagens cartonadas que são mais sustentáveis.





# Parceiro Poty consolida sucesso no e-commerce

A criação de oportunidades de relacionamento é um ponto forte do Parceiro Poty. O programa de incentivo prestigia os clientes que acumulam pontos durante as compras e, ao atingirem determinado nível, podem retirar produtos gratuitamente dentro do app ou site.

O Parceiro Poty, e-commerce da Bebidas Poty e Cervejaria Trieste, é daqueles exemplos bem sucedidos de oportunidades que surgem em meio a crises. Durante os meses de lockdown na pandemia, os vendedores da empresa estavam impedidos de visitar os milhares de clientes e era preciso encontrar uma forma de atendê-los. Daí surgiu a ideia de criar um canal de vendas que, inicialmente, foi um site através do qual os clientes da Poty podiam fazer seus pedidos e atendimentos diretamente com a equipe de vendas.

A ideia deu tão certo que a equipe de tecnologia da Poty desenvolveu também um aplicativo e atualmente o e-commerce responde por 6% das vendas do varejo. Grandes redes de comércio realizam pedidos pelo site ou app, mas os pequenos comerciantes são os mais beneficiados. Os mini mercados e serv festas formam o maior segmento e em terceiro estão os bares e botecos, com 13% das vendas.

Samuel Bataglia, Supervisor do Parceiro Poty, coordena uma equipe de mais cinco pessoas que são responsáveis pela operação. Ele avalia que a comodidade para o cliente é um dos principais aspectos que levaram ao sucesso da iniciativa.

A criação de oportunidades de relacionamento é outro ponto forte do Parceiro Poty. Um programa de incentivo prestigia os clientes que vão acumulando pontos durante as compras e ao atingirem determinado nível podem retirar produtos, gratuitamente, dentro do app ou site.



**SAMUEL BATAGLIA**  
Supervisor do Parceiro Poty

***“O cliente consegue fazer os pedidos de produtos na hora que lhe for mais conveniente. Mais de 20% dos pedidos são feitos fora do horário comercial ou aos sábados e domingos”***

Samuel destaca também a proatividade do time do Parceiro Poty que cria promoções semanais, fica atento ao comportamento de cada comprador e ainda faz o atendimento de pós-venda semanal abordando o cliente sobre como foi sua experiência, se teve dificuldade ou ainda se sugere alguma melhoria a ser feita com o objetivo de melhorar a experiência do usuário.

Para ele, o Parceiro Poty é uma ferramenta que, apesar de ter inicialmente surgido em um momento de crise, tornou-se um importante aliado da empresa. “Não há conflitos com os vendedores. Eles continuam a visitar os clientes e promover o relacionamento humano. Nós estamos focados diretamente nas vendas, em sugerir aos clientes produtos que têm melhor performance em suas lojas, e estamos prontos para atendê-los 24 horas por dia, sete dias por semana”, finaliza.

## Parceiros americanos visitam parque industrial da Poty

Uma equipe de profissionais americanos visitou o parque industrial da Poty em maio para conhecer os avanços em inovação que a empresa realizou nos últimos anos.

Os americanos são parte da equipe técnica de uma empresa sediada nos Estados Unidos que é aliada da Poty há quase 30 anos no desenvolvimento de produtos que unem sabor e qualidade trazendo as tendências mundiais de consumo para os lares brasileiros. Além da Poty, a empresa tem atuação internacional com o objetivo de oferecer inovação e conhecimento técnico apoiando clientes de vários países que buscam excelência em novos produtos.

O refrigerante Roller, o energético Push e o isotônico Isoactive são algumas das bebidas desenvolvidas em parceria com os americanos.



## Plantio de Mudas na Semana do Meio Ambiente

Colaboradores da Poty mantiveram a tradição que já dura alguns anos e na sexta-feira, fechando a Semana do Meio Ambiente, realizaram o plantio de mudas de árvores nativas. Este ano o local escolhido para receber as novas árvores foi uma área em frente ao Lions Clube, na Avenida Conselheiro Rui Barbosa, próxima ao parque industrial de Bebidas Poty. O evento teve também a participação de jovens do Instituto Florescer e de parceiros do Corredor Ecológico Rio Preto.



## Poty adere ao selo “Voltey” e comprova logística reversa em seus produtos

A Bebidas Poty, que se posiciona como uma das grandes indústrias de bebidas do país, aderiu a um dos símbolos da sustentabilidade no Brasil. As versões Guarana, Limão, Uva, Laranja e Maça dos refrigerantes Poty agora exibem o selo “Voltey”, simbolizando um compromisso com a logística reversa e a preservação ambiental.

O selo “Voltey” é uma garantia de rastreabilidade e também incorpora o conceito de compensação ambiental. Isso significa que as marcas que ostentam o selo comprometem-se a destinar recursos para o desenvolvimento contínuo da cadeia de reciclagem, fortalecendo o compromisso da Poty com práticas sustentáveis. Essa ação está em plena sintonia com a

Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), estabelecida pela Lei Federal 12.305/2010, que exige a destinação adequada de embalagens. Vale lembrar que a Poty também foi a primeira indústria de bebidas do Brasil a assinar o Termo de Compromisso da Logística Reversa, em 2014.

José Victor Franzotti, Gerente da Poty Ambiental, destaca a importância do selo “Voltey” como um indicador do compromisso da marca com a reciclagem. “O selo é uma forma de o consumidor identificar que a marca Poty é realmente comprometida com a reciclagem das embalagens de seus produtos”, afirma ele.



## Os bons resultados da Poty Ambiental

A Poty Ambiental reciclou, em 2023, 6.500 t (seis mil e quinhentas toneladas) de garrafas PETs, registrando uma média de 542 t /mês (quinhentos e quarenta e duas toneladas). Os bons resultados garantem a economia circular do plástico, permitindo que o ciclo não termine, reinserindo o material de volta à cadeia produtiva, minimizando impacto ao meio ambiente e fomentando os índices de reciclagem do país, além de incentivar e apoiar cooperativas e catadores individuais.

A empresa incentiva o Projeto Socioambiental e Programa de Logística Reversa chamado de **“Ecoração – Sustentabilidade Gerando Solidariedade”**, onde são disponibilizados ecopontos em abrigo de idosos, escolas, creches, hospitais e outros, para descarte de materiais recicláveis como PET, latas e cartonados. As embalagens são recolhidas e encaminhadas até a Poty Ambiental, onde o material é pesado e comprado pela Ambiental. Em 2023 os recursos gerados somaram mais de R\$100 mil destinados a estas instituições.



## Parcerias da Poty promovem doação de milhares de litros de água para vítimas de enchentes no Rio Grande do Sul

A água envasada na Bebidas Poty ajudou a aliviar o drama de milhares de vítimas da enchente que assolou o Rio Grande do Sul. A empresa fez contribuições por iniciativa própria, e ainda participou de outras ações.

Logo no início de maio, uma carreta carregada saiu da indústria em Potirendaba em direção ao sul levando uma carga de 104 mil garrafas de água mineral Levity 510ml que foram integralmente doadas pela Poty.

A indústria também bonificou parte do custo de aquisição de milhares de garrafas compradas por outras empresas que fizeram doações para o sul.

A maior ação foi liderada pelo Sistema Coca-Cola Brasil, que realizou um acordo de parceria com a Ball Corporation, Tetra Pak, Ipiranga e Am Pm e a Poty. O esforço conjunto resultou no envase e distribuição de meio milhão de litros de água envasados em embalagens PET, lata e caixa.

Para o presidente da Poty Cia. de Bebidas, José Luiz Franzotti, a união e a colaboração são valiosas aliadas. “As ações realizadas são parte de um esforço comum que reforça nossos valores de solidariedade para com a sociedade”, disse ele.



## Levity e A9 estão mais alcalinas

O pH das águas Levity e A9 registrou uma leve elevação passando de 9,38 para 9,56. A cada três anos a empresa solicita e agenda a coleta através da Agência Nacional de Mineração (ANM) para realizar ensaios de caracterização da água mineral. Através dessa análise, as águas Levity e A9 são analisadas e atualmente classificadas como “Água Mineral Fluoretada, Vanádica, Hipotermal na Fonte”. O parâmetro de pH é uma das análises realizadas nessa caracterização.

“Os níveis de pH das águas possuem flutuação natural devido a dinâmica de fluxo subterrâneo, acarretando não apenas na mudança deste parâmetro, como também nos demais parâmetros físico-químicos. Porém não é uma mudança muito grande e nossas águas permanecem com pH na faixa de 9,00, sendo naturalmente alcalinas”, afirma Hiago Martinez, Gerente de Qualidade & Desenvolvimento de Produtos da Poty Cia. de Bebidas.

Ele ressalta ainda que diariamente, uma vez ao dia, é feito o controle através de monitoramento interno do pH de todas nossas águas no laboratório da Poty.



## Em 2024 esporte e solidariedade jogam no time da Poty

A Bebidas Poty ampliou seu apoio às atividades esportivas em 2024. São 25 times de futebol, basquete, vôlei, rugby, futebol americano e atletas de outras atividades como corridas de rua que estão recebendo patrocínio da empresa. A maior exposição está com o Guaraná Poty, presente nos uniformes dos times e campos de futebol, além do refrigerante Roller, com a marca estampada nos times de basquete, rugby e futebol americano e a água mineral Levity voltada para corridas. A Poty acredita que ligar sua imagem ao esporte é uma forma saudável de impulsionar a marca. “Estamos ampliando nosso apoio ao esporte. A Poty está em fase de expansão, deixando de ser uma marca regional para buscar o mercado nacional. O esporte nos dá esta abrangência e ainda nos permite fazer parte de bons momentos da vida das pessoas quando elas estão na torcida pelo seu time preferido”, comenta José Luiz Franzotti, presidente da Poty.

Este ano a empresa mudou o direcionamento dos patrocínios considerando não apenas a visão comercial no relacionamento com os clubes mas também valorizando aqueles que praticam ações sociais.



**SANDRA FRANZOTTI GUBOLINO**  
Diretora de Marketing e Comunicação da Poty Cia. de Bebidas

*“Queremos ter nossa marca aliada aos valores da família e às ações solidárias. Vamos potencializar a comunicação visual, a venda de produtos nos bares e estádios, mas também dar maior suporte às ações dos clubes que valorizam crianças e pessoas especiais. O esporte sempre esteve no DNA da empresa porque acreditamos nos valores de bem estar, saúde e disciplina que ele representa, acrescido igualmente do aspecto social e da solidariedade”*

Entre as ações praticadas pelo clubes apoiados pela Poty estão partidas solidárias com arrecadação de alimentos, atividades esportivas gratuitas oferecidas a crianças e adolescentes, formação de equipes de base, incentivo à cidadania, futebol para mulheres e outras.



› Guaraná Poty estampada na camisa do Portuguesa



› Guaraná Poty estampada na camisa do time



› Abel Ferreira, técnico do Palmeiras, dá entrevista coletiva com água A9, na mesa

## #POTYNOCARNAVAL



## Toca da Carlota

O bloco Toca da Carlota abriu o Carnaval de Rio Preto e foi o primeiro a receber a Cerveja Poty, lançada em fevereiro. O beer tank com a cerveja ficou no ponto de encontro dos foliões.

## Carnaval de Olímpia

Na terra do Folclore, o carnaval também faz sucesso. Em Olímpia a Levity foi a água oficial hidratando milhares de foliões.



## OBA Festival

Carnaval e música sertaneja fizeram a combinação perfeita no OBA Festival, e o Poty Fruit esteve presente no evento realizado no Recinto de Exposições de Rio Preto.



## #PotyEmBarretos

A influencer do mundo country Maria Paula Maia é a nova embaixadora da água mineral Levity. Sua primeira ação será durante a 69ª Festa do Peão de Barretos, que acontece de 15 a 25 de agosto. Seus milhares de seguidores acompanham diariamente o perfil @mariapaulamaia, que mostra o estilo de vida da amazona e empresária.

A parceria entre a influencer e a Poty Cia. de Bebidas nasceu da afinidade de princípios compartilhados, como a valorização da cultura regional e uma vida com mais saúde e qualidade.

Maria Paula fará uma cobertura especial de Barretos, onde também competirá nas provas de tambor. A Levity é a água oficial do evento há mais de uma década e, mais um ano, terá rótulo comemorativo na embalagem em lata.

Os bastidores dessa grande festa, considerado um dos maiores rodeios do Brasil, poderão ser acompanhados nos perfis da Poty (@bebidaspoty e @agualevity) e também no @mariapaulamaia.

## Rodeio de Mirassol

A Festa do Peão de Mirassol vem crescendo todos os anos, cada vez com mais público. Em 2024 a Poty apoiou o evento com produtos e ganhou exposição redobrada com o cantor Thierry, que se apresentou com a camisa do Mirassol estampada com a logomarca Poty.



## Mr. Moo

Mr. Moo Festival, um dos mais famosos eventos do Brasil que une música, open food e muita diversão, ganhou o patrocínio da Poty que produziu latas personalizadas.

## Brasa & Viola

O beer tank da cerveja Poty fez sucesso no Festival Brasa & Viola. O festival foi organizado pela cantora Bruna Viola em Rio Preto e reuniu os amantes de churrasco e música sertaneja. Na foto, Bruna Viola e Sandra Franzotti Gubolino.





## Nova geração integra Programa Jovem Aprendiz

A Poty recebeu de braços abertos parte da nova geração que começa a construir a história da empresa. O Programa de Aprendizagem Jovem Aprendiz, desenvolvido em parceria com o Senac, realizou uma seleção de jovens para aprender diversas funções na fábrica. Os 20 jovens contratados são filhos e filhas de colaboradores da empresa. “O interesse dos jovens mostra que o relacionamento da empresa com os colaboradores tem sido muito bom. É um sinal de que estamos no caminho certo, fortalecendo cada vez mais a família Poty”, disse Alessandra Scarpelli, líder do programa.

A duração do programa em parceria com o Senac é de 20 meses. Às segundas-feiras eles têm aulas de preparação para o mercado de trabalho e nos demais dias estão escalados para diversos departamentos como Qualidade, Expansão, Engenharia, Logística, Co Packer, Almojarifado, Departamento Pessoal, Segurança do Trabalho, Comercial, Marketing, Trade Marketing, Administração da Produção e Tesouraria. “Desejamos que eles sejam bem vindos e que tenham um brilhante futuro pela frente”, completa Alessandra.



## Promotores aperfeiçoam técnicas de merchandising

Aprender sobre novidades, reciclar conhecimentos e treinar sempre. Esses são alguns dos objetivos do Treinamento de Promotores de Vendas realizados periodicamente entre as equipes da Poty. O último deles abordou o tema “Merchandising no chão de loja” e mostrou, por exemplo, formas de atrair a atenção dos consumidores para o produto cerveja Poty. De acordo com o Supervisor de Promotores Antonio Brait, o treinamento foi realizado entre março e abril em todos

os CDs da Poty no estado de São Paulo.

“Trata-se de um treinamento de técnicas de merchandising aplicada no chão de loja, boas práticas, visão sobre as oportunidades, layout dos produtos e posicionamento em gôndolas. Reiteramos e reciclamos alguns conhecimentos dos promotores e reforçamos a importância de conquistar nossos espaços com objetivo de gerar visibilidade ao nosso mix de produtos”, disse ele.



# Família Poty



♥ O colaborador Anderson Santos e sua esposa Kelly Santos, com a pequena Raika, nascida em 17/11/2023.



♥ O colaborador Mateus Limiro e sua esposa Caroline Limiro, com a pequena Louise, nascida em 21/11/2023.



♥ O colaborador José Ferreira e sua esposa Vitória Silva, com o pequeno Benício, nascido em 23/11/2023.



♥ O colaborador André Luis da Silva e sua esposa Paula Laureano, com a pequena Eloá, nascida em 24/11/2023.



♥ O colaborador Eder Mellado, e sua esposa Mariana Oliveira, e o pequeno Lucas, nascido em 10/12/2023.



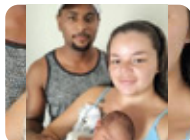
♥ O colaborador Hiago Martinez e sua esposa Tainá, com o pequeno Lucca nascido em 20/12/2023.



♥ O colaborador Walison Silva e sua esposa Evilane, com a pequena Ana Patrícia, nascida em 30/01/2024.



♥ O colaborador José Leandro e sua esposa Willyane Silva, com a pequena Maria Cecília, nascida em 13/01/2024.



♥ O colaborador José Alexandre Junior e a esposa Tabata, com o pequeno Edson, nascido em 18/03/2024.



♥ O colaborador Jeferson Dezanete e sua esposa Sabrina, com o pequeno Antônio, nascido em 08/03/2024.



♥ O colaborador Reginaldo Moreira e sua esposa Lucivânia, com as pequenas Emanuella e Isabelly, gêmeas nascidas em 26/03/2024.



♥ O colaborador Danilo Souza e sua esposa Thaisa, com o pequeno Joaquim, nascido em 18/03/2024.



♥ O colaborador Elton Rodrigues e sua esposa Larissa, com o pequeno Bernardo, nascido em 14/05/2024.



♥ O colaborador Adriano Moraes e sua esposa Elaine, com o pequeno Brenno, nascido em 05/04/2024.

♥ Fernando de Souza, da Distribuição, e a esposa Ellen, receberam com alegria a filha Antonella Dias Souza, nascida em 23 de janeiro.

♥ Sílvia Paiva, colaborador da indústria, e a esposa Daniele, são pais de Isis de Campos Paiva, nascida em 24 de fevereiro.

♥ Rafael Rodrigo Nunes, do Trade Marketing e a esposa Larissa são pais de Isabella Mathias Nunes, nascida em 05 de março.

♥ Marcelo Jorge, da Distribuição, e a esposa Cliseili, ganharam a garotinha Analu Fróes Jorge, nascida em 16 de abril.



👤 O colaborador Pedro Henrique dos Santos Aguiar casou-se em março deste ano. Felicidades ao novo casal.

# Bem-vindos



RAFAEL TRIANY CLARETE  
Trade MKT



TIAGO F. DE LIMA COELHO  
Manutenção Industrial



ANA PAULA CORADINI RAMOS  
Indústria



JULIO BENTO S. NETO  
Indústria



AIRTON A. ESTEVAM  
Indústria



UELINTON A. ARAÚJO  
Trade MKT



MATHEUS DE C. APARÍCIO  
Comercial



ALESSANDRO N. DOS SANTOS  
Indústria



JOSÉ LEANDRO P. DOS SANTOS  
Indústria



CARLOS OTÁVIO FERREIRA  
Serviços Gerais



WANDREY T. MARQUES  
Expedição



DIEGO POLIONI LIMA  
Indústria



RUBENS R. DO SANTOS  
Trade MKT



LÚCIA PERPETUA B. PONTE  
Serviços Gerais



DANILO M. TROMBETA  
Distribuição Santa Fé



THIAGO A. FLORENCIO  
Distribuição Araraquara



AELSON JESUINO DA SILVA  
Distribuição Araraquara



FÁBIO HENRIQUE DA SILVA  
Distribuição Araraquara



MARCELO R. DA SILVA LOPES  
Distribuição Sertãozinho



JOSÉ CICERO L. DA SILVA  
Distribuição Araraquara



HIGOR V. DE SOUZA  
Distribuição Santa Fé



ALISSON M. MORATO  
Produção



ANTONIO LEITE NETO  
Produção



LUCIVALDO P. DE SOUSA  
Produção



PAULO R. DE SOUZA  
Produção



JOSÉ FELIPE DE BRITTO  
Manutenção Industrial



ELAINE APARECIDA GRILLO  
Indústria



LARISSA DE O. BIANQUI  
Indústria



OMAR D. DOS SANTOS  
Comercial



DEBORA S. DOS SANTOS  
Indústria



JESSICA C. DE LIMA TROPEIA  
Indústria



ALMIR MENEZES DA SILVA  
Indústria



KAUAN H. DOS SANTOS  
Indústria



EUGÊNIO A. TEIXEIRA CRUZ  
Distribuição Araraquara



WELLINGTON L. DA SILVA  
Distribuição Araraquara



ANTONIO PEDRO P. PENNA  
Distribuição Araraquara



RONI WILLIAN DE SOUZA  
Comercial



JHONE D. C. LUIZ DA SILVA  
Expedição



GEOVANE DA S. OLIVEIRA  
Expedição



DANILO R. MARCELINO  
Indústria



LUCAS DA SILVA CARVALHO  
Indústria



REYNALDO A. N. DOS SANTOS  
Indústria



KELI EMIDIA DE SOUZA  
Indústria



EDINALDO R. DE ALMEIDA  
Comercial



GABRIEL A. S. SOUZA  
Trade MKT



RAUAN GOMES PASSOS  
Indústria



RENATO BONIFÁCIO  
Comercial



ARTHUR G. MARINHO  
Indústria



MOISES G. MARINHO  
Indústria



ROGESTER F. P. CORREA  
Indústria



ALEXIA G. S. DA SILVA  
Indústria



GABRIEL L. DA SILVA  
Indústria



YASMIN DA SILVA PEREIRA  
Indústria



GABRIEL E. VERZOTO  
Indústria



NIXON C. S. SIQUEIRA  
Comercial



LEONARDO Z. DE OLIVEIRA  
Comercial



DIEGO F. DA SILVA  
Distribuição Araraquara



LEANDRO D. DA SILVA  
Distribuição Araraquara



ANTONIO E. S. BATISTA  
Distribuição Rio Claro



FELIPE C. DE CAMPOS  
Trade MKT



GEOVANI M. NEVES  
Administração



CARLA G. CARNEIRO  
Administração



WILLIAM K. BARBOSA  
Expedição



EVERTON DA S. GONSAVES  
Industrial



DEBORA C. S. DALTOSO  
Qualidade



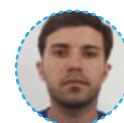
LEONARDO G. AJIZA  
Trade MKT



JULIANA C. DA SILVA  
Trade MKT



REGIANE E. VENTURELLI  
Qualidade



GUILHERME J. B. DA SILVA  
Expedição Santa Fé



JOÃO VÍCTOR S. SILVEIRA  
Trade MKT



AMANDA S. DA SILVA  
Serviços Gerais



ANA CLARA V. DA SILVA  
Serviços Gerais



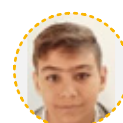
EDUARDO M. DA SILVA  
Serviços Gerais



EMILLY D. L. FERRAZ  
Serviços Gerais



GABRIEL J. J. TORRES  
Serviços Gerais



GUILHERME G. LEAL  
Serviços Gerais



HUGO H. N. SANTOS  
Serviços Gerais



IZADORA S. DE SOUZA  
Serviços Gerais



IZEQUIEL L. SILVA  
Serviços Gerais



JULIA F. JORGE  
Serviços Gerais



KAUAN G. F. DA SILVA  
Serviços Gerais

# Bem-vindos



KAUE J. G. DA SILVA  
Serviços Gerais



LAUREN L. DOS SANTOS  
Serviços Gerais



MARCELO H. A. RODRIGUES  
Serviços Gerais



MANUELLY V. JANUÁRIO  
Serviços Gerais



MARCO ANTONIO M. TUNUCCI  
Serviços Gerais



NAYARA K. B. DA SILVA  
Serviços Gerais



VICKTOR S. ESPERANDI  
Serviços Gerais



SARAH M. TESSARI  
Serviços Gerais



RAFAELA N. C. SILVA  
Serviços Gerais



JULIO CESAR M. DA SILVA  
Indústria



WILLIAN EDGARD VIVAN  
Manutenção Industrial



MARCOS V. O. DAMACENA  
Expedição Santa Fé



IVAN DE OLIVEIRA  
Administração



FRANCISCO D. R. PINHEIRO  
Indústria



GABRIEL A. DE OLIVEIRA  
Indústria



LUIGI A. MENEGOCIO  
Indústria



EVANDRO S. RIBEIRO  
Indústria



DAIANE P. DA SILVA  
Qualidade



LEONARDO BORDIGNON  
Qualidade



KAINAN B. LIMA  
Indústria



JESSY D. N. DAMASCENO  
Expedição



FERNANDA C. DE SALES  
Comercial



LUCAS S. SOARES  
Suprimentos



LUANA MARIA CONTIERO  
Suprimentos



VALDIRENE P. FIORI  
Indústria



LEANDRO R. PEREIRA  
Indústria



NATALIA S. CRISTAL  
Indústria



FRANCIELI S. P. DA SILVA  
Indústria



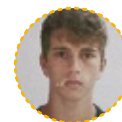
MARIA L. VALE DA SILVA  
Indústria



KAYCO A. DA SILVA  
Indústria



VICTOR COELHO SANTOS  
Comercial



LUAN NOCENTE  
Administração



CLAUDIO B. DA SILVA  
Manutenção Industrial



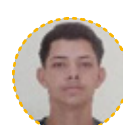
THAISE F. DA SILVA  
Qualidade



LORENA M. L. SILVA  
Qualidade



LUCAS L. DE SOUZA  
Indústria



MARCOS JEAN F. DA SILVA  
Indústria



DIEGO CÉSAR B. PIETRO  
Indústria



CARLOS R. M. DA CUNHA  
Distribuição Santa Fé



KAYKY A. P. DE OLIVEIRA  
Distribuição Santa Fé



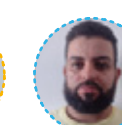
ERIKE H. G. DE MOURA  
Expedição



JOÃO LUCAS S. MARCATO  
Manutenção Industrial



AILTON ALVES FERREIRA  
Comercial



FERNANDO S. SILVA  
Distribuição Araraquara



LAIS L. O. FURLAN  
Qualidade



LEONARDO H. C. SIQUEIRA  
TJ.



KARINA CYRILLO LIMA  
Trade MKT



ADRICIA MORATO DA SILVA  
Indústria



MARIA DO SOCORRO SILVA  
Indústria



JOSÉ BRUNO DA SILVA  
Indústria



WELLINGTON M. D. DUTRA  
Indústria



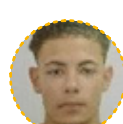
ROBERTO D. DE MIRANDA  
Distribuição Araraquara



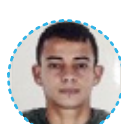
VINICIUS E. S. SANTOS  
Distribuição Araraquara



SIMONE J. DA SILVA  
Indústria



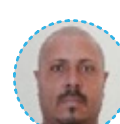
MATHEUS H. S. SOUZA  
Indústria



VITOR AUGUSTO LIMA  
Distribuição Rio Claro



JOSÉ L. MARCHAN AZA  
Indústria



DANILO S. CESARIO  
Expedição



RAFAEL MARTINS CHAVES  
Comercial



LETICIA C. DA SILVA  
Marketing



GABRIELLY F. REGOVICH  
Marketing



FERNANDO J. CAMPOS  
Expedição Araraquara



RAYSSA M. P. DA SILVA  
Trade MKT



GILSON F. DOS SANTOS SILVA  
Suprimentos



GIULIANO M. RODRIGUES  
Expedição Araraquara



JOSÉ NETO B. DE SOUZA  
Distribuição Rio Claro



VANDRESSA N. NUNES  
Qualidade



CAROLINE A. M. GONÇALVES  
Administração



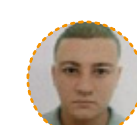
RAFAEL LOUREIRO  
Suprimentos



JOÃO VITOR F. ALVES  
Suprimentos



RENATO DA SILVA AQUINO  
Manutenção Industrial



DANILO F. DOS SANTOS  
Trade MKT



JOSÉ GUILHERME DA SILVA  
Trade MKT



MANOEL ALMEIDA UCHOA  
Distribuição Rio Claro



ESSA ÁGUA É DE  
*tirar o chapéu*

pH  
9,56  
alcalino  
+Vanádio



MARIA PAULA MAIA  
AMAZONA, EMPRESÁRIA,  
INFLUENCER E EMBAIXADORA  
DA LEVITY.

ÁGUA OFICIAL DA  
FESTA DO PEÃO DE BOIADEIRO  
**BARRETOS  
2024**

  
**Poty**  
Cia. de Bebidas

**Levity**

Água Mineral Natural