

Eat Well, Live Well.

**Aj**  
AJINOMOTO

## Ajinomoto do Brasil lança primeira campanha institucional

*Com o conceito “Amor a gente sente. Em todos os momentos, Ajinomoto”, empresa reforça sua presença no dia a dia dos brasileiros para além dos alimentos*



Para baixar as imagens em alta, clique [aqui](#)

**São Paulo, novembro de 2024** – A Ajinomoto do Brasil faz parte de mais momentos do seu dia do que você imagina. A empresa, referência em aminoácidos e proprietária de marcas como **SAZÓN®**, **MID®** e **VONO®**, acaba de anunciar sua nova campanha institucional com o conceito **“Amor a gente sente. Em todos os momentos, Ajinomoto”**. Desenvolvida pela FSB Comunicação, em parceria com a Jotacom, agência de mídia e performance da FSB Holding, a campanha apresenta ao público como a Ajinomoto faz parte do cotidiano dos consumidores em diversos momentos do dia, destacando sua atuação além do segmento alimentício. A campanha também busca conectar-se com um público jovem, aumentando o reconhecimento da marca e vinculando-a aos pilares de Sustentabilidade e Saúde & Nutrição, áreas de forte atuação da Ajinomoto do Brasil.

Apropriando-se do amor, que é um ativo da marca SAZÓN desde o início da década de 90, a campanha tem como objetivo estender esse sentimento às diversas áreas de atuação da empresa, trazendo uma conexão maior entre as marcas dos produtos e a marca corporativa, e reforçando o padrão de qualidade da Ajinomoto do Brasil em todas as etapas, desde o processo produtivo até a entrega ao consumidor.

Entre novembro de 2024 e março de 2025, o público será impactado por diversos conteúdos no online e offline, em múltiplos canais. A divulgação começa com o lançamento de um *hotsite* - [www.ajinomoto.com.br/amoraquentesente](http://www.ajinomoto.com.br/amoraquentesente) - que trará informações sobre a campanha, a empresa e um vídeo institucional, seguida por *branded content* em revistas, mídia, ações com influenciadores e estratégia de Relações Públicas e Marketing. Além disso, a comunicação se estende a ações de engajamento com o público interno, a fim de reforçar nos colaboradores o sentimento de pertencimento que permeia o clima organizacional.

“A Ajinomoto do Brasil alia tecnologia e inovação em todas as suas frentes para promover bem-estar e saúde à sociedade e para colaborar com um mundo mais sustentável. Estamos muito orgulhosos desse novo momento da empresa que, pela primeira vez, traz uma campanha institucional conectada a uma jornada de comunicação externa e interna a fim de mostrar como somos parceiros na rotina das pessoas”, comenta Adriana Moucherek, diretora de Marketing, Comunicação, Trade e Inteligência de Dados na Ajinomoto do Brasil.

“Além dos temperos e produtos alimentícios, nossos aminoácidos estão presentes em uma variedade de itens, como cremes dentais, filtros solares, suplementos esportivos e fertilizantes, ajudando a melhorar as safras de frutas e grãos. Para nós, é essencial comunicar essa versatilidade ao público de forma assertiva”, acrescenta Adriana.

Desde sua chegada ao Brasil, em 1956, a Ajinomoto consolidou-se como uma das maiores empresas do setor no país, com faturamento de R\$ 3,3 bilhões em 2023. A companhia atua em cinco segmentos: Alimentos (varejo e Food Service), Food Ingredients (soluções para a indústria alimentícia), Bio & Fine Chemicals (soluções para as indústrias farmacêutica, cosmética e esportiva), Nutrição Animal e Agronegócios. Com a expertise em AminoScience, a ciência dos aminoácidos, desde a produção até a aplicação, o propósito da empresa é contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta com um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir de um **processo circular de produção sustentável**, o chamado **Biociclo**, com menor impacto no meio ambiente e contribuindo para a saúde das pessoas.

#### **Ficha Técnica – Jotacom**

**VP de Planejamento e Novos Negócios: Jaderson Alencar**

**Head de Atendimento de Novos Negócios: Ligia Cavalieri**

**Gerente de Atendimento: Evellyn Vieiro**

**Coordenador de Atendimento: Vitor Cintra**

**VP de Criação: Fabio Mello**

**Head de Criação: Renato Vasques**

**Diretor de Arte: Bruno Ramos**

**Diretor de Arte: Victor Cardoso**

**Redator: André Tropiano**

**Head de Influência: Daniel Bovolento**

**Gerente de Influência: Maria Paula Malheiros**

**Analista de Influência: Caroline Omori**

**Gerente de Planejamento e Mídia: Mallu Tachela**

**Gerente de Mídia: Bruna Souza**

**Planejamento e Estratégia Digital: Diandra Ferreira**

**Gerente de Projetos: Airon Wisniewski**

**Diretor de Arte: Elber Cardoso**

**DEV: André Medeiros**

### **Sobre a Ajinomoto do Brasil**

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência

Eat Well, Live Well.



dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 116 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2023, teve um faturamento global de US\$9,9 bilhões e nacional de R\$3,3 bilhões. Para mais informações, visite [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

#### **INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL**

FSB Comunicação

[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)