

## **Boletim 2**

# **Empatia, colaboração e inovação femininas impulsionam negócios**

O painel “**Conexões que transformam e impulsionam os negócios**”, que faz parte da programação do Fispal Women Connected, trouxe ao centro do debate uma história real e inspiradora de parceria entre duas mulheres em cargos de liderança e, com elas, duas empresas que decidiram apostar na colaboração como estratégia de crescimento. Camila Vila Verdei, gerente de marketing da Ball, e Sandra I. Franzotti Gubolino, gerente de marketing da Poty Cia de Bebidas, dividiram com o público os bastidores de uma conexão que começou com empatia e se transformou em inovação concreta. A conversa foi conduzida por Suane Lemke, coordenadora de conteúdo Latam da Informa Markets.

“Minha história começou quando eu assumi a Ball e a Sandra assumiu a Poty, apostando em ter um marketing muito forte”, contou Camila, logo no início. O que poderia ter sido apenas um encontro casual entre duas executivas do setor tornou-se uma aliança profissional sólida e bem-sucedida. “Tivemos uma conexão instantânea. Vimos que tínhamos muitos dos mesmos desafios e começamos a nos ajudar”, lembrou. Para ela, a empatia foi a chave do processo. “Apostem nas amizades femininas, o que realmente faz diferença. A chave é a empatia.”

Essa conexão de valores e propósitos logo ultrapassou o campo das ideias e resultou em uma das colaborações mais simbólicas da indústria nos últimos tempos: o desenvolvimento da Água Levity, um produto lançado pela Poty com tecnologia e embalagem fornecida pela Ball. A parceria chamou a atenção não apenas pela inovação, mas também por envolver duas empresas de perfis distintos que souberam somar competências.

A Ball Corporation é uma multinacional de origem norte-americana, especializada na fabricação de embalagens sustentáveis, especialmente latas de alumínio. Com presença global, é uma das maiores fornecedoras de latas do mundo, atuando em diversos mercados e fornecendo embalagens para grandes marcas de bebidas e alimentos. Já a Poty Cia de Bebidas é uma empresa brasileira, de origem familiar, com sede no interior de São Paulo, que produz refrigerantes, sucos, energéticos e outras bebidas voltadas principalmente ao mercado nacional.

“Foi um desafio lançar esse produto. Uma inovação para as duas empresas”, relatou Sandra. “Por que apostar na lata? Porque é um material sustentável.” O projeto ganhou ainda mais força ao conquistar o selo ASI de sustentabilidade, iniciativa global que reconhece práticas responsáveis ao longo da cadeia do



alumínio. “Esse selo repercutiu muito. Mostrou que o consumidor está atento, e que fazer escolhas conscientes importa”, disse Sandra.

Mais do que um lançamento bem-sucedido, o projeto simboliza a força de um novo modelo de parceria: ao invés de disputas e concorrência cega, cooperação entre empresas que compartilham valores e objetivos estratégicos, mesmo tendo naturezas, histórias e tamanhos diferentes. “As duas se apoiam e se ajudam”, resumiu Sandra, lembrando que a jornada só foi possível porque havia confiança, troca verdadeira e abertura para construir juntas. Camila completou: “O projeto nasceu da conexão entre duas mulheres em cargos de liderança que entenderam que podiam fazer mais — e melhor — juntas.”

A parceria também ajudou as empresas a enfrentar desafios mais amplos do setor. Um dos exemplos mencionados foi a reformulação do energético Push, da Poty. O diálogo entre os times de marketing, viabilizado por essa relação de proximidade entre Sandra e Camila, permitiu repensar a abordagem, olhar para o produto com outros olhos e explorar novos caminhos. Outro ponto alto foi a campanha dos 50 anos da Poty, celebrada em Barretos, onde a empresa fez questão de valorizar a cultura local e homenagear os peões da cidade. Para Sandra, esse foi mais um momento em que a marca soube alinhar propósito, identidade e afeto. “A gente precisa se comunicar com verdade, entendendo o nosso território.”

Ao final do painel, a mediadora Suane Lemke destacou que a história das duas executivas é um exemplo claro de como conexões femininas verdadeiras podem não só transformar o ambiente de trabalho, mas também gerar impacto direto nos negócios. Mais do que um case de marketing, a parceria entre Ball e Poty mostrou que empatia, colaboração e confiança são ingredientes essenciais para a inovação. E apostar nas relações humanas, inclusive entre empresas, pode ser um diferencial competitivo e tanto.

## **Serviço**

**Data:** 24 a 27 de junho de 2025

**Local:** São Paulo Expo

**Endereço:** Rodovia dos Imigrantes, 1,5 km - Vila Água Funda, São Paulo/SP

**Horários:** Terça a quinta-feira: 13h às 20h | Sexta-feira: 13h às 18h

**Ingressos no site:** [www.fispaltecnologia.com.br](http://www.fispaltecnologia.com.br)

**Galeria de fotos neste [link](#)**