

Comunicação de Sustentabilidade Ajinomoto do Brasil

Eat Well, Live Well.



Ano Fiscal da Ajinomoto do Brasil
Abril/2023 a Março/2024

Sumário

Apresentação

Mensagem da liderança

Sobre o conteúdo

Materialidade

Ajinomoto do Brasil: entre as mais importantes do Grupo

Propósito: contribuir por meio da “AminoScience” (Ciência dos Aminoácidos)

ASV - Criação e Geração de Valor Compartilhado

Atuação

Brasil: mercado relevante na produção global

Modelo de negócios

Áreas de atuação

Produção, Tecnologia e Qualidade

Estratégia e alocação de recursos

Desempenho financeiro e não financeiro

Transformação Digital em Foco

Capital Humano

O valor do capital humano

Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I)

Saúde, Segurança e Qualidade de Vida

Meio Ambiente

Meio Ambiente: reduzir os impactos negativos e ampliar os positivos


Impacto social

Nutrição como pilar do impacto social

Perspectivas

Perspectivas e oportunidades

Como navegar pelo texto

 voltar ao sumário principal

 *link* externo

 página interativa



Apresentação

- 4 Mensagem da liderança
- 7 Sobre o conteúdo
- 8 Materialidade
- 11 Ajinomoto do Brasil: entre as mais importantes do Grupo
- 15 Propósito: contribuir com o bem-estar por meio da “*AminoScience*”
- 17 ASV - Criação e Geração de Valor Compartilhado

Mensagem da liderança

GRI 2-22

O propósito do Grupo Ajinomoto é muito inspirador: “contribuir para o bem-estar de todos os seres humanos, da sociedade e do planeta por meio da ‘*AminoScience*’, a Ciência dos Aminoácidos”.

Os aminoácidos são o bloco essencial da vida e o DNA da companhia, fundada em 1909 por Saburosuke Suzuki II, após conhecer as pesquisas do Dr. Kikunae Ikeda sobre o glutamato, que visava tornar a população japonesa mais forte e bem nutrida.

A visão do Grupo mundial é ampliar a expectativa de vida saudável de 1 bilhão de pessoas e reduzir o seu impacto ambiental em 50% até 2030, em prol do desenvolvimento sustentável do planeta. Este também é o ponto de partida para a nossa operação no Brasil: promover a nutrição da população e tornar a vida mais saudável e mais feliz no país. Estamos orgulhosos por contribuirmos com o bem-estar dos brasileiros no seu dia-a-dia.

O cenário global é de grandes desafios, como a escassez de alimentos provocada pelas mudanças climáticas e o crescimento populacional. Neste contexto, estamos comprometidos em desenvolver e fabricar produtos

saborosos, saudáveis e acessíveis, por meio de processos que buscam respeitar e preservar os recursos do nosso planeta. Nosso objetivo maior é colaborar para a segurança alimentar e nutricional de maneira acessível para todos.

No Brasil, um país de enorme potencial e com papel relevante na produção global de alimentos, promovemos uma prática agrícola sustentável, que chamamos de biociclo. Nossos aminoácidos são produzidos com cana de açúcar e os resíduos desta produção são transformados em fertilizantes, ou seja, nutrientes que melhoram a imunidade e a resistência da própria cana, fechando este ciclo produtivo e virtuoso para todas as partes envolvidas.

Estamos engajados em promover impacto social positivo para os colaboradores e para as comunidades em que atuamos por meio da nutrição. Visamos melhorar a expectativa de vida saudável da população com produtos que ajudam a manter a dieta equilibrada, como a redução do consumo de





No Japão, existe um antigo conceito de negócios chamado “três-vias boas” (*Sanpo-yoshi*, em japonês), que significa bom para o vendedor, bom para o comprador e bom para a sociedade.

sódio, por exemplo. Além disso, promovemos amplamente a educação sobre alimentação balanceada e nutrição para os mais variados públicos de interesse, que vão dos nossos colaboradores a esportistas de alto rendimento.

Os caminhos para alcançarmos esses objetivos são guiados claramente pelo conceito de Criação de Valor Compartilhado do Grupo Ajinomoto, o ASV (*The Ajinomoto Group Creating Shared Value*). Essa filosofia, na sua essência, envolve iniciativas que ajudam a solucionar questões sociais e ambientais ao mesmo tempo que promove o crescimento da operação. É a base do lucro dos nossos negócios.

Os nossos clientes estão satisfeitos com os nossos produtos, o que gera valor econômico. Mas também estamos empenhados em reduzir a emissão de gases de efeito estufa por meio das nossas operações e dos nossos produtos. Produzimos, por exemplo, um suplemento que melhora a produtividade do gado de corte e de leite, além de reduzir a emissão destes gases na pecuária. O Brasil é um grande produtor de gado, portanto, há um enorme potencial para tornar a pecuária mais produtiva, evitando o desmatamento, e mais sustentável. Isso gera valor social e para o planeta. Esse é o ponto chave para a companhia perpetuar.

Os indicadores ASV, que criam tanto valor econômico quanto social com aceleração e escala, guiam as nossas metas nos próximos anos. E vejo com satisfação que este conceito

está profundamente enraizado na Ajinomoto do Brasil, reconhecida regularmente pelos prêmios globais ASV.

Como costumo mencionar, no Japão existe um antigo conceito de negócios chamado “três-vias boas” (*Sanpo-yoshi*, em japonês), que significa bom para o vendedor, bom para o comprador e bom para a sociedade. Portanto, quando os vendedores, ou seja, todos colaboradores da Ajinomoto do Brasil, ficamos felizes, podemos fornecer soluções para deixar os clientes felizes também e, finalmente, contribuir para a felicidade da sociedade.

Analisando o ano fiscal de 2023, superamos desafios importantes relacionados à alta competitividade do mercado. O período foi marcado pelo crescimento da Divisão *Food* e a criação de uma nova área de negócios, a de Nutrição de Saúde e Esportes, que apresenta perspectivas promissoras.

Além disso, a nossa operação segue a estratégia do Grupo com relação às quatro áreas de crescimento – Cuidados de Saúde; Alimentação e Bem-estar; Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC); e Sustentabilidade – de forma consistente. Com os indicadores ASV definidos no *roadmap* global 2030, as estratégias de crescimento estão bem alinhadas.

A nossa expectativa é que essa publicação de Sustentabilidade da Ajinomoto do Brasil ajude a disseminar



ainda mais a filosofia ASV, a visão, a missão, os valores e o nosso jeito de trabalhar, que cria valor para a companhia e para a sociedade, para todas as partes interessadas.

Fomos desafiados a dobrar os resultados até 2030, em comparação com 2021/2022. Naturalmente, vamos expandir as linhas de produtos e as vendas. Com relação à sustentabilidade, queremos não só reduzir os impactos negativos, mas gerar resultados positivos.

E estamos concentrados em aprimorar os ativos intangíveis, principalmente os humanos porque a companhia é essencialmente as pessoas e as pessoas são motivadas pelo coração.

Incentivamos os colaboradores a pensarem no que querem fazer, pois isso leva a companhia a crescer. O espírito é “falhe rápido e aprenda mais rápido ainda”. Neste contexto, reforçamos o conceito de trabalhar como um único time (*One Team*): “se quiser ir longe, vá junto”. Além disso, investimos em educação, que é a melhor forma para inovar na minha visão. Como resultado, o nível de engajamento na Ajinomoto do Brasil é maior do que do Grupo Ajinomoto.

Vale ressaltar que os profissionais brasileiros são muito talentosos e temos vários colaboradores trabalhando nas empresas do Grupo em outros países. Diversidade leva à inovação e este é também um desafio para a nossa gestão.

Vislumbrando o futuro, podemos contribuir para uma ampla gama de públicos de interesse por meio das nossas tecnologias únicas de “*AminoScience*”, [saiba mais sobre o assunto na página 15](#). O Grupo Ajinomoto vem realizando uma ampla variedade de pesquisa e desenvolvimento relacionadas a estas funções como, por exemplo, tecnologia de *design* de palatabilidade, suplementos nutricionais para humanos, animais e plantas, cosméticos, produtos farmacêuticos, materiais eletrônicos e muito mais.

No Brasil, continuaremos a oferecer ao mercado soluções adaptadas às necessidades locais e que contribuem para o nosso crescimento global. Vemos oportunidades de crescer com a nossa linha de congelados, iniciada pela Gyoza, e criar guiozas enriquecidos com aminoácidos para a população idosa, por exemplo. Ou usar o congelamento para reduzir o desperdício nas plantações, embora saibamos que produtos congelados envolvem desafios logísticos e o consumo de eletricidade. Outro caminho a ser explorado é o dos produtos para a indústria farmacêutica.

A trajetória até 2030 será conduzida pela visão da Ajinomoto do Brasil para toda a América Latina, baseada no crescimento sustentável, alinhado à imagem de saúde e felicidade, com a atuação de equipes diversas e dinâmicas, que proporcione bem-estar às pessoas e à sociedade. Buscamos sempre sermos uma companhia admirada tanto interna quanto externamente.

Desejo que a futura Ajinomoto do Brasil estabeleça a estrutura ideal para 2030. E, olhando para o futuro, vale resgatar o passado. Quando entrei no Grupo Ajinomoto em 1992, atuei em Pesquisa e Desenvolvimento e desenvolvi um material, Ajinomoto Build-up Film (ABF) é um filme de isolamento utilizado em circuitos eletrônicos e placas de circuito impresso (PCB), aprovado pelas grandes empresas de semicondutores. É um negócio que continua crescendo até hoje. Portanto, aquele sistema de desenvolvimento de alta velocidade é uma espécie de política para mim.

As empresas podem ter recursos humanos ou de capital maiores ou menores, mas o tempo é igual para todos, então a alta velocidade é uma das vantagens muito competitivas. Portanto, fazer a Ajinomoto se desenvolver ainda mais no Brasil, com pessoas motivadas, é a minha missão. Sabemos que temos pela frente uma jornada desafiadora, o que nos motiva a melhorar continuamente em todas as dimensões. Estamos confiantes de que seguiremos crescendo de forma sustentável, promovendo saúde e bem-estar por meio da alimentação.

Shigeo Nakamura
CEO da Ajinomoto do Brasil



Sobre o conteúdo

GRI 2-1 | 2-2 | 2-3 | 2-14

Esta é a primeira publicação da Ajinomoto do Brasil do Brasil dedicada à gestão da sustentabilidade, reafirmando o compromisso do Grupo global de “contribuir para o bem-estar de todos os seres humanos, nossa sociedade e nosso planeta com a ‘AminoScience’” (Ciência do Aminoácido).

Apresenta informações sobre o desempenho e as perspectivas estratégicas do negócio, abrangendo o ano fiscal de 2023 (01/04/2023 a 31/03/2024). Informações fora deste período são apresentadas quando devidamente apropriadas. Inclui dados das operações da sede administrativa em São Paulo (SP), Brasil, bem como das unidades operacionais localizadas em Limeira, Laranjal Paulista, Pederneiras e Valparaíso, no estado de São Paulo.

A elaboração foi baseada na Estrutura Conceitual Internacional para Relato Integrado, respeitando os princípios fundamentais e o desenvolvimento da empresa sobre os aspectos de conteúdo, fornecendo a conformidade necessária para a redação. Os indicadores de desempenho, tanto os informes qualitativos quanto os dados quantitativos coletados, atenderam à Norma Universal GRI 2021, metodologia da *Global Reporting Initiative*, que

orienta a qualidade da comunicação de sustentabilidade. Complementando, o relato insere a base de divulgação do setor de alimentos processados, segundo os padrões do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, demonstrando o compromisso da empresa com as melhores práticas de reporte.

As informações de conteúdo foram validadas pelo Comitê de Auditoria e aprovadas pelo Comitê Executivo (EXCOM), em alinhamento com os padrões estratégicos globais, assegurando a precisão e a relevância dos informes apresentados. Esse processo de validação e aprovação reflete o comprometimento da Ajinomoto do Brasil com a transparência e a responsabilidade, garantindo que as informações divulgadas sejam consistentes e estejam em conformidade com as melhores práticas internacionais. Além disso, a revisão pelos comitês internos assegura que o processo de elaboração seja uma ferramenta eficaz para a tomada de decisões estratégicas e para a comunicação clara com todos os *stakeholders* envolvidos.

O conteúdo destaca as principais iniciativas e estratégias ESG (*Environmental, Social and Governance*), organizadas em capítulos que expressam a essência e os valores fundamentais da companhia, sempre focados em resultados. A Ajinomoto do Brasil está determinada a avançar exponencialmente em sua agenda ESG e nas práticas de relato, comprometida com as transformações necessárias para construir um futuro mais sustentável e próspero. O compromisso com o bem-estar e a nutrição da sociedade e do planeta é a mensagem central desta publicação, refletido na oferta de produtos alimentares seguros e acessíveis.



Em caso de dúvidas, sugestões ou apontamentos sobre o conteúdo dessa publicação, entre em contato:

 sac@br.ajinomoto.com

 0800 70 49 039

Materialidade

GRI 3-1

Esta publicação é um documento que comunica de forma concisa e abrangente as iniciativas e práticas de uma empresa em relação ao desempenho de gestão, integrando informações sobre seus impactos econômicos, ambientais e sociais, bem como os esforços contínuos para promover a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa.

O processo de materialidade é crucial para definir o contexto dessa narrativa, identificando temas significativos para o desenvolvimento da capacidade da organização de gerar valor social e econômico em diferentes prazos — curto, médio e longo — para seus principais públicos de interesse, como acionistas, investidores, clientes, colaboradores e a sociedade em geral, a empresa garante uma abordagem estratégica e sustentável.

Para a Ajinomoto do Brasil, essa abordagem é fundamental, pois assegura que os principais temas de

gestão sejam analisados e divulgados de forma clara, refletindo a concretização de seus propósitos.

Os temas materiais que impactam o desempenho dos negócios e suas operações, garantem a integridade das informações fornecidas às partes interessadas. Ao identificar e gerenciar esses temas de forma eficaz, a organização fortalece sua reputação e a capacidade de cumprir suas metas estratégicas de maneira sustentável e responsável. O processo de definição, considerou riscos, oportunidades e perspectivas perspectivas econômicas, cujas implicações podem afetar diretamente a organização ou os capitais disponíveis para as partes interessadas.

A determinação da materialidade está integrada aos compromissos e valores do Grupo Ajinomoto, observando os aspectos regionais do Brasil. Os temas definidos foram amplamente discutidos com a área de Gestão Integrada da Ajinomoto do Brasil

e, posteriormente, submetidos à alta administração para aprovação, assegurando que as informações apresentadas sejam relevantes, precisas e alinhadas com as expectativas da Companhia. A empresa se compromete a revisá-los periodicamente para garantir que seus tópicos reflitam adequadamente os desafios e oportunidades atuais e futuros da organização.





Identificação e definição dos temas materiais

GRI 3-2

A identificação dos temas materiais começou com a análise das questões relevantes definidas pelo Grupo, assegurando que as perspectivas e estratégias de negócios fossem adequadamente consideradas no contexto local.

O entendimento é de que esses temas estão relacionados à criação, preservação ou corrosão de valor, dimensionados e consolidados pela alta administração global.

Simultaneamente, foi realizado um estudo de *benchmarking* focado nas questões relevantes para empresas do setor

de Alimentos, conforme definido pelo *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, que fornece informações valiosas sobre a recorrência de assuntos setoriais. Paralelamente ao *benchmarking*, foram explorados os principais aspectos da Narrativa ESG da Ajinomoto do Brasil, mediante avaliação interna de uma ampla lista de temas. A priorização foi determinada com base em seus efeitos conhecidos ou potenciais sobre a criação de valor. Além disso, foi realizada uma observação abrangente sobre as questões recorrentes no setor de alimentos, com o objetivo de corroborar a relevância dos temas para a Ajinomoto do Brasil sob diferentes perspectivas dos *players* de mercado.

Todas essas etapas foram realizadas com a participação ativa da área de Gestão Integrada, culminando na definição e elaboração da estrutura para divulgação do conteúdo dessa publicação. Os temas materiais da Ajinomoto Brasil apresentados a seguir, juntamente com os temas materiais do Grupo Ajinomoto, demonstram a preocupação com o alinhamento corporativo. Na próxima página, o leitor encontrará o enunciado de cada tema e seus respectivos indicadores relacionados.

Temas materiais Grupo Ajinomoto

- Alcance de um ambiente global sustentável;
- Alcance do bem-estar por meio da alimentação;
- Contribuição para a medicina preventiva e avançada;
- Contribuição para a evolução de uma sociedade próspera;
- Respeito pela diversidade e direitos humanos;
- Reforço da nossa base de gestão.



Temas materiais Ajinomoto do Brasil

- Governança Corporativa;
- Nutrição como pilar do impacto social;
- Redução de impactos ambientais;
- Biociclo: modelo de produção sustentável;
- Cadeia de suprimentos;
- Responsabilidade Social;
- Mudanças climáticas.



Temas materiais

GRI 3-2



página interativa,
clique nos ícones
para navegar

Ajinomoto do Brasil: entre as mais importantes do Grupo

GRI 2-1 | 2-2 | 2-6 | 2-28 | 2-30

A Ajinomoto é uma companhia global, presente em 36 países. O Grupo, com sede em Tóquio, no Japão, tem 117 fábricas e mais de 34 mil colaboradores no âmbito mundial. No Brasil, onde se instalou em 1956, a companhia tem um escritório central

e quatro unidades fabris e emprega 3.093 colaboradores, todos cobertos pelo acordo coletivo de trabalho.

A Ajinomoto do Brasil Indústria e Comércio de Alimentos Ltda. oferece produtos de

qualidade para o consumidor e insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e de agronegócios. A operação no Brasil está entre os negócios mais importantes para o grupo.

Com sede na Vila Mariana, em São Paulo (SP), também mantém o Centro de Desenvolvimento e Aplicação (CDA), o Núcleo Sensorial, a Cozinha Experimental “Oficina do Sabor®” e a Central de Relacionamento Ajinomoto na capital paulista.





A primeira fábrica no país foi instalada em Limeira (SP) em 1977. A unidade atende as cinco áreas de negócios da companhia: *Food Ingredients*, *Food*, *AminoScience*, Agronegócios e Nutrição Animal. Em Limeira se localiza o Centro de Tecnologia de Alimentos (FTC – *Food Technology Center*), um dos maiores do Grupo no Brasil. A cidade também abriga um centro de distribuição da companhia, com mais de 12mil m² de área construída.

A unidade de Laranjal Paulista (SP), adquirida em 1977, produz glutamato monossódico para fornecimento ao mercado nacional e, principalmente, o mercado internacional (Américas, Europa, África e Ásia), contribuindo, dessa forma, para o equilíbrio da balança comercial e para o desenvolvimento socioeconômico do país. A unidade também importa e comercializa realçadores de sabor e enzimas, além de produzir fertilizantes para diversos tipos de culturas agrícolas.

Com início de operação em 1997, a unidade de Valparaíso (SP) produz aminoácidos utilizados por indústrias de diversos segmentos: nutrição animal, química, cosmética e alimentícia. Os produtos são Arginina, Valina, Histidina e Leucina. A unidade também fabrica o fertilizante Ajifer, utilizado nas culturas agrícolas da região.

A fábrica de Pederneiras (SP), em operação desde 2006, dedica-se à produção de tensoativos à base de aminoácidos. Chamado de Amisoff®, trata-se de um produto suave e sustentável, essencial para a indústria de cuidados pessoais. A unidade representa uma base de produção do Amisoff® para o Grupo, fornecido globalmente.

As principais relações relevantes dos negócios da companhia envolvem órgãos públicos, órgãos reguladores, sindicatos, associações, certificadoras, mídias, fornecedores distribuidores, clientes, consumidores e a sociedade em geral.

Participação em entidades

O Grupo Ajinomoto é signatário do Pacto Global, a iniciativa das Nações Unidas que busca alinhar estratégias e operações empresariais com princípios universais de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

No país, a companhia é membro do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), representante do setor corporativo nesta agenda, é associado do Instituto Ethos Sustentabilidade e aderente do *Science Basic Target Initiative* (SBTi), que fornece diretrizes para mudanças climáticas conforme o Acordo de Paris.

No âmbito regulatório, a companhia participa de discussões sobre regulação ambiental, como o Tratado Mundial de Plásticos e o mercado de carbono, tanto global quanto localmente.



Pacto Global
Rede Brasil




1
sede
administrativa


4
unidades
fabris


+ 3.000
colaboradores
diretos



Missão

Contribuir para a alimentação e o bem-estar em todos o mundo e para uma vida melhor no futuro.

Visão

Ser uma empresa confiável de alimentos, aminoácidos e seus derivados na América Latina, com soluções inovadoras, baseadas em nossa tecnologia única.

Propósito

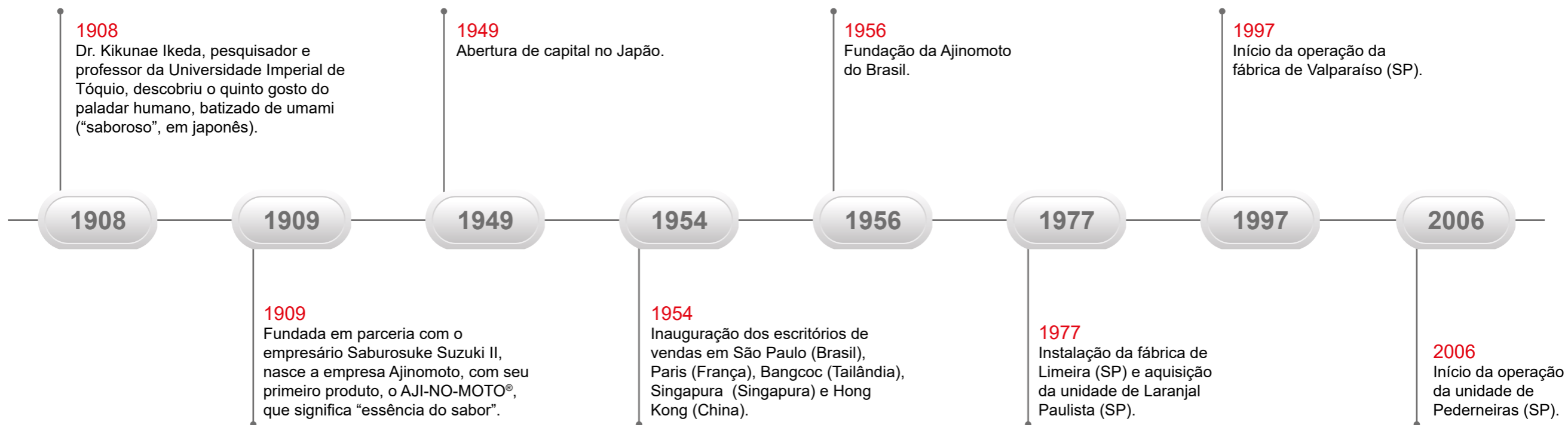
Contribuir para o bem-estar de todos os seres humanos, da nossa sociedade e do planeta com “*AminoScience*” (Ciência dos Aminoácidos).

Valores

- Criar novos valores;
- Contribuição social;
- Espírito empreendedor;
- Valorizar as pessoas.



Linha do tempo



Certificações



Propósito: contribuir com o bem-estar por meio da “AminoScience”

Líder mundial em aminoácidos, o propósito do Grupo Ajinomoto é “contribuir para o bem-estar de todos os seres humanos, da sociedade e do planeta por meio da “AminoScience” (Ciência dos Aminoácidos). O propósito avançado é ampliar a expectativa de vida saudável de 1 bilhão de pessoas e reduzir o impacto ambiental em 50%, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da sociedade até 2030.

“AminoScience” é um termo coletivo para vários materiais, funções, tecnologias e serviços derivados de processos de pesquisa e implementação com um foco rigoroso nas funções dos aminoácidos. Refere-se, também, à abordagem científica única do Grupo Ajinomoto para conectá-los à solução de questões sociais e contribuir para o bem-estar.

Portanto, a “AminoScience” – combinação de aminoácidos, ciência e negócios – é considerada uma das fontes de vantagem competitiva única da companhia.

Os aminoácidos e a “AminoScience”

Os corpos de todos os seres vivos são feitos de proteínas, as quais são constituídas por aminoácidos que desempenham um papel essencial na manutenção das funções biológicas dos seres vivos. Ao explorar as funções dos aminoácidos, a “AminoScience” pode contribuir para o bem-estar dos seres humanos, da sociedade e do planeta.

Os aminoácidos combinam-se para formar as proteínas que não só constituem o corpo e regulam a maioria das suas funções essenciais como também regulam e mantêm os processos corporais, formando enzimas

ou hormônios como a tiroxina, a insulina e a adrenalina.

Os aminoácidos, ainda, tornam os alimentos saborosos e ajudam a manter a saúde. São utilizados em nutrição esportiva, nutrição animal, medicamentos, cosméticos, produtos de uso pessoal e outras áreas.

No negócio de produtos alimentícios, a marca tem usado o poder da “AminoScience” para obter sabor, nutrição e aspectos fisiológicos como uma forma de diferenciar os produtos e expandir os negócios.



Clique aqui

*Para ver o Relatório Integrado do Grupo Ajinomoto

A descoberta

Foi por meio de uma pesquisa científica que um dos ingredientes centrais dos produtos Ajinomoto, o glutamato monossódico foi identificado como o responsável pelo quinto gosto do paladar humano, o chamado “umami”.

A descoberta foi feita pelo Dr. Kikunae Ikeda, em 1908, embora a sua pesquisa original fosse sobre catalisadores e não sobre alimentos*. Ao visitar a Alemanha para estudar, ficou surpreso com as fortes qualidades físicas e a boa nutrição da população, o que o inspirou a encontrar uma maneira de melhorar a nutrição no Japão.

Após retornar ao seu país, Dr. Ikeda dedicou-se à pesquisa como professor na Universidade Imperial de Tóquio, conseguiu cristalizar com sucesso os aminoácidos e, por fim, desenvolveu e patenteou o método de fabricação.

Sistema alimentar sustentável

O propósito do Grupo Ajinomoto vai ao encontro da promoção do sistema alimentar sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU)¹, ou seja, que proporcione segurança alimentar e nutricional de forma acessível para todos. O sistema abrange desde a produção, o processamento, transporte e consumo dos alimentos.

De acordo com a ONU, atualmente, estes sistemas não são eficientes e as práticas insustentáveis constituem-se em um dos principais fatores que contribuem para a crise climática, sendo responsáveis por um terço das emissões de gases de efeito de estufa e por 70% da utilização de água doce no mundo¹.

Sob as circunstâncias de escassez de alimentos gerada pelas alterações climáticas e ao crescimento populacional, o Grupo pretende contribuir para a disseminação do que denomina “alimentos com a Terra”, ou seja, sustentáveis, saborosos e saudáveis. O desenvolvimento de produtos à base de plantas, que contribuam para reduzir a pegada de carbono, fazem parte deste objetivo.

A promoção da agricultura sustentável pela companhia também ocorre no Brasil por meio do processo circular de produção sustentável chamado [biociclo](#), em que as matérias-primas utilizadas na produção vêm da natureza, e após o processamento os resíduos gerados, retornam para a natureza na forma de fertilizantes com alto valor agregado, fechando o ciclo.



Clique aqui

¹Para saber mais sobre o sistema alimentar sustentável da ONU

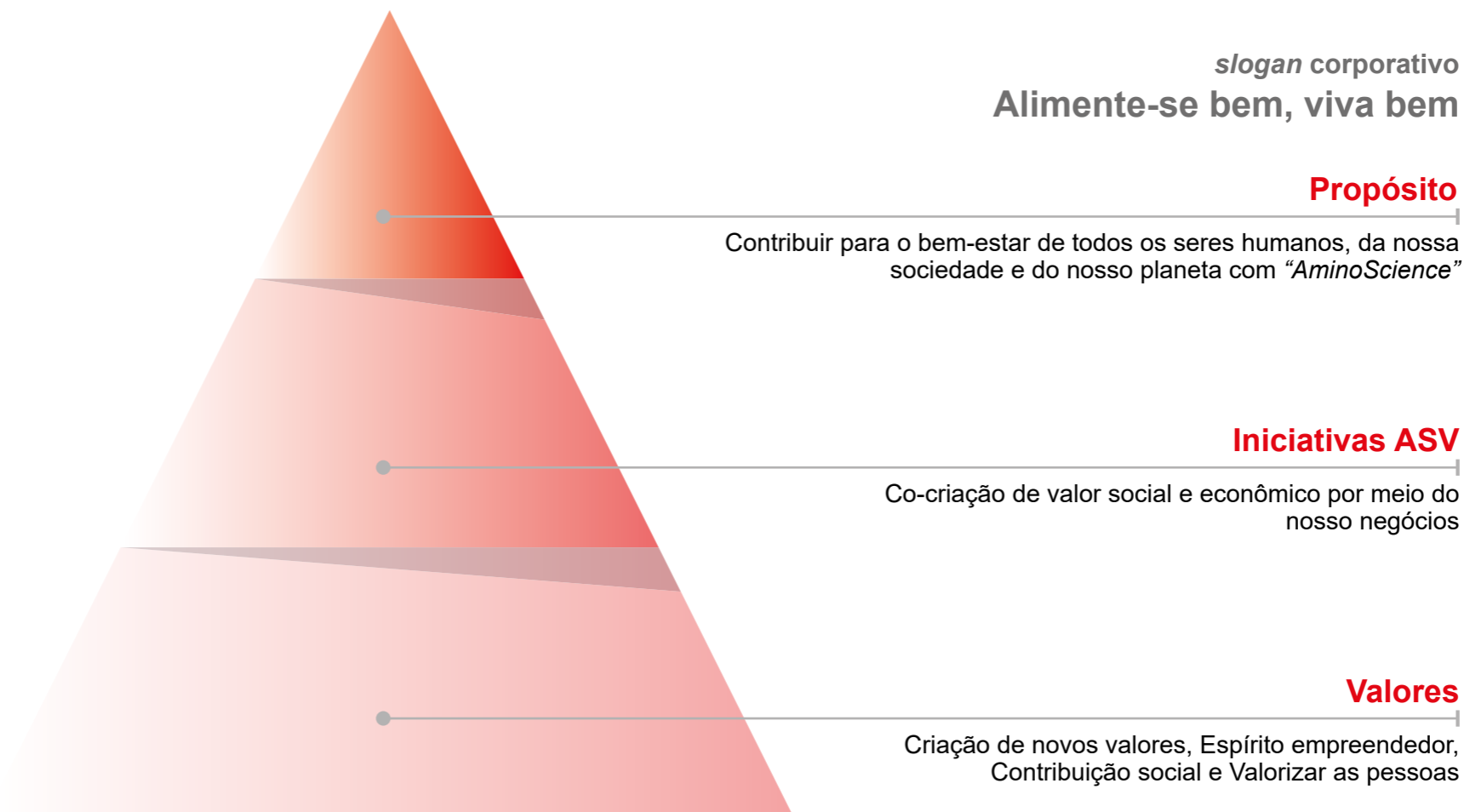
ASV - Criação e Geração de Valor Compartilhado

Na concepção do Grupo global, uma empresa precisa ser lucrativa, mas também deve ser sustentável, para ser útil e agregar valor à sociedade. Portanto, esse é o objetivo do ASV (*The Ajinomoto Group Creating Shared Value*), a Criação de Valor Compartilhado do Grupo Ajinomoto

Desde a sua fundação, o Grupo Ajinomoto tem se envolvido consistentemente em iniciativas para resolver questões sociais por meio dos seus negócios. Ao melhorar o valor econômico por meio da criação do valor compartilhado com a sociedade e as comunidades locais, estas iniciativas, denominadas ASV, têm contribuído para o crescimento do Grupo. O ASV está posicionado na essência da filosofia corporativa do Grupo, “Nossa Filosofia”, à medida que se esforça para cumprir o seu propósito.

O processo do ASV foi iniciado em 2014, quando o termo e a sua política correspondente foram articulados pela primeira vez no Plano de Gestão (2014-2016) do Grupo. Hoje, é uma filosofia disseminada mundialmente em todas as suas operações.

Alimente-se bem, viva bem



O ASV contempla ações de médio prazo, visando aprimorar as capacidades da companhia na execução dos negócios. Ainda, estabelece indicadores econômicos e sociais e a adoção de uma gestão orientada por propósitos. Trata-se de uma cultura difundida e presente na rotina de todas as áreas e colaboradores.

Ao reinvestir o valor econômico criado pela solução de problemas sociais, por meio das suas operações, o Grupo Ajinomoto cria um ciclo virtuoso que contribui para resolver outros problemas sociais. Ao perpetuar esse ciclo, a companhia eleva o valor corporativo e contribui para o crescimento das operações.

Portanto, ao contribuir para um sistema alimentar sustentável para a saúde das pessoas e para o planeta, por meio do conhecimento aprofundado das funções dos aminoácidos, o Grupo busca criar valor para a sociedade.

O ASV também caracteriza o Jeito Ajinomoto de Trabalhar baseado nos seguintes valores: “Criar novos valores”, “Espírito Empreendedor”, “Contribuição social” e “Valorizar as pessoas”.

Indicadores ASV





O processo de criação de valor

O ASV, além de ser uma filosofia, também se configura como iniciativa estratégica para alcançar o crescimento sustentável. Neste contexto, as metas globais e em cada operação também são regidas por este processo.

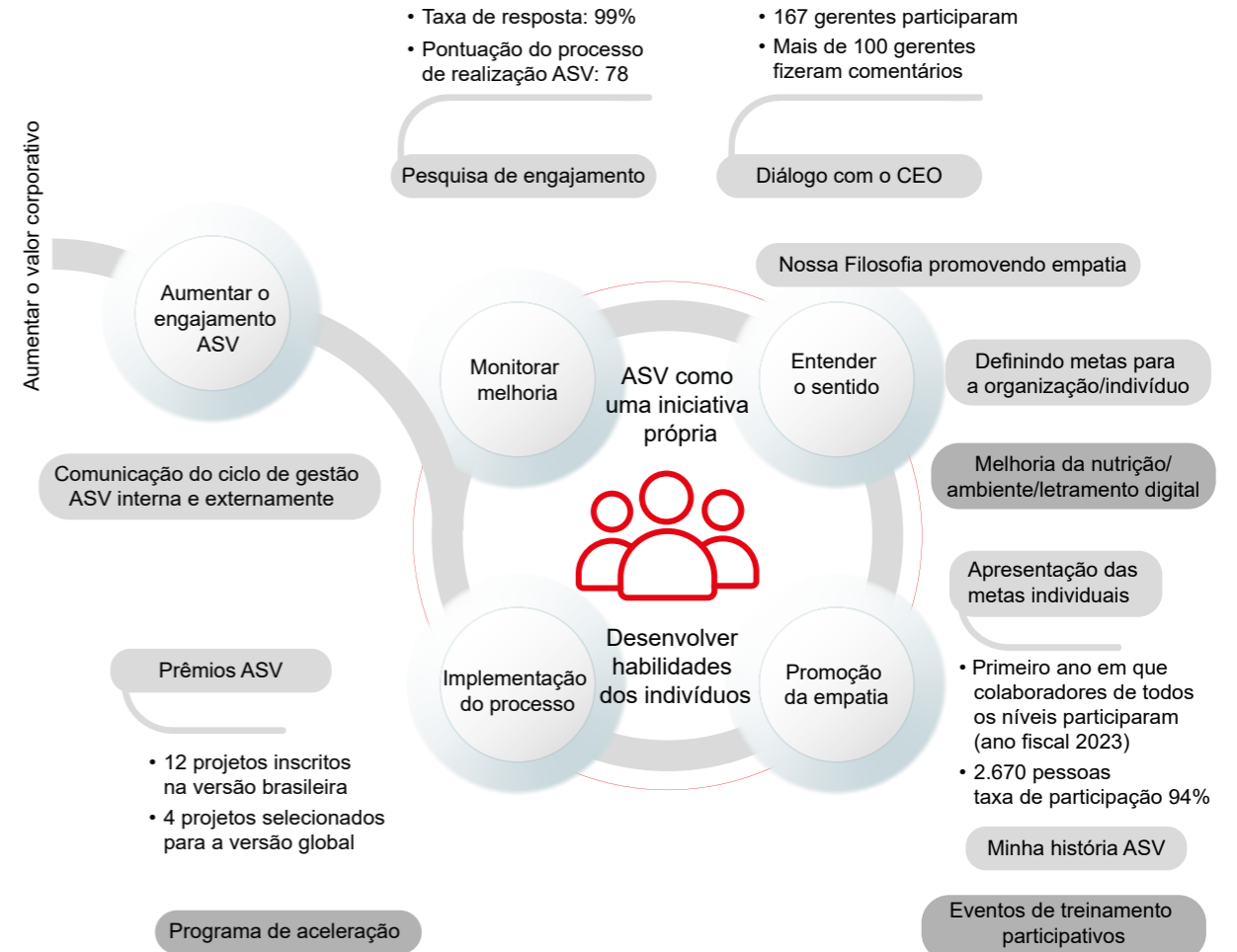
Processo de criação de valor



³ *Seikatsusha* é um conceito japonês único que, ao contrário do conceito parcial de “consumidor” usado nos negócios e de “cidadão” usado na ciência política, busca definir as pessoas de forma holística. Um *seikatsusha* é uma pessoa que define suas próprias prioridades de vida com base em sua interpretação (compartilhada) própria dos valores e interesses de longo prazo de suas comunidades. Um *seikatsusha* é a parte interessada final e mais fundamental que representa os humanos que vivem juntos em sociedade. Referência: https://www.ajinomoto.co.jp/company/en/ir/event/business_briefing/main/01116/teaserItems1/01/linkList/0/link/Opening%20Remarks_E_Revised.pdf

Ciclo de gestão ASV no Brasil

O Grupo Ajinomoto implementa cuidadosamente o ciclo de gestão ASV em cada organização e companhia do grupo. Os destaques da operação brasileira no ano fiscal de 2023 são:





Brasileiros são premiados

Equipes da Ajinomoto no Brasil foram premiadas ao longo dos últimos anos pela iniciativa global Prêmio ASV, que reconhece anualmente os projetos com forte valor econômico e social de todas as operações do Grupo.

Projetos ASV Premidados

2017

Projeto PRELI – Prevenção e redução de litígio

Mitigação e redução de processos judiciais;

Redução de CO₂ por meio da implementação da caldeira de biomassa em Limeira

Redução de emissões com a introdução de vapor de biomassa na fábrica de Limeira (SP);

Programa IDEA – Inteligência em distribuição e experiência Ajinomoto e o Programa *E-learning*

Contribuição para o fortalecimento educacional da sociedade brasileira por meio de um programa de desenvolvimento de negócios.

2019

Eco Friendly Factory

Redução do uso de recursos naturais e CO₂ em Laranjal Paulista Fábrica ecologicamente amigável.

2020

Assistência emergencial de *Food Service* à restaurantes de pequeno porte (sob adversidades da COVID-19)

Auxílio emergencial a restaurantes familiares.

2022

Agronegócio

Programa de Baixo Carbono;

WIB (*Wellness in Brazil*)

Redução de Sódio;

WORD

Um novo modelo logístico;

Soluções para o desperdício de alimentos no Brasil

Soluções para perdas de alimentos.

2023

Meu Pedido

Plataforma de *marketplace* B2B (negócios entre empresas) para rede de distribuição.



Atuação

- 22 Brasil: mercado relevante na produção global
- 23 Modelo de negócios
- 25 Áreas de atuação
- 38 Produção, Tecnologia e Qualidade
- 42 Estratégia e alocação de recursos
- 43 Desempenho financeiro e não financeiro
- 44 Transformação Digital em Foco

Brasil: mercado relevante na produção global

GRI 416-1 | SASB FB-PF-260a.2

A segurança, a qualidade e a saudabilidade dos alimentos são um tema central da ciência dos alimentos, envolvendo áreas como microbiologia, toxicologia, biotecnologia e nutrição, entre outras.

A operação da Ajinomoto do Brasil está inserida em um mercado de grandes dimensões e altamente relevante em nível mundial. O Brasil produz 270 milhões de toneladas de alimentos e bebidas por ano. Do total da produção nos campos, 60,9% são processados pela indústria, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA)⁴. O setor representa 10,7% do faturamento no Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

O Brasil é o maior exportador de alimentos do mundo em volume e o quinto em valor, de acordo com a ABIA. A balança comercial da indústria de alimentos contribui com mais da metade do saldo total da balança comercial do país.

O mercado de alimentos e bebidas, no qual se insere a Ajinomoto do Brasil é formado por 41 mil empresas, das quais

73% destinam-se ao abastecimento interno. Trata-se de um segmento competitivo e, para atender às demandas crescentes dos consumidores, exige diversificação de portfólios baseada em investimentos significativos em pesquisa, tecnologia e ciência. Em 2023, os investimentos do setor somaram R\$ 35,9 bilhões, sendo R\$ 19,1 bilhões destinados à pesquisa e inovação e R\$ 16,8 bilhões a fusões e aquisições.

A industrialização de alimentos amplia a disponibilidade de produtos, visando garantir à população o acesso a comida de qualidade em qualquer época do ano e em qualquer lugar. Para atender às necessidades e preferências dos consumidores, a indústria desenvolve produtos com menor teor calórico e/ou enriquecidos com proteínas, fibras, vitaminas, minerais ou aminoácidos, como ocorre com os produtos da Ajinomoto do Brasil.

A segurança, a qualidade e a saudabilidade dos alimentos são um tema central da ciência dos alimentos, envolvendo áreas como microbiologia, toxicologia, biotecnologia e nutrição, entre outras. As empresas são norteadas para a produção de alimentos seguros, saudáveis e acessíveis de maneira sustentável, seguindo as diretrizes da regulamentação do setor. No Brasil, as principais autoridades regulatórias que atestam estes fatores são a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que concede registros aos produtos e monitora o mercado, e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

⁴Fontes:

<https://intranet.abia.org.br/vsn/temp/z2024827NUMEROSDOSETOR2024ONEPAGE.pdf>

<https://abia.org.br/alimentos-industrializados>

<https://www.alimentosindustrializados.com.br/o-respaldo-cientifico-dos-alimentos-industrializados/>

Modelo de negócios

O modelo de negócios da Ajinomoto do Brasil considera a busca permanente por competitividade no mercado brasileiro e a estratégia do Grupo global.

No ano fiscal de 2023, conforme declarado pelo Grupo Ajinomoto, o modelo de negócios global estava sendo revisado com o objetivo de construir operações altamente rentáveis, distintas e robustas, utilizando a aplicação da “*AminoScience*” em quatro áreas estratégicas: Cuidados de Saúde, Alimentação e Bem-estar, Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Sustentabilidade.

Áreas de crescimento



Cuidados de saúde

Saúde ao longo da vida por meio de inovações médicas avançadas.



Alimentação e Bem-estar

Uma vida alegre por meio da comida.



Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)

Sociedade inteligente e ecológica.



Sustentabilidade

Sistemas alimentares sustentáveis.



Modelo de negócios no Brasil

Insumos



Financeiro
Recursos mistos advindos de capital próprio, capital de investimento e financiamento.



Manufaturado
4 fábricas próximas às culturas de cana-de-açúcar, principal matéria prima.



Intelectual

- Expertise em tecnologia de fermentação e ciência dos aminoácidos;
- Alta quantidade de patentes de produtos;
- Protocolos de segurança de alimentos.



Humano
Mais de 3 mil colaboradores.



Social e relacionamento
Principais partes interessadas: colaboradores, clientes, sociedade civil, governo, instituições de classe, órgãos regulatórios.



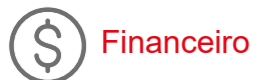
Natural

- Água;
- Energia;
- Cana-de-açúcar.

Modelo de negócio



Impactos



Financeiro

- Maior geração de caixa e dividendos;
- Menor endividamento.



Manufaturado
Otimização da logística minimizando os impactos ambientais.



Intelectual
Tecnologia de ponta para produção de alimentos seguros.



Humano

- Educação e desenvolvimento contínuo;
- Sistema de avaliação de desempenho;
- Integração do conceito de 'good looping';
- Diversidade e inclusão;
- Adoção de práticas de trabalho flexível;
- Foco na saúde e bem-estar.



Social e relacionamento
ASV norteia o relacionamentos com as principais partes interessadas.



Natural

- Estação de tratamento de efluentes nas fábricas;
- Energia elétrica renovável na produção;
- Vapor gerado por caldeira biomassa;
- Biociclo (cana-de-açúcar);
- Compra sustentável de matérias; primas, garantindo a preservação da biodiversidade.



página interativa, clique nas áreas para navegar

Áreas de atuação

GRI 2-6

Food



Clique aqui
Para saber mais
sobre Food

Divisão Food

Abrange linhas de produtos com foco no sabor e na praticidade dos pratos em atendimentos aos consumidores finais.

Em 2005, a companhia criou a Ajinomoto® *Food Service*, que oferece soluções para o setor alimentício profissional para bares, restaurantes, padarias e hotéis de todo o país.

A Ajinomoto do Brasil se destaca da concorrência por fatores-chave relacionados à estratégia e ao sistema de distribuição. A estratégia é clara e consistente, o que garante previsibilidade e gera confiança, tanto internamente quanto junto aos distribuidores. A Divisão *Food* desenvolveu um sistema de distribuição exclusivo, diferente dos demais países onde a empresa opera. Esse sistema conta com parceiros que atuam não apenas como clientes, mas como uma extensão companhia, dedicados a executar os planejamentos traçados no mercado.

A estratégia comercial é compartilhada com os distribuidores em convenções de vendas anuais, quando são revisados os planos e discutidos os pilares relacionados ao ASV, especialmente no que tange ao sabor e à saudabilidade dos produtos, assim como ao bem-estar da população.

Cerca de 80% das vendas no país são realizadas por meio dessa malha de distribuição, que envolve mais de 5.000 pessoas, além da equipe interna de vendas, composta por cerca de 150 consultores, que fazem o papel de

multiplicadores. A companhia dispõe, ainda, de plataformas de treinamento para todo este contingente, para aprimorar os conhecimentos e otimizar os resultados.

Além da política de exclusividade com estes parceiros, a Ajinomoto do Brasil mantém um programa de excelência, chamado *Idea*, que premia os melhores desempenhos, incentivando o crescimento e a competitividade. O programa envolve cerca de 80 distribuidores no Brasil e contribui para o desenvolvimento de uma estrutura sólida que sustenta o crescimento das marcas no mercado.

O sucesso da distribuição de seus produtos está fortemente atrelado à execução eficaz nos pontos de venda e à comercialização no exterior. No ano fiscal de 2023, a Divisão *Food* obteve recordes em vendas, em penetração de produtos em domicílios, no crescimento da marca na preferência do consumidor e em eficiência operacional, bem como reduziu as despesas na divisão. Já as exportações para a América Latina, somadas às vendas das filiais da Argentina e da Colômbia, representaram 4,3% das vendas líquidas da área.

A sazonalidade impacta categorias do portfólio como, por exemplo, a das sopas instantâneas, consumidas nas estações mais frias e, conseqüentemente, com maior concentração nas

regiões Sul e Sudeste. Por outro lado, a linha de refrescos em pó desempenha melhor nas regiões Norte e Nordeste, por ser um produto popular e consumido em condições climáticas mais quentes.

A busca contínua por melhorar produtos e processos impulsiona a inovação da Divisão, tanto no desenvolvimento de novas marcas como no aperfeiçoamento de produtos tradicionais. Um dos exemplos é a linha *Sazón*, que tem 70% de participação de mercado após 35 anos do lançamento e continua crescendo em *market share*. Este resultado se deve à renovação da marca, à comunicação direcionada para as novas gerações e à exploração de diferentes canais de comunicação e pontos de contato com os consumidores.

Os principais desafios da Divisão *Food* são a popularização dos conhecimentos sobre os aminoácidos e a incerteza do ambiente de negócios.



Clique aqui

Para saber mais
sobre Ajinomoto
Food Service

Informações e rotulagem

GRI 2-27 | 417-2 | 417-1 | 417-3 | SASB FB-PF-270a.3

A Ajinomoto do Brasil mantém um rigoroso processo de controle e verificação das informações e rotulagem de seus produtos, assegurando o cumprimento integral das regulamentações nacionais e internacionais aplicáveis ao setor alimentício.

A conformidade com estas diretrizes reflete o compromisso com a transparência, segurança do consumidor e atendimento às normas de rotulagem nutricional e de segurança alimentar, que são continuamente revisadas para garantir a adequação às regulamentações mais recentes. Além disso, a companhia investe em melhorias contínuas em seus processos de comunicação, garantindo que todas as informações disponibilizadas aos consumidores sejam claras, precisas e de fácil entendimento.

No período de elaboração dessa publicação, houve 51 produtos avaliados pelo INMETRO para verificação do peso líquido e apenas um produto (Caldo Sazón Carne 32,5g) foi reprovado no critério “média”. Três produtos foram avaliados pela Anvisa e somente um deles (Vono Chef Creme de Queijo), foi reprovado por utilizar a expressão “com ingredientes selecionados”. Nos dois casos, houve o pagamento de multa.

Oportunidades no radar

A companhia está focada em manter a sua posição de liderança no segmento de temperos no país e crescer a participação dos demais produtos, ampliando a sua presença no mercado por meio de:

Expansão dos canais de vendas e digitalização

Além dos pontos de venda tradicionais, a marca explora novos canais, como o *e-commerce*, que ganhou força após a pandemia de covid-19. A digitalização dos distribuidores também é uma prioridade, permitindo que acompanhem a evolução do mercado e mantenham-se alinhados à estratégia da companhia. Uma nova plataforma digital está sendo implementada, permitindo que os distribuidores gerenciem as vendas de forma mais eficiente e integrada. Além disso, a companhia está explorando o uso de inteligência artificial (IA) para facilitar o processo de pedidos, tornando a experiência mais intuitiva e ágil para os clientes.

Demandas locais e diversificação

A companhia se ajusta cada vez mais às demandas do mercado local, por meio da entrada em novas categorias e a diversificação do portfólio. Nos últimos dois anos, por exemplo, consolidou uma parceria com a empresa paraense Manioca, que trabalha com produtos da Amazônia, com um portfólio diferenciado, formado por produtos feitos de forma artesanal e sustentável, movimentando a economia local e

contribuindo com a preservação ambiental. A criação da linha Gyoza, de congelados, da Ajinomoto *Food Service* também faz parte desta estratégia.

Adaptação à nova geração de consumidores

A Ajinomoto do Brasil está se antecipando às novas gerações dos consumidores com ações de *marketing* que buscam se conectar com esse público emergente, especialmente por meio dos canais digitais.

Consolidação da marca na América Latina

A área de *Marketing* da Ajinomoto do Brasil atua no Brasil, na Argentina e na Colômbia, bem como em 13 países da América Latina para o quais a marca exporta, contribuindo para a consolidação da marca.

O departamento trabalha em sinergia com os times de vendas e de atendimento ao cliente, garantindo que as ações estejam alinhadas à estratégia comercial e priorizem a experiência do consumidor.



Food Ingredients



Clique aqui
Para saber mais sobre
Food Ingredients

Food Ingredients

Oferecemos suporte técnico para as indústrias que enfrentam desafios com a formulação de seus produtos, com análise e desenvolvimento de soluções personalizadas.

A Divisão desenvolve soluções que contribuem para a melhora da nutrição, do sabor e da textura de diversos tipos de produtos alimentícios para a indústria. Envolve um trabalho de pesquisa, tecnologia e inovação. Entre os principais clientes estão as maiores empresas de carnes, laticínios e farinhas do país.

O Centro de Desenvolvimento e Aplicação (CDA) realiza testes de aplicações e análises para desenvolver produtos duráveis e de alta qualidade, que atendam às necessidades dos clientes. O Núcleo Sensorial mede as reações dos consumidores aos produtos, constatando a percepção pelos sentidos. A equipe técnica é formada por profissionais especializados em formular produtos com segurança e qualidade.

Dentre os produtos fornecidos por esta Divisão destaca-se o glutamato monossódico, realçador de sabor amplamente utilizado nos mais diversos segmentos alimentícios. O produto

representa mais de 90% das vendas em volume e é essencial no portfólio da marca.

Outro destaque é a Activa, usada, por exemplo, no processamento de presuntos, permitindo que seja fatiado em fatias muito finas sem que se desfaça ou esfarele, garantindo a integridade e a textura adequadas, além de contribuir com a redução de desperdícios. Esse tipo de especialidade é essencial para atender às exigências dos consumidores e melhorar a apresentação dos produtos em supermercados e padarias.

Embora o glutamato monossódico já esteja consolidado, as especialidades e sabores continuam a oferecer espaço para inovação e lançamentos de novos produtos, como o Kokumix C, que complementa o portfólio de sabores da marca.

A diversificação de produtos, adaptada às preferências locais, reflete a capacidade da companhia de desenvolver soluções

inovadoras e atender às necessidades específicas dos clientes. Além disso, a Ajinomoto do Brasil adapta matérias-primas produzidas no Japão às preferências brasileiras, o que amplia as possibilidades de crescimento dentro da indústria alimentícia.

A companhia também oferece suporte técnico para as indústrias que enfrentam desafios com a formulação de seus produtos. Ao identificar problemas, como um gosto metálico no alimento ou a necessidade de reduzir custos, os clientes podem enviar as suas fórmulas para análise e desenvolvimento de soluções personalizadas, com recomendações de ajustes que melhoram o sabor, reduzem custos e otimizam a produção.

A estratégia para o futuro da Divisão *Food Ingredients* é aumentar a eficiência operacional e otimizar as operações da produção, buscando reduzir os custos e oferecer preços mais competitivos no mercado.

Bio & Fine Chemicals

Bebidas e Alimentos



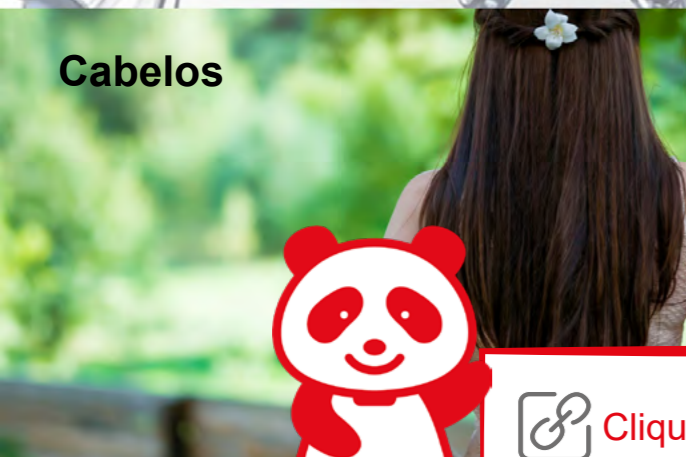
Fármacos



Suplementos alimentares



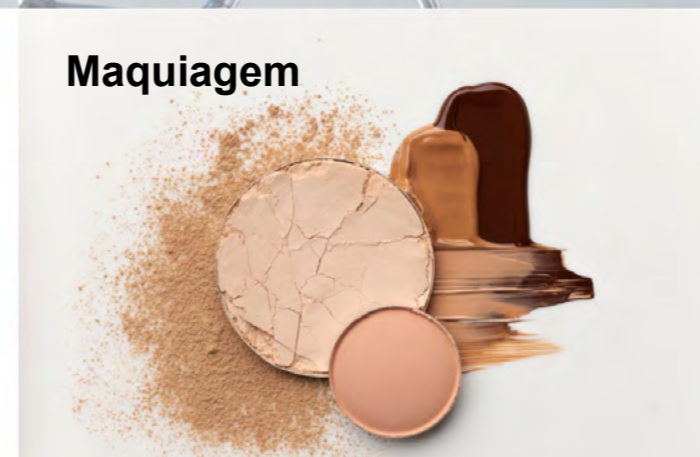
Cabelos



Limpeza



Maquiagem



Pele



Clique aqui

Para saber mais sobre
Bio & Fine Chemicals

Bio & Fine Chemicals

A companhia atua em três segmentos de negócios sob a Divisão *Bio & Fine Chemicals*: Nutrição Animal, Aminoácidos para Uso Humano e Especialidades Químicas. A área de negócios dedica-se à fabricação matérias-primas de alto grau de pureza para indústrias de diversos segmentos, como a alimentícia, farmacêutica, química e de suplementos, que tem crescido de forma significativa. A Divisão também produz matérias-primas derivadas de aminoácidos para o segmento de cosméticos, em crescimento no país.

Em especialidades químicas, destacam-se produtos para hidratação e surfactantes biodegradáveis usados em detergentes e sabonetes líquidos de marcas reconhecidas no mercado brasileiro. O foco no desenvolvimento de produtos que se degradam sem impactar o

ambiente, derivados de aminoácidos, além de substitutos para microplásticos em cosméticos, reforça a contribuição para a sustentabilidade do planeta.

A Divisão atua com a colaboração de diversas universidades e institutos de pesquisa, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual Paulista (Unesp), entre outras instituições de renome no país.

Os principais objetivos da área de *Bio & Fine Chemicals* são expandir o portfólio produtos e os mercados de atuação, fortalecer parcerias estratégicas e prosseguir com o compromisso com a inovação científica para atender às demandas dos clientes e da sociedade em geral.



Nutrição Animal



Clique aqui
Para saber mais sobre
Nutrição Animal

Nutrição Animal

A Ajinomoto Brasil é uma referência no setor de nutrição animal, fornecendo soluções inovadoras e baseadas em ciência para melhorar a saúde e o desempenho dos animais. A empresa se destaca pela produção de aminoácidos essenciais, como AminoGut, L-Valina, L-Lisina, L-Treonina e L-Triptofano, que são fundamentais para a nutrição equilibrada e eficiente dos animais.

Principais Contribuições

Aminoácidos Essenciais: A Ajinomoto Brasil desenvolve e comercializa aminoácidos que são vitais para o crescimento, a saúde intestinal e a eficiência alimentar dos animais. Esses produtos ajudam a melhorar a digestão, a absorção de nutrientes e o ganho de peso, além de reduzir distúrbios intestinais e mortalidade.

Sustentabilidade: A empresa está comprometida com a sustentabilidade, desenvolvendo dietas que utilizam ingredientes de forma responsável, minimizando o impacto ambiental da produção animal.

Tecnologia e Pesquisa: A Ajinomoto Brasil investe em tecnologia e pesquisa contínua para criar soluções que atendam às necessidades específicas dos clientes e dos animais, garantindo um desempenho zootécnico e econômico adequado.

Suporte Técnico: A empresa oferece suporte técnico especializado para ajudar os produtores a otimizar as dietas dos animais, proporcionando um cuidado mais eficiente e personalizado.

Impacto na Produção Animal: A nutrição animal da Ajinomoto Brasil tem um impacto significativo na cadeia produtiva, influenciando diretamente a qualidade dos produtos de origem animal, como carne, leite e ovos. Dietas balanceadas e ricas em aminoácidos essenciais contribuem para a saúde e o bem-estar dos animais, resultando em produtos de maior qualidade e sustentabilidade.



Clique aqui

Para saber mais
sobre o AjiPro-L

Agronegócios



Clique aqui
Para saber mais sobre
Agronegócios

Agronegócios

A presença de aminoácidos específicos nos fertilizantes da marca é um diferencial de mercado e ajuda os produtores a atingir mercados de maior valor por meio de produtos com maior qualidade.

Desde 1988, a Ajinomoto do Brasil desenvolve fertilizantes com aminoácidos no Brasil. A companhia comercializa a linha Ajifer, amplamente utilizada nas culturas das regiões onde as fábricas estão instaladas, como cana de açúcar, café e citros, além de pastagens.

A Divisão conta com outros 14 produtos, divididos em três linhas – AJIFOL®, AMIORGAN® e AMINO – e presentes nos principais estados agrícolas do país. São fertilizantes foliares e de fertirrigação, com benefícios específicos como ação antiestressante e complexante, estímulo ao crescimento radicular e ao vigor vegetativo e fornecimento de nutrientes, entre outros. A presença de aminoácidos específicos nos fertilizantes da marca é um diferencial de mercado e ajuda os produtores a atingir mercados de maior valor por meio de produtos com maior qualidade.

A abordagem de economia circular na operação da companhia inclui a área de Agronegócios. O caldo derivado da cana utilizada na produção dos aminoácidos utilizada na produção dos aminoácidos é utilizada na produção da linha Ajifer, Ajifol, Amino e Amiorgan.

Além dos produtos baseados em aminoácidos, a Ajinomoto do Brasil produz fertilizantes com propriedades únicas, adaptados às necessidades dos produtores, que podem optar por diferentes combinações de nutrientes para melhorar a produção agrícola.

A Divisão investe continuamente em inovação, desenvolvendo produtos que atendem às necessidades atuais dos agronegócios, como Amino Fort, que aumenta a imunidade das plantas, e o Amino Proline, que as protege contra estresses ambientais, como variações de temperatura e salinidade.

Para os próximos anos, a área de Agronegócios continuará investindo em inovação e tecnologia, com o objetivo de manter a competitividade em um mercado dinâmico e em constante transformação.

Nutrição de Saúde e Esportes



Clique aqui

Para saber mais sobre Nutrição de Saúde e Esportes

Nutrição de Saúde e Esportes

A Ajinomoto do Brasil criou a Divisão de Nutrição de Saúde e Esportes no ano fiscal de 2023. Com base na “*AminoScience*” e alinhada aos objetivos globais, a nova área amplia as oportunidades de negócios por meio do fornecimento de produtos com aminoácidos para atletas de alto rendimento – como atletas olímpicos e paralímpicos, por exemplo –, para esportistas e praticantes de exercícios físicos em geral e para pessoas que necessitam de suplementação alimentar.

A divisão também atua na venda de produtos e serviços entre empresas, fornecendo aminoácidos para produtores de suplementos alimentares. Reconhecida



Clique aqui
Para saber mais sobre
o Projeto Vitória

pela alta qualidade dos seus produtos, a companhia criou o selo Ajinomoto *Pure Amino Acid* para se diferenciar dos concorrentes. Este selo é estampado nos próprios produtos como, por exemplo, no AminoVital (carro-chefe da unidade de negócios), e nos produtos das suas empresas clientes, que também valorizam essa diferenciação da matéria-prima fornecida pela marca.

A meta da Divisão de Nutrição de Saúde e Esportes é dobrar o faturamento até 2030. A estratégia para o alcance do objetivo é baseada principalmente no fortalecimento do conhecimento dos produtos pelo mercado, no relacionamento com nutricionistas e na educação dos públicos-alvo sobre o poder e os benefícios dos aminoácidos para a saúde e o bem-estar, considerando a força da marca e a sua liderança global em aminoácidos como ativos.

A atuação da Divisão no país reforça o papel social da companhia, em linha com o ASV. A área, ainda, atua em parceria com o Instituto Ajinomoto no Projeto Vitória.

Nutrição de Saúde e Esportes Modelo de Negócios

B2C

Nutrição para prática esportiva

- Atletas de alto rendimento, incluindo olímpicos e paralímpicos;
- Praticantes de esportes ou exercícios físicos.

Nutrição para a saúde

- Pessoas em geral, para prevenir doenças ou suprir necessidades de suplementação alimentar.

B2B

Fornecimento de aminoácidos

- Produtores de suplementos utilizam como matéria-prima para seus produtos.

Produção, Tecnologia e Qualidade

O compromisso da Ajinomoto do Brasil em integrar os princípios ESG às suas operações de Produção, Tecnologia e Qualidade é uma prioridade estratégica. As ações estão focadas em alcançar os melhores resultados com a promoção do menor impacto ambiental possível e com a contribuição social por meio de uma governança robusta.

A reputação da marca, reconhecida por oferecer produtos de alta qualidade, também está relacionada às práticas sustentáveis. A companhia adota métodos rigorosos de controle de qualidade para minimizar perdas e falhas, garantindo a eficiência dos recursos, a produtividade e a redução de desperdício em suas operações.

Anualmente, a Ajinomoto do Brasil realiza investimentos para tornar os processos produtivos mais eficientes. Esses investimentos são direcionados à mitigação de emissões de gases de efeito estufa (GEE), à redução do consumo de água e de energia e à adoção de novas tecnologias que otimizam o uso de recursos, resultando em competitividade de custos e, conseqüentemente, crescimento de vendas.

Comprometida em melhorar constantemente os indicadores de qualidade, segurança, saúde e meio ambiente, a área de Produção, Tecnologia e Qualidade conta com um *software* para integrar as métricas de ESG, o que possibilita monitorar detalhadamente o desempenho da operação com base nestes critérios. O banco de dados, também em processo de aprimoramento, visa garantir que as informações sejam amplamente acessíveis e contribuam para a melhoria contínua dos indicadores.

Para compartilhar as boas práticas e desenvolver novas soluções, a companhia conta com a Universidade Tecnológica Ajinomoto, que tem fomentado a capacitação de profissionais na aplicação de tecnologias de ponta em suas áreas de atuação e inclui parcerias com *startups*, escolas e outras empresas.



TI Verde

GRI 2-27

A área de Tecnologia da Informação Corporativa cobre todos os processos e suportes das áreas administrativas e de infraestrutura. A companhia investe intensamente na transformação digital*, a fim de maximizar a governança e proteger as informações críticas. Isso também permite criar bases de automação que liberam o potencial criativo dos colaboradores para outras atividades e reduzir a necessidade de trabalho manual em tarefas repetitivas.

A tecnologia também tem contribuído para tornar a Ajinomoto do Brasil mais sustentável do ponto de vista ambiental, seguindo as práticas da Tecnologia da Informação Verde. A companhia segue o protocolo do Instituto HSI, com diretrizes para as etapas que compreendem a compra, o uso e o descarte dos equipamentos. Essas práticas também se alinham ao ASV, uma vez beneficiam o meio ambiente e, simultaneamente, resultam em eficiência energética, redução de custos e diminuição da geração de resíduos.

Entre as iniciativas, estão práticas para aumentar a vida útil de equipamentos de tecnologia da informação em até três anos, evitando desperdícios e reduzindo o impacto ambiental. Além disso, parte dos equipamentos que não são mais utilizados é vendida para reuso, o que gera receita adicional e promove a sustentabilidade. Ainda, a virtualização de servidores resultou

na redução de *hardware* físico e, conseqüentemente, do consumo energético.

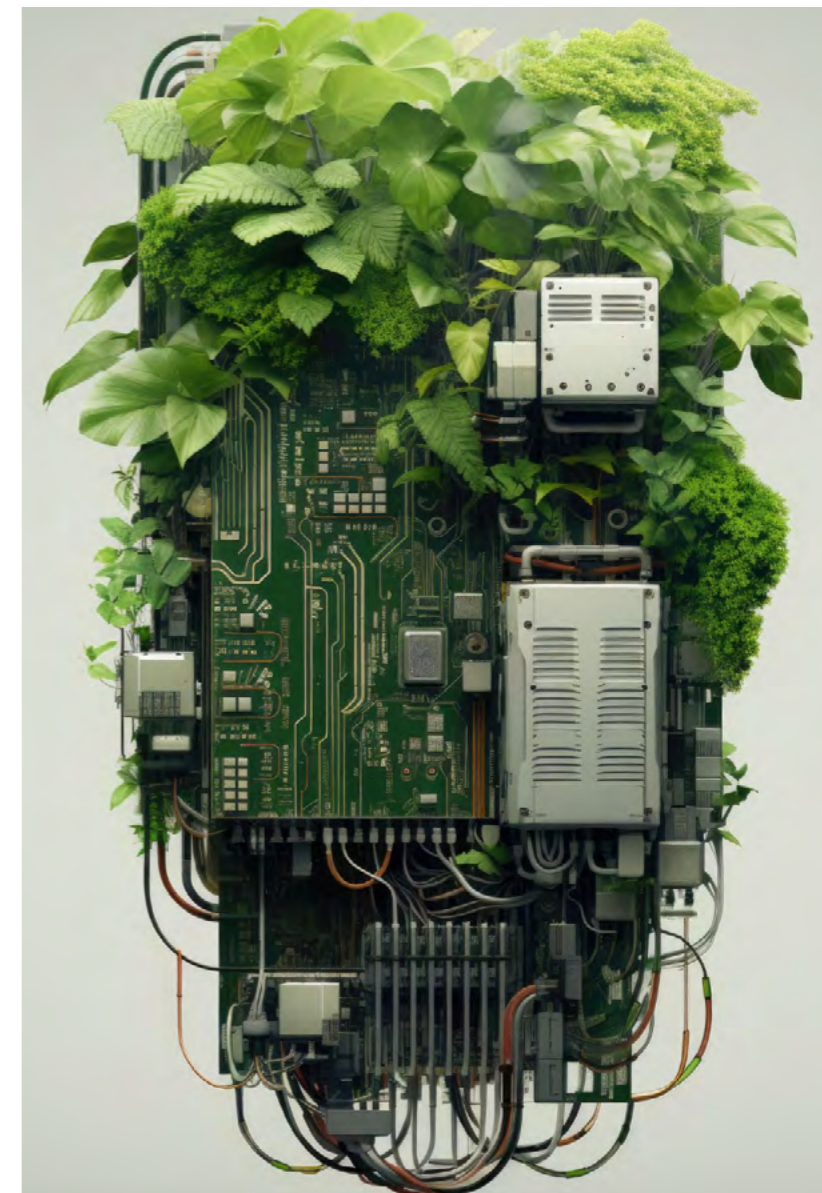
A Ajinomoto do Brasil também adota uma abordagem robusta para manter a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e para a segurança da informação. Mantém um time dedicado ao tema, chamado “Equipe LGPD”, formada por especialistas em segurança da informação, que atuam junto com o Jurídico para garantir a privacidade e a proteção de dados pessoais em suas operações. O diretor jurídico, Ricardo Sasaki, atua como o *Data Protection Officer* (DPO), liderando a estratégia de proteção de dados.

A companhia conta com a ferramenta *One Trust* para gerenciar o mapeamento e a documentação dos processos de tratamento de dados e segue um ciclo anual de revisão para identificar melhorias contínuas em conformidade com a legislação.



Clique aqui

*Saiba mais em
Inovação





Tecnologia sustentável

Diretrizes abrangem desde a aquisição de equipamentos ao descarte

Pré-negócio

- Analisar a eficiência energética, utilizar equipamentos de TI eficientes e econômicos, utilizar dispositivos de computação "Energy Star" ou com outros selos verdes;
- Comparar tempo de vida útil e avaliar durabilidade dos equipamentos de TI;
- Reduzir componentes nocivos ao meio ambiente dos equipamentos de TI (por exemplo, pilhas);
- Evitar compras desnecessárias de equipamentos;
- Fornecedores de TI sustentáveis;
- Preferir equipamentos de TI que foram reciclados.

Negócio

- Considerar na integração as práticas de TI e TI Verde;
- Desligar monitor no horário de almoço e fora de expediente;
- Reunir com o Comitê de Sustentabilidade a fim de garantir apoio as iniciativas de TI para o tema.

- Considerar o TI Verde nas políticas de sustentabilidade da organização;
- Manutenção preventiva em equipamentos (impressoras);
- Promover palestras e eventos para conscientizar e incentivar as pessoas sobre TI Verde;
- Redução do consumo de energia (clientes);
- Redução do consumo de energia (*enterprise*);
- Unificação dos servidores/*storages*;
- Desligar/hibernar os computadores após o término do expediente.

- Avaliar *layout* físico do *Data Center* e melhorar circulação de ar;
- Divulgar aos clientes as certificações de TI Verde como diferencial;
- Modernizar a infraestrutura de *Data Center* para economia de energia (*enterprise*);
- Reavaliar necessidades de redundância para pontos não vitais do negócio.
- Revisar se o ar condicionado está devidamente regulado no *Data Center*
- Unificação dos *desktops*.

Pós-negócio

- Descarte centralizado de lixo eletrônico e emissão de certificado de correta destinação;
- Descarte em aterro sanitário;
- Destinação de equipamentos obsoletos e itens de consumo;
- Reuso/*retrolift* de equipamentos.



Desafios da TI Verde

Tecnologia Verde

Energia | em Kw/ano



- R\$ 133.400
consumo/ano

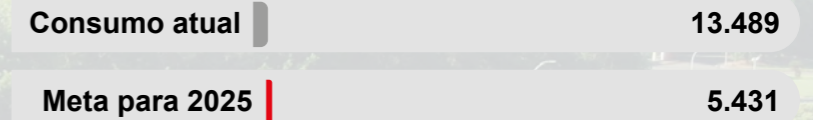
Energia | em Kw/ano



- R\$ 126.552
consumo/ano

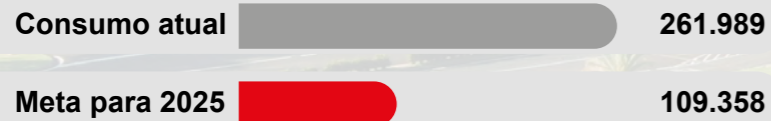
Estrutura para serviços digitais

Energia | em Kw/ano



- R\$ 6.848
consumo/ano

Emissão de carbono | em kg/ano



- 59%

Emissão de carbono | em kg/ano



- 59%

Emissão de carbono | em kg/ano



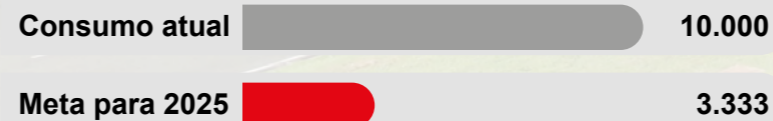
- 66%

Pilhas e baterias | em unidade/ano



- R\$ 48.000
consumo/ano

Pilhas e baterias | em unidade/ano



- R\$ 48.000
consumo/ano



Estratégia e alocação de recursos

GRI 2-22

A estratégia de negócios da companhia para o Brasil e para a América Latina está baseada no *Roadmap 2030* definido pelo Grupo Global. Desta forma, os principais objetivos estratégicos são baseados na visão da Ajinomoto do Brasil, com uma abordagem de retroplanejamento a partir do ideal de 2030.

Esta visão tem dois pilares:

- Ser admirada tanto interna quanto externamente como uma companhia integrada nos negócios de *Food* e *Bio & Fine Chemicals*, que contribui para resolver problemas globais de alimentos e de saúde a partir do Brasil. Utilizando a “Tecnologia de *Design* de Sabor” e a “*AminoScience*” do Grupo Ajinomoto, a companhia no Brasil propõe novos produtos, serviços e soluções com alta velocidade para cada região e impulsiona a expansão dos negócios na América Latina, enquanto atuamos como um importante centro de exportação de glutamato monossódico e de aminoácidos para o Grupo.
- Continuar a crescer de forma sustentável alinhada à “imagem de saúde e felicidade”, com colaboradores diversos que trabalham de forma dinâmica, e proporcionar a “essência da felicidade” e “bem-estar” para as pessoas e para a sociedade.

Em termos de tamanho do negócio do Grupo Ajinomoto, a América Latina é um dos mercados mais importantes. Portanto, a estratégia na região, incluindo o Brasil, está baseada em:

- Forte crescimento dos negócios atuais;
- Desenvolvimento de novos negócios, como alimentos congelados (com foco principalmente na linha Gyoza), alimentos nutricionais saudáveis (incluindo alimentos médicos), linha de produtos AjiPro, nutrição animal para cuidados com *pets*, entre outros, com a singularidade da marca;
- Melhoria da marca corporativa (com base no modelo de apoio e contribuição de marcas de produtos fortes, como Sazón), visando tornar-se uma marca em que os clientes possam confiar com segurança e escolher.

Criando valor além das finanças

A apresentação do desempenho financeiro e não financeiro favorece uma visão completa da capacidade da Ajinomoto do Brasil criar valor a curto, médio e longo prazo. Este aspecto vai além dos resultados financeiros, abordando também a forma como a companhia contribui para o desenvolvimento sustentável e gera impacto positivo para os públicos de interesse e para a sociedade em geral.

Os principais resultados alcançados no ano fiscal de 2023 foram o forte crescimento dos negócios atuais. Na divisão *Food*, tanto as vendas quanto o lucro cresceram significativamente em comparação ao ano anterior, devido ao aumento de preço e promoções. O objetivo é continuar esta expansão, incluindo a introdução de novos produtos que atendam às diversas necessidades dos consumidores.

Por outro lado, os negócios de glutamato monossódico e da *Divisão Bio & Fine*

Chemicals tiveram as vendas impactadas pela forte concorrência e pelos ajustes de estoques por parte dos clientes. Para superar estes desafios, a companhia planeja implantar uma nova tecnologia na fábrica de Limeira para melhorar a competitividade de custos do glutamato monossódico. A iniciativa reduzirá o uso de matéria-prima e o impacto ambiental, promovendo também a melhoria do valor ambiental como valor para o cliente.

Em relação ao *Bio & Fine Chemicals*, a nova estratégia visa expandir a produção e consumo locais de aminoácidos e cosméticos, sem depender excessivamente da demanda do Grupo global.

No ano fiscal de 2023, a Ajinomoto do Brasil investiu no desenvolvimento de novos negócios. Primeiramente, revisou a Gestão de Portfólio de Produtos, com foco nos de baixa rentabilidade, visando descontinuá-los ou reconstruí-los. Além disso, iniciou o teste de mercado para a linha de

congelados Gyoza, importada da Ajinomoto da Tailândia.

Quanto ao AjiPro (aminoácido para ruminantes), a companhia realizou pesquisa de mercado do AjiPro-G e abordou clientes potenciais. Será testado em campo no ano fiscal de 2024 como uma forma de reduzir custos para os clientes, ao mesmo tempo que cria um impacto positivo no valor ambiental, reduzindo a emissão dos gases de efeito estufa da bovinocultura. A expectativa da companhia é desenvolvê-lo como um produto importante no futuro.

Ainda, a Ajinomoto do Brasil estabeleceu o Projeto de Nutrição para Saúde e Esportes e conduziu o estudo de viabilidade para a área de saúde e nutrição, incluindo alimentos médicos.

A melhoria da marca corporativa também se destacou no período, por meio do desenvolvimento de um plano de ação em parceria com a consultoria Interbrand.

Nova tecnologia que está planejada para a fábrica de Limeira, irá melhorar a competitividade de custos de glutamato monossódico.

Transformação Digital em Foco

A Ajinomoto do Brasil iniciou sua transformação digital (DX) em 2019 com o programa *Paperless*, reduzindo o consumo de papel em 65%. Durante a pandemia de covid-19, o programa *Work Style Reform* foi implementado para apoiar o trabalho remoto, aumentando a flexibilidade tecnológica e de trabalho para os colaboradores. O programa abrange as áreas de Tecnologia Corporativa, Recursos Humanos e Comunicação.

O *Transformation Journey*, iniciado em 2017, é o núcleo do modelo de transformação digital da Ajinomoto do Brasil, buscando aprimorar a eficiência, produtividade e excelência operacional. Atualmente, a empresa está no estágio DX 2.0, que interliga todo o seu ecossistema e promove uma estrutura mais horizontal, facilitando a comunicação e a tomada de decisões.

Inovação

A Plataforma de Ecossistema Integrado da Ajinomoto (EIA) inclui todos os sistemas e metas, como a estratégia ESG e as quatro áreas de crescimento da companhia, sob a governança da tecnologia da informação. Essa integração possibilita identificar sinergias para as próximas etapas da

transformação digital: DX 3.0 (onde dados e digitalização criam modelos de negócios) e DX 4.0, que visa transformar a sociedade por meio das operações da Ajinomoto do Brasil.

A transformação digital também envolve computação em nuvem e prevê investimentos em alfabetização de dados e inteligência artificial (IA) para os colaboradores. A Ajinomoto já utiliza IA há anos na operação das caldeiras e, com a IA generativa, busca explorar novos recursos e aplicações.

O AjinoLab, um destaque de inovação, é um *hub* de inovação aberta criado para conectar *startups*, universidades, centros de pesquisa e outros agentes externos. Seu objetivo é encontrar soluções inteligentes que otimizem diversos aspectos da empresa, desde a produção até o *marketing*. O AjinoLab foca na resolução de questões complexas, como os desafios de sustentabilidade, que representam 25% do portfólio de conexões do *hub*. Desde a sua criação, o AjinoLab alcançou marcos importantes, incluindo prêmios no “*Top 100 Open Startups*” em 2022 e 2024 colocando a companhia entre as 10 empresas mais inovadoras do país no segmento de Alimentos e Bens de Consumo.

Iniciativas Notáveis AjinoLab

Parcerias com Startups: Mais de 30 startups contratadas, 25% desse portfólio voltado a resolver soluções ligadas aos desafios ESG, como a parceria com a Manioca, uma *foodtech* amazônica que promove a agricultura regenerativa.

Projeto “Coletando Soluções”: Geração de renda extra para catadores através do recolhimento de embalagens descartadas de produtos como SAZÓN®, VONO® e MID®.

Sistemas de Cashback: Em colaboração com plataformas de varejo inteligente (IZ Pay, Méliuz, Mangos), obtendo um retorno médio de 8 vezes o valor investido.

Automatização e Eficiência: Implementação de robôs colaborativos na fábrica de Limeira, aumentando a produtividade do processo de paletização em 67% em três meses.

Inovação Social: Parcerias com startups sociais, como a Comida Invisível, que é reconhecida pela ONU pela redução do desperdício e má distribuição de alimentos.



Clique aqui

Para saber mais sobre AjinoLab



Capital Humano

46 O valor do capital humano

51 Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I)

52 Saúde, Segurança e Qualidade de Vida

O valor do capital humano

GRI 404-2

A gestão de pessoas na Ajinomoto do Brasil cria valor a partir de ativos intangíveis, como o talento e o bem-estar dos colaboradores. O ASV também permeia a gestão de pessoas, portanto, a companhia promove um ambiente de trabalho que valoriza o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, a educação contínua e o desenvolvimento de carreira, bem como a diversidade, a equidade, a inclusão.

A área de Recursos Humanos segue das diretrizes globais – que priorizam o desenvolvimento de competências como parte de sua visão de longo prazo – e customiza os seus programas de acordo com as realidades locais, proporcionando uma abordagem robusta e coerente em ambos os níveis.

As principais iniciativas são:

Avaliação de Desempenho

Permite identificar pontos de melhoria e potencial de cada colaborador, alinhando suas competências com as necessidades organizacionais. A companhia usa o módulo *Performance & Goals*, do *SuccessFactors*, da SAP. Todos os colaboradores com mais de seis meses de trabalho no ano fiscal são elegíveis, em todas as unidades. A avaliação de desempenho é composta de metas, atreladas ao pagamento de participação nos resultados, e competências, cujo

resultado pode gerar plano de ação de desenvolvimento do colaborador. A graduação de notas é de 1 a 5. Caso o funcionário tenha tirado nota 2 em competências, deve ser feito um Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). No ano fiscal de 2023, a avaliação contemplou todo o público-alvo.

Mapa de Habilidades

Utilizado para visualizar e planejar o desenvolvimento de habilidades específicas de cada colaborador, promovendo o crescimento individual e o fortalecimento das equipes. Os gestores das áreas indicam uma pessoa que será responsável pela implementação do mapa. O departamento de Recursos Humanos realiza reuniões periódicas com este representante, identifica os macro processos, as macro habilidades e a matriz de responsabilidades. A implementação deste mapa inclui, ainda, a criação e aplicação de *check list* de atividades, a verificação de *gaps* e o plano de capacitação para reduzir estes *gaps*.





Plano Anual de Treinamento

Planejamento estruturado de atividades de capacitação, baseado nas necessidades detectadas, que assegura o desenvolvimento das habilidades essenciais para o negócio. Inicia com o levantamento das necessidades de treinamento junto aos gestores e prossegue com análise e aprovação das demandas essenciais pelos Recursos Humanos, sempre alinhadas com as estratégias da companhia.

Treinamentos Técnicos e Programas de Treinamento

Capacitações específicas que atendem às exigências técnicas das funções, garantindo que os colaboradores tenham conhecimento atualizado e de alta qualidade em suas áreas de atuação, bem como programas corporativos de desenvolvimento de liderança. Entre eles, estão os treinamentos sobre as normas NR10, NR20 e NR35 e os programas Ajinomoto do Brasil *Leadership Seminar* e *Leadership & Literacy Seminar*.

Sistema de Desenvolvimento de Carreira

Processo que incentiva o protagonismo dos colaboradores, para que pensem e planejem suas próprias carreiras. Envolve o preenchimento do formulário pelos profissionais e os Diálogos de Carreira com os superiores. No ano fiscal de 2023, a companhia alcançou 97% do público-alvo (gerentes).

Sustentabilidade

Treinamentos que capacitam os colaboradores para integrar práticas sustentáveis em suas rotinas, alinhados aos compromissos da empresa com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Integração do conceito de Good Looping

Alinhamento das metas individuais aos objetivos corporativos e promoção da cultura de *feedback* contínuo, promovendo o crescimento mútuo dos colaboradores e da companhia.

Diversidade e Inclusão

Compromisso com a diversidade por meio de comitês de Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I), campanhas de conscientização e programas de mentoria para grupos sub-representados.

Trabalho Flexível

Implementação de modelo de trabalho híbrido, utilizando ferramentas digitais para facilitar a comunicação e a produtividade.

No ano fiscal de 2023, a Ajinomoto do Brasil manteve o foco em iniciativas relacionadas à evolução profissional. Identificou talentos em potencial e desenvolveu planos de sucessão, preparando futuros líderes. Também ofereceu cursos e *workshops* estratégicos em colaboração com universidades e plataformas educacionais, alinhando o desenvolvimento de habilidades com os objetivos da operação no país. Ainda, ampliou a definição e o acompanhamento das metas individuais, incluindo toda a força de vendas e os operadores das fábricas.

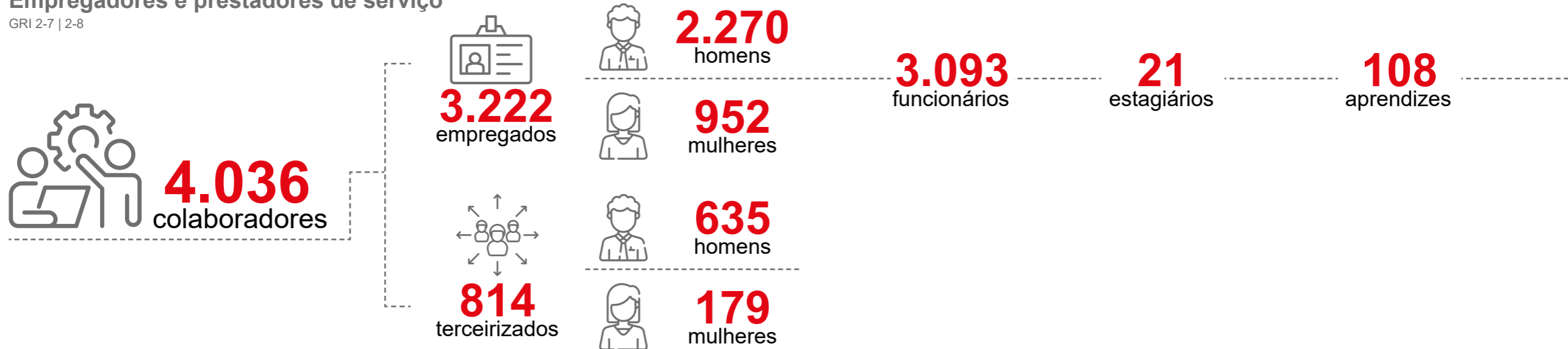
Para atingir a meta do Grupo global de 85% de engajamento dos colaboradores, a companhia atua em diversas frentes. As principais são: *workshops* sobre o ASV, que promovem a compreensão dos indicadores em todos os níveis hierárquicos; o acompanhamento regular das metas individuais, com *feedback*, para garantir que estejam alinhadas à estratégia do negócio e a promoção de uma “cultura de enfrentamento de desafios”, incentivando os colaboradores a assumirem metas ousadas. O investimento em capacitação e desenvolvimento de liderança também faz parte da estratégia para o alcance do objetivo de engajamento.


Embora não mantenha um programa padronizado, a companhia também oferece apoio para recolocação de forma personalizada, caso a caso, para ajudar colaboradores em transição de carreira.



Empregadores e prestadores de serviço

GRI 2-7 | 2-8



 página interativa, clique nas localidade para navegar

Nota: 100% dos trabalhadores são contratados por empresas fornecedoras de mão de obras (temporários ou jornada parcial). Dados apurados entre o período ano fiscal de 2023 (01/04/2023 a 31/03/2024) nas regiões de atuação da Ajinomoto do Brasil.

Promoção à saúde e à segurança dos colaboradores

GRI 2-27 | 401-2 | 401-3 | 403-1 | 403-2 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-6 | 403-7 | 403-8 | 403-9

A Ajinomoto do Brasil se dedica à promoção da saúde e da segurança dos colaboradores por meio de um conjunto abrangente de benefícios e programas que visam o cuidado integral.

Todos os profissionais e seus dependentes têm acesso a um plano de saúde sem limites para consultas eletivas e de urgência, em conformidade com as diretrizes da Agência Nacional de Saúde Suplementar. A companhia também mantém um Ambulatório Médico que oferece atendimento não ocupacional e realiza encaminhamentos para serviços externos quando necessário.

Anualmente, a Ajinomoto do Brasil realiza campanhas de vacinação contra a Influenza e de prevenção a verminoses, que inclui medicamentos preventivos contra parasitas intestinais. Também realiza campanhas de conscientização, como Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul, Dezembro Vermelho e Janeiro Branco, entre outras, alinhadas à agenda do Ministério da Saúde.

Todas essas iniciativas são fundamentadas em levantamentos de saúde populacional e comparações com dados nacionais, sendo cada programa monitorado

de forma individualizada, com resultados apresentados em relatórios gerenciais e analíticos.

Com relação à segurança, a Ajinomoto do Brasil adota um Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional (SGSST), visando proporcionar um ambiente de trabalho seguro e saudável, prevenindo lesões e doenças ocupacionais. Este sistema segue a norma ISO 45001 e atende rigorosamente aos requisitos legais pertinentes (Constituição da República Federativa do Brasil, leis complementares, leis ordinárias, decretos, resoluções e portarias). O atendimento às exigências legais e normativas é respaldado por um procedimento corporativo interno que inclui o Manual Integrado do SGI (REG -003), a Política do SGI (POL -0002), a definição de objetivos e metas e outros procedimentos internos.

Colaboradores são eleitos como representantes para a Comissão de Prevenção de Acidentes e Assédio, onde aspectos do sistema de gestão são discutidos e avaliados. A companhia assegura que todos os seus trabalhadores estão cobertos por esse sistema, garantindo que cada um receba o suporte necessário para desenvolver suas atividades de forma segura.

Entre os programas de saúde, destacam-se:

- **Check-up Médico - Saúde em Foco:** abrange triagem clínica, exames e avaliação psicossocial;
- **Health and Well-Being:** voltado para saúde geral, saúde mental, alimentação saudável e atividade física;
- **Viva Bem, Viva Mais:** incentiva hábitos alimentares saudáveis e a prática de atividades físicas, além do controle da obesidade;
- **Qualidade de Vida:** disponibiliza atendimento especializado por telemedicina nas áreas de Nutrição, Endocrinologia, Psiquiatria e Psicologia;
- **Cuidar:** oferece suporte psicológico e médico a funcionários com dependência química;
- **Programa de Apoio à Pessoa com Deficiência (PcD):** proporciona suporte multidisciplinar a colaboradores com deficiência.

Além destes, a companhia mantém um programa focado em gestação, puerpério e licença-maternidade.



Para identificar perigos e avaliar riscos e oportunidades, a Ajinomoto do Brasil realiza auditorias regulares e avaliações sistemáticas de risco, conduzidas conforme instruções de trabalho específicas. As atividades rotineiras são avaliadas seguindo o Gerenciamento de Riscos Ocupacionais conforme as Instruções de Trabalho Corporativas IT-0662 e IT-0610. É aplicada uma hierarquia de controle para cada risco e são implementadas medidas preventivas para minimizar as exposições.

A responsabilidade pela execução dos processos cabe à área técnica, que avalia a necessidade de novos controles para os riscos encontrados, assegurando que todas as situações sejam tratadas adequadamente.

Cada unidade da companhia conta com um ambulatório médico equipado para atendimentos ocupacionais, emergenciais e orientações em saúde, com uma equipe multidisciplinar de médicos, enfermeiros e técnicos de enfermagem.

Em emergências, há um convênio específico para transporte imediato até o serviço de pronto atendimento mais próximo, respeitando a particularidade de cada unidade. O plano de

saúde também cobre atendimentos eletivos e emergenciais.

Todas as informações de saúde ocupacional são armazenadas em prontuários individuais, físicos e digitais, com acesso restrito a profissionais de saúde registrados nos órgãos reguladores.

A Ajinomoto do Brasil oferece capacitação contínua em saúde e segurança do trabalho por meio de treinamento anual que abrange normas de segurança, prevenção de acidentes, uso de equipamentos de proteção individual (EPIs) e procedimentos de emergência, conduzido por profissionais qualificados. As capacitações seguem os requisitos legais aplicáveis, preparando a equipe para prevenir e lidar com incidentes, contribuindo, desta forma, para a proteção e o bem-estar de todos.

No ano fiscal de 2023, a companhia não registrou nenhum acidente de trabalho (fatal ou sério) em suas operações. Este resultado reflete o seu compromisso contínuo com a saúde e segurança dos colaboradores, evidenciado pela implementação eficaz do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional.

Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I)

GRI 405-1 | 406-1

O Comitê de Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I) da Ajinomoto do Brasil promove programas de liderança inclusiva, que visa criar um ambiente de trabalho mais inclusivo e acolhedor. No ano fiscal de 2023, houve a participação de 20 líderes.

Campanhas de Conscientização e eventos educacionais, como o Dia das Mulheres, Dia da Consciência Negra, Dia do Orgulho LGBTQIAPN+ e a Jornada de DE&I, com o apoio da consultoria Deloitte, vão ao encontro do objetivo de integrar a mentalidade de diversidade e equidade ao DNA da companhia. Isso inclui a realização de treinamentos regulares, a criação de políticas

inclusivas e o acompanhamento contínuo dos KPIs de DE&I para garantir o progresso contínuo.

Uma das principais metas do Comitê é alcançar 35% de mulheres em cargo de gestão até 2025. O resultado geral da Ajinomoto do Brasil já foi alcançado em 2023 atingindo 37%, isso reforça nossas energias para prosseguir e buscar patamares mais significativos. A companhia também busca alcançar o nível 3 no ranking de Diversidade, Equidade & Inclusão da Deloitte até o final do ano fiscal 2025 e até 2030 buscaremos atingir o nível 5, reforçando ainda mais o compromisso com esta dimensão

Nos últimos anos, houve crescimento da participação e engajamento dos colaboradores nas iniciativas de DE&I e na realização de campanhas de conscientização, acompanhadas de treinamentos e discussões, que reforçaram a inclusão na cultura corporativa.

Para os próximos anos, a companhia planeja continuar focando em educação, desenvolvimento de liderança inclusiva e aumento de grupos sub-representados em posições de liderança.



Saúde, Segurança e Qualidade de Vida

GRI 401-2 | 403-3 | 403-4 | 403-6

A iniciativa central da Ajinomoto do Brasil nessa área é o programa Saúde em Foco, que visa promover a saúde integral dos colaboradores, com foco na prevenção e no bem-estar. Abrange exames de saúde, educação nutricional (incluindo a iniciativa Alimentação para Vencer – Kachimeshi) e campanhas de conscientização como o Outubro Rosa, para prevenção ao câncer de

mama, e o Novembro Azul, relacionada ao câncer de próstata, entre outras.

O incentivo às atividades físicas também faz parte do programa, ao promover acesso a academias por meio dos benefícios *Wellhub* e a *Labor Gym*. Também há a promoção de campeonatos internos, como o de tênis de mesa, para promover a interação e a saúde

física, além de estimular a interação entre os colaboradores. A conscientização sobre a importância da saúde mental é realizada por meio do Setembro Amarelo.

A Ajinomoto do Brasil planeja continuar evoluindo as iniciativas de saúde, segurança e qualidade de vida por meio do monitoramento contínuo de KPIs, a

introdução de novas ações focadas em bem-estar, como programas de educação nutricional e atividades físicas, e o fortalecimento do suporte à saúde mental.

A companhia também continuará buscando atender às necessidades emergentes dos colaboradores, promovendo um ambiente saudável e seguro.

As principais ações que fazem parte deste planejamento são:



Indicadores de desempenho

Monitoramento contínuo de indicadores-chave de desempenho (KPIs) relacionados à saúde e bem-estar, analisando esses dados para ajustar e melhorar as iniciativas atuais.



Educação Nutricional

Expansão das iniciativas para promover hábitos alimentares saudáveis entre os colaboradores. Inclui a distribuição de materiais educativos e a introdução de mais opções de alimentação saudável nos refeitórios.



Saúde Mental

Reforço do suporte à saúde mental, ampliando o acesso a serviços de apoio psicológico e promovendo campanhas de conscientização sobre a importância do equilíbrio mental.



Bem-Estar

Continuação do investimento em melhorias nas instalações de bem-estar, como espaços de relaxamento, para garantir que os colaboradores tenham acesso a recursos que promovam uma vida saudável e equilibrada.



Meio Ambiente

54 Meio Ambiente: reduzir os impactos negativos e ampliar os positivos

Meio Ambiente: reduzir os impactos negativos e ampliar os positivos

Ao atuar na adoção de práticas cada vez mais sustentáveis, a companhia reduzirá os impactos negativos até 2030. Para 2050, o objetivo é ampliar a agenda de sustentabilidade (ESG), a fim de gerar impactos positivos e, desta forma, promover o bem-estar e atuar como agente de mudança, fomentando um ciclo regenerativo no mercado.

As práticas da companhia estão diretamente conectadas ao sistema alimentar global, considerando o impacto ambiental em toda a cadeia de produção de alimentos. Desde a extração de recursos naturais até a produção e retorno dos resíduos à natureza, a Ajinomoto do Brasil reconhece que tem responsabilidade em todo o processo. Esse tema, inclusive, ganhou relevância nas discussões globais sobre mudanças

climáticas a partir da COP 28 (Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas), uma vez que um terço das emissões globais de gases de efeito estufa está relacionado ao sistema alimentar.

O Departamento de Sustentabilidade foi criado em 2022 devido à crescente ênfase do Grupo nas questões ambientais e de responsabilidade social, conectando as iniciativas relacionadas ao meio ambiente distribuídas nas diferentes plantas e administradas pelo Sistema de Gestão Integrado (SGI). Portanto, a criação do departamento refletiu o objetivo de fortalecer as ações sustentáveis em todo o âmbito da companhia.

A área atua formando estratégias e diretrizes para alcançar as metas ambientais e sociais de acordo com o *Roadmap* 2030. Entre as principais frentes de trabalho estão a redução de gases de efeito estufa, a diminuição de perdas e desperdícios de alimentos, para redução de resíduos plásticos e o desenvolvimento de uma cadeia de suprimentos sustentável, além de soluções globais, como a participação na COP 30.

Para o público interno, a companhia realiza campanhas anuais de conscientização ambiental, especialmente durante

a Semana do Meio Ambiente, com temas como a circularidade de resíduos, consumo consciente, cadeia de suprimentos sustentável e perdas e desperdícios de alimentos. As iniciativas também incluem ações para a redução do uso de plástico, e a correta destinação de resíduos, incluindo eletrônicos.

COP 30

A Ajinomoto do Brasil atua de forma alinhada aos valores de desenvolvimento sustentável da Amazônia, com o objetivo de contribuir com a preservação do ecossistema local e desenvolver a bioeconomia. A parceria com a empresa Manioca, que por meio de um projeto socioambiental desenvolve a gastronomia na Amazônia, é um exemplo de como a companhia vem estreitando laços com a região. A participação ativa na COP 30, em 2025, que será sediada em Belém (PA), será uma grande oportunidade para a Ajinomoto reforçar a parceria com as empresas, promover o desenvolvimento local e demonstrar os seus compromissos com as ações de redução dos impactos causados pelas mudanças climáticas.



Clique aqui
Para saber mais
sobre a COP 30

Mitigação climática

GRI 3-3 | 201-2 | SASB FB-PF-410a.2 [tema material]

O impacto das mudanças do clima faz parte do planejamento estratégico da Ajinomoto do Brasil. Portanto, medidas como o controle de gases de efeito estufa (GEE), iniciativas de eficiência energética, além da redução da geração de resíduos, ajudam na mitigação climática e, ao mesmo tempo, favorecem a operação por meio da redução de custos operacionais.

O principal produto da companhia, o glutamato monossódico, apresenta uma baixa pegada de carbono em termos de emissões de GEE. Essa vantagem se deve ao uso eficiente de fontes de energia sustentáveis, como a biomassa, em substituição ao gás natural. O uso de biomassa tem se expandido nas operações para garantir a redução do consumo de gás natural.

Outro ponto de destaque é a meta de que todos os plásticos das embalagens dos produtos sejam recicláveis até 2030. Além da diminuição gradual deste material, a Ajinomoto do Brasil investe em tecnologias

de embalagens monomateriais, ou seja, que utilizam um único tipo de plástico em vez de camadas múltiplas, facilitando reciclagem.

Além disso, a companhia está automatizando os processos de produção como, por exemplo, no uso de fermentadores, visando diminuir o consumo de energia, oxigênio e produtos químicos. O melhor aproveitamento possível dos recursos, também é uma das principais prioridades. Uma das iniciativas bem-sucedidas foi a utilização de insumos produtivos provenientes do processo fermentativo como fertilizantes, que contribuiu para o reaproveitamento de 99,9% do resíduos gerados no ano fiscal 2023.

Neste quesito, a Ajinomoto do Brasil também atua junto à comunidade, apoiando cooperativas que trabalham com o “Programa Nacional de Resíduos Sólidos” para que os resíduos sejam recuperados do mercado – o que gera impactos positivos ambientais e sociais, uma vez que as cooperativas são fontes de trabalho e renda.



Redução de impactos ambientais

GRI 3-3 [tema material]

A Ajinomoto do Brasil dispõe de diversas frentes para reduzir os impactos ambientais da sua operação, tornando-a cada vez mais amigável com o ambiente ao longo do tempo, como parte da geração de valor para a sociedade e para o planeta.

Gases de efeito estufa (GEE)

A redução destes gases é fundamental para enfrentar as mudanças climáticas e seus impactos globais na biodiversidade, segurança alimentar e saúde das populações.

A companhia segue iniciativas e metas para diminuir a pegada de carbono.

O projeto para implementar caldeiras movidas a biomassa evitou a emissão de aproximadamente 4.000 toneladas de CO₂.

Iniciativas e oportunidades

- Avanço com a substituição de caldeiras de gás natural por caldeiras à biomassa nas fábricas e com a compra de energia elétrica de fontes renováveis;
- Processo circular de produção sustentável no país ([biociclo](#)). A fábrica de Laranjal Paulista (SP) é a única unidade do Grupo mundial com o processo circular avançado, em que a cana-de-açúcar também é moída e seus produtos utilizados no processo circular.

Compromissos assumidos até 2030

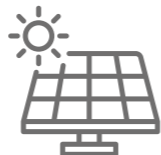
- Redução de 50% para os escopos 1 (produção) e 2 (energia), gerenciados pela Ajinomoto do Brasil, em relação aos resultados do ano fiscal 2018;
- 100% da energia proveniente de fontes renováveis para o escopo 2;
- Reduzir as emissões em 30% para o escopo 3 (Suprimentos e Logística), em relação aos resultados do ano fiscal 2018). Este escopo envolve a cadeia de valor e requer uma complexa interface com várias áreas da companhia.

Resultados do Ano Fiscal 2023*



62%

de redução na emissão dos gases de efeito estufa (escopos 1 e 2)



A companhia dispõe de **painéis de energia solar** nas unidades em Limeira (SP) e Pederneiras (SP) e no escritório na capital paulista.

*comparado ao ano fiscal 2018.



Energia

GRI 302-1 | 302-3 | 302-4 | SASB FB-PF-130a.1

No ano fiscal de 2023, a Ajinomoto do Brasil registrou um consumo total de 259.503.746 kWh de energia em suas operações, dividido entre energia direta e indireta. Do total, 1.034.615 kWh corresponderam a combustíveis fósseis (energia direta) usados nos processos industriais e transportes, enquanto os outros 258.469.131 kWh foram provenientes de eletricidade adquirida da rede pública, classificada como energia renovável.

Para monitorar o consumo energético, a companhia conta com um sistema de gestão que integra dados de diversas unidades de produção em tempo real, permitindo uma análise detalhada do consumo em cada etapa do processo. Isso possibilita ajustar rapidamente as operações para maximizar a eficiência energética.

Em linha com as demais metas de sustentabilidade, a companhia reduziu 9.214.433 kWh do consumo total de energia no ano fiscal de 2023 em comparação com o de 2022. Essa redução foi possível graças

a iniciativas como o Programa de Eficiência em Iluminação, que substituiu lâmpadas convencionais por LED em todas as unidades, resultando em uma economia de 9.214.433 kWh ao longo do ano.

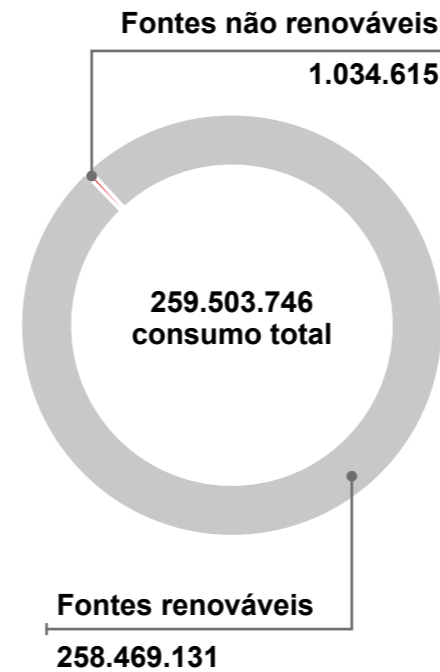
Após melhorias na seleção de fornecedores no mercado livre para compra de energia renovável, adesão do certificado iREC para as compras de energia *spot*. e instalação de placas solares em algumas plantas, o índice de energia renovável saltou para 99,6% no final do ano fiscal 2023, com previsão de atingir 100% de energia renovável no ano fiscal 2024.

Para reduzir o impacto gerado pelo consumo de energia, a Ajinomoto do Brasil também elevou o uso de fontes de energia renovável. Em 2023, 99,6% da energia elétrica utilizada foi adquirida de fontes renováveis, como parques eólicos e solares. Além disso, gradativamente, a companhia está mudando a matriz de geração de vapor de combustíveis fósseis para renováveis, com o uso de biomassa (cavaco de madeira e

bagaço de cana) reduzindo aproximadamente 62% das emissões de CO₂ comparado ao ano fiscal 2018.

No ano fiscal de 2023, a companhia registrou uma intensidade energética de 2,5 GJ por tonelada de produto fabricado. Este indicador reflete o

Iniciativas de eficiência energética | em Kw/h



consumo total de energia dividido pelo volume de produção, permitindo avaliar a eficiência energética do nível de produção. A intensidade energética foi calculada considerando tanto a energia elétrica de fontes não renováveis quanto a energia elétrica renovável, proveniente da eletricidade adquirida da rede pública e geração interna. O consumo total de energia foi de 259.503.746 kWh, distribuído em uma produção de 253.748 toneladas de produtos, resultando na média de 1.203 kWh/tonelada.

A Ajinomoto do Brasil também continuará investindo em novas tecnologias e programas de eficiência energética para a emissão de CO₂ (50% das emissões dos escopos 1 e 2) até 2030. Com o avanço das ações, já foi alcançado 62% da redução. A estratégia inclui a expansão do uso de energias renováveis e o fortalecimento de práticas de eficiência nas fábricas, contribuindo para os objetivos de descarbonização e para a conservação dos recursos naturais.

Água

GRI 2 -27 | 303-1 | 303-2 | 303-3 | 303-4 | SASB FB-PF-140a.3

A companhia utiliza a água como um recurso essencial para seus processos produtivos, consumo humano e atividades de limpeza, captado de corpos hídricos superficiais e subterrâneo. Reconhecendo a água como um recurso compartilhado e valioso para as comunidades e o ecossistema, adota uma matriz para identificar e avaliar os riscos de escassez hídrica e os impactos ambientais associados ao uso da água, bem como ações para mitigá-los, e uma meta para a redução do consumo deste recurso natural.

Em 2023, o volume total de água captado foi de 3.813.225 m³. O recurso foi obtido de diversas fontes, sendo 3.177.409 m³ provenientes de corpos hídricos superficiais, 629.220 m³ de águas subterrâneas e 6.597 m³ fornecidos por terceiros.

Resultados do Ano Fiscal 2023



76%

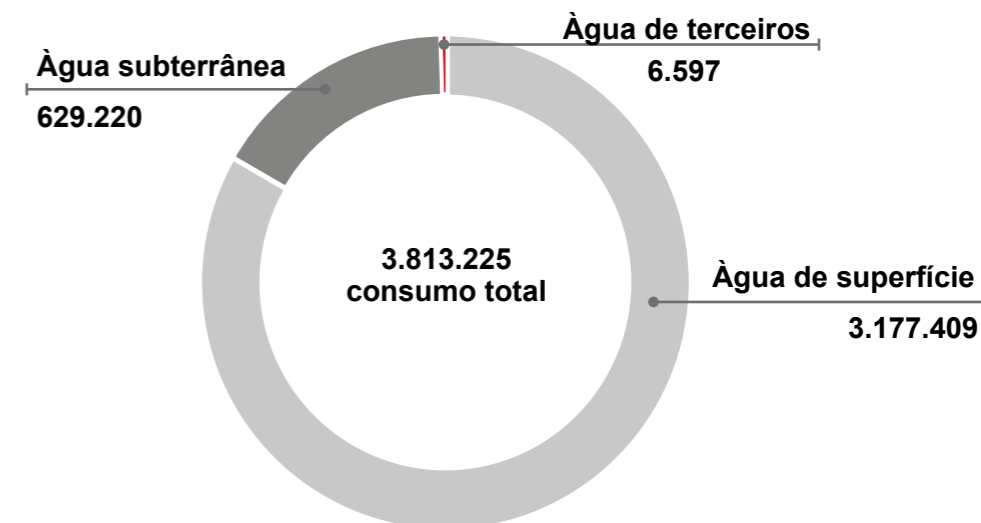
de redução do consumo de água*
Com a implementação de mudanças nas fontes de vapor, troca de equipamentos, otimização de processos e ações educacionais de conscientização.

*comparado aos resultados do ano fiscal 2005

A Ajinomoto do Brasil gerencia de forma rigorosa o tratamento e o descarte de toda a água utilizada nos processos operacionais. Em 2023, a organização descartou, no total, 2.984,41 m³ de água de superfície. O efluente e o esgoto gerados são tratados nas estações de internatas antes de serem liberados em corpos hídricos, assegurando que a qualidade do efluente tratado reduza significativamente os impactos ambientais e preserve a saúde dos ecossistemas. O monitoramento e a análise de qualidade do efluente são realizados com base no Decreto Estadual 8468/76 e na Resolução CONAMA 430/11, garantindo a conformidade com os parâmetros ambientais estabelecidos pela legislação.

A matriz de gestão de água da companhia estabelece padrões de qualidade rigorosos para o descarte, incluindo limites para metais e outros contaminantes, que são mais restritivos do que as exigências da legislação nacional. Esses padrões são monitorados e revisados continuamente, permitindo garantir a conformidade com regulamentações locais e padrões globais da matriz.

Volume total de água captada por fonte | em m³



Iniciativas e oportunidades

- Mais de 80% do vapor utilizado nas linhas de produção é produzido por meio de biomassa (bagaço da cana e cavaco de madeira);
- O tratamento dos efluentes segue parâmetros internacionais definidos pela matriz no Japão, mais rigorosos do que a legislação brasileira.

Metas até o ano fiscal de 2030

- Reduzir o consumo de água em 76% (em relação aos números de 2005).

Desperdício de alimentos

O desperdício de alimentos é um dos principais desafios enfrentados pelas indústrias do setor. Combatê-lo pode gerar cadeia de suprimentos mais eficiente e sustentável, contribuir para a preservação do meio ambiente e fortalecer a economia e a segurança alimentar. A companhia desenvolve programas para evitar o desperdício de alimentos e tem meta de reduzir 50% das perdas até 2025, em relação a 2018 além de valorizar os alimentos desperdiçados..

Iniciativas e oportunidades

- O Programa de Excelência Operacional atua na redução de diversos tipos de perdas, aumentando a eficiência e eficácia de todos os processos da organização;
- Manutenção de parceria para destinação correta dos resíduos com a Ambipar. Não há nenhuma destinação a aterros sanitários.

Metas até o ano fiscal de 2025

- Reduzir mais de 50% das perdas (em relação ao ano fiscal de 2018).

Resultados do Ano Fiscal 2023



57%

de redução do desperdício de alimentos

Resíduos plásticos

GRI 301-3 | 306-2 | SASB FB-PF-410a.2

A Ajinomoto do Brasil visa substituir todos os plásticos não recicláveis utilizados atualmente nas embalagens por recicláveis até 2030. Para alcançar este objetivo, implantou o Projeto Zero em 2020, entre outras iniciativas que visam mitigar o impacto ambiental deste tipo de material.

Iniciativas e oportunidades

- Entre as ações implantadas desde o ano fiscal 2020 está o Projeto Zero, que tem como objetivo diminuir o uso de plásticos por meio da redução da gramatura dos filmes plásticos e do tamanho das embalagens.

Metas até o ano fiscal de 2030

- Substituição de 100% dos plásticos não recicláveis por recicláveis.





Compromisso com a biodiversidade

GRI 304-1 | 304-2

A companhia tem um forte compromisso com a proteção da biodiversidade e a gestão responsável das operações. As unidades operacionais são localizadas em diferentes regiões, algumas próximas a áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade, que são essenciais para a conservação dos ecossistemas.

Unidades operacionais em áreas sensíveis: algumas unidades operacionais são situadas nas adjacências de áreas de proteção ambiental. Por exemplo, a planta em Limeira (SP) está próxima a uma reserva ambiental, o que leva a companhia a adotar práticas rigorosas para minimizar os impactos em habitats sensíveis. Medidas de gestão ambiental implementadas garantem que as operações não comprometam a integridade desses ecossistemas.

Impactos identificados e mitigação: a Ajinomoto do Brasil reconhece que suas atividades, produtos e serviços podem ter impactos significativos na biodiversidade. Para mitigá-los, realiza avaliações de impacto ambiental para identificar e gerenciar os riscos associados. As práticas incluem:

1. Monitoramento de ecossistemas: monitoramento contínuo das áreas adjacentes às operações para avaliar a saúde dos ecossistemas e a presença de espécies nativas. Esse monitoramento ajuda a ajustar as práticas conforme necessário;

2. Conservação de espécies: parceria com organizações locais com o objetivo de preservar espécies ameaçadas;

3. Educação e conscientização: programas de educação ambiental para os colaboradores e a comunidade, enfatizando a importância da biodiversidade e a necessidade de proteger os ecossistemas locais.

Essas iniciativas refletem o compromisso da companhia em operar de maneira responsável e sustentável, garantindo que as atividades respeitem e contribuam para a preservação da biodiversidade. A Ajinomoto do Brasil continuará a integrar considerações ambientais em sua operação, visando minimizar impactos e promover a sustentabilidade em todas as áreas em que atua.



Cadeia de suprimentos

GRI 3-3 | 2-27 | 204-1 | 308-1 | 308-2 | 416-1 | SASB FB-PF-410a.2 | SASB FB-PF-430a.2 [tema material]

A cadeia de suprimentos é especialmente destacada na dimensão Governança da Narrativa ESG da companhia, que tem aproximadamente 3.000 fornecedores no Brasil.

O Grupo global formulou diretrizes para aquisição de suas matérias-primas principais, que estabelecem políticas de aquisição até 2030 tanto dentro quanto fora da organização. A companhia também busca adquirir matérias-primas sustentáveis, estabelecer a própria rastreabilidade e auditoria, e adotar outras medidas que suportam a gestão sustentável na cadeia de valor.

No ano fiscal de 2023, a Ajinomoto do Brasil contratou 865 novos fornecedores em todo o Brasil, abrangendo áreas como matéria-prima, embalagens, serviços e transportes.



3 mil
fornecedores

865
novos fornecedores em 2023

Todos foram selecionados e avaliados com base em critérios ambientais rigorosos, incluindo a conformidade com as regulamentações, práticas de gestão de resíduos e o uso eficiente de recursos.

Esse processo de avaliação busca garantir que os parceiros comerciais compartilhem os valores de sustentabilidade ambiental da companhia. Além disso, na visão da Ajinomoto do Brasil, para garantir fornecedores com condutas éticas, é necessário fazer negócios e consumir de parceiros que mantenham a transparência dos seus processos.

A companhia prioriza o fortalecimento da economia local por meio da seleção de fornecedores que operam nas comunidades onde está inserida. No ano fiscal de 2023, 81% dos gastos totais foram alocados a fornecedores locais. Isso permite estabelecer relações mais próximas com os parceiros comerciais e promover a responsabilidade social.

Entre as ações futuras relacionadas à cadeia de suprimentos, estão o mapeamento para que se possa garantir as práticas éticas e a realização de auditorias com os fornecedores, de forma a validar fisicamente o questionário das empresas sobre as suas práticas.

Iniciativas e oportunidades

- Parcerias com os fornecedores.

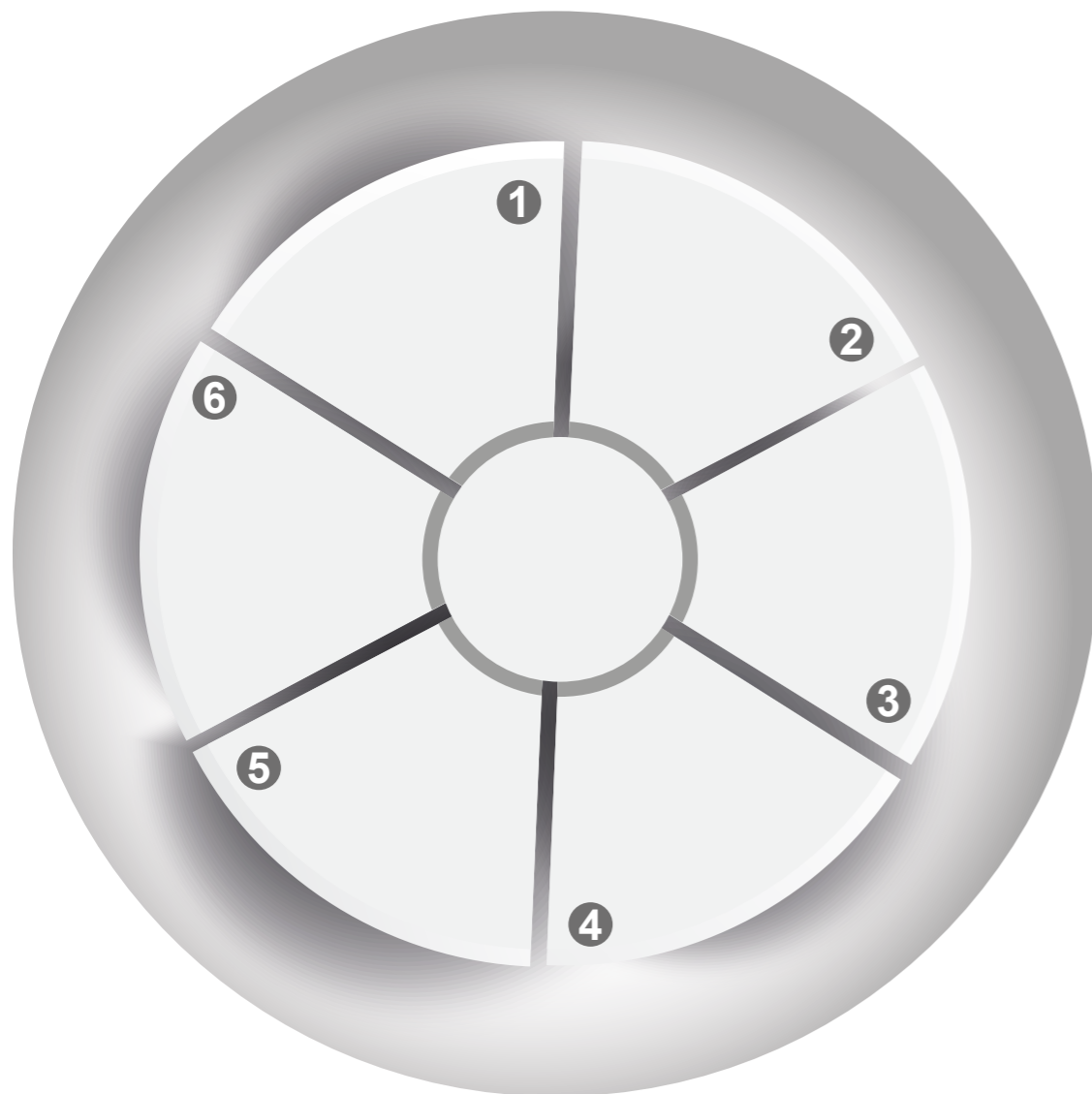
Metas até o ano fiscal de 2030

- Garantir que 100% da cadeia de suprimentos das matérias-primas de maior impacto ambiental seja sustentável.

Em 2023, 81% dos gastos totais foram alocados a fornecedores locais, fortalecendo a economia local e promovendo a responsabilidade social.



Fluxo da Cadeia de Suprimentos



página interativa,
clique nos ícones
para navegar

Práticas trabalhistas éticas

GRI 408-1 | 409-1 | 414-1

A Ajinomoto do Brasil adota uma postura firme contra o trabalho infantil e análogo ao escravo em todas as suas operações e ao longo de sua cadeia de suprimentos. A política de combate ao trabalho infantil está alinhada às convenções internacionais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e à legislação brasileira, garantindo que todas as atividades sejam conduzidas de forma ética e responsável.

A companhia realiza uma avaliação rigorosa dos fornecedores, priorizando critérios que incluem práticas trabalhistas éticas. No período do relato, não foram identificados casos de risco significativos de trabalho infantil ou análogo ao escravo nas operações nem entre fornecedores avaliados. Esse resultado é reflexo do processo robusto de due diligence, que inclui auditorias regulares, monitoramento contínuo e cláusulas contratuais que obrigam esses parceiros a seguir práticas que respeitem os direitos humanos e laborais.

Além disso, há a promoção de iniciativas de conscientização e capacitação, tanto internamente quanto dos parceiros comerciais, para fortalecer a cultura de respeito às leis trabalhistas e os direitos da criança. A companhia continua a monitorar a cadeia de valor para assegurar que todos os envolvidos nos processos produtivos atuem de acordo com os mais elevados padrões de responsabilidade social.



Qualificação de fornecedores

GRI 2-6 | 2-27

Os fornecedores de produtos e serviços da Ajinomoto Brasil são qualificados através de uma sistemática bem definida pela organização. Esse processo inclui uma seleção rigorosa e a contínua avaliação de distribuidores de produtos acabados em suas respectivas áreas de atuação. A qualificação dos fornecedores é estruturada com base em uma abordagem sustentável e eficiente, que leva em consideração o fluxo de insumos, processos e produtos acabados.

Além disso, a Ajinomoto do Brasil incorpora aspectos de governança e conformidade em sua avaliação, assegurando que todos os fornecedores atendam aos altos padrões éticos e legais da empresa. A empresa prioriza práticas que promovam a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade social ao longo de toda a cadeia de suprimentos.

Os fornecedores são também incentivados a adotar práticas inovadoras e tecnológicas que contribuam para a eficiência operacional e a minimização dos impactos ambientais. Periodicamente, a Ajinomoto Brasil realiza auditorias e monitoramentos contínuos para garantir que os fornecedores mantenham a transparência e a conformidade com as políticas estabelecidas.

Aspectos de Governança e Conformidade

- **Critérios de Seleção de Fornecedores:** Os fornecedores da Ajinomoto são avaliados por seus compromissos com critérios ESG (ambientais, sociais e de governança), cumprindo normas de responsabilidade social e sustentabilidade.
- **Certificações e Conformidade:** A empresa solicita que seus fornecedores cumpram certificações como ISO 14001 (gestão ambiental), ISO 9001(qualidade), além de normas de segurança alimentar como a FSSC 22000. Saúde e Segurança (ISO45001) e Responsabilidade Social, através das auditorias SMETA.

Logística reversa e economia circular

Desde 2012, a companhia tem sido protagonista em iniciativas de logística reversa, com apoio a cooperativas de catadores no Brasil, em atendimento a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Esses projetos têm como objetivo aumentar a capacidade de triagem de materiais recicláveis, promovendo uma economia circular. Além disso, também trabalha com recicladoras para reaproveitar resíduos, buscando inserir esses materiais em um ciclo sustentável.

Biociclo: modelo produção sustentável

GRI 3-3 | 301-2 | 306-1 | 306-2 [tema material]



O propósito da companhia demonstra fortemente o desenvolvimento de produtos e a sua produção à sustentabilidade ambiental. Um dos exemplos é a transformação de resíduos gerados na fabricação de aminoácidos em co-produtos, por meio do processo circular de produção sustentável.

O glutamato AJI-NO-MOTO® e outros aminoácidos da marca são produzidos

por meio da fermentação de derivados de cana-de-açúcar (corresponde a 30% da matéria-prima utilizada pela companhia). Os resíduos gerados por este processo, ricos em nutrientes, são transformados em insumos úteis como fertilizantes para diversas culturas, que enriquecem o solo e estimulam o crescimento das plantas. Os fertilizantes líquidos são aplicados pelos produtores que fornecem derivados de açúcar para

a companhia, nas culturas de cana-de-açúcar, melhorando a qualidade do solo e completando o biociclo.

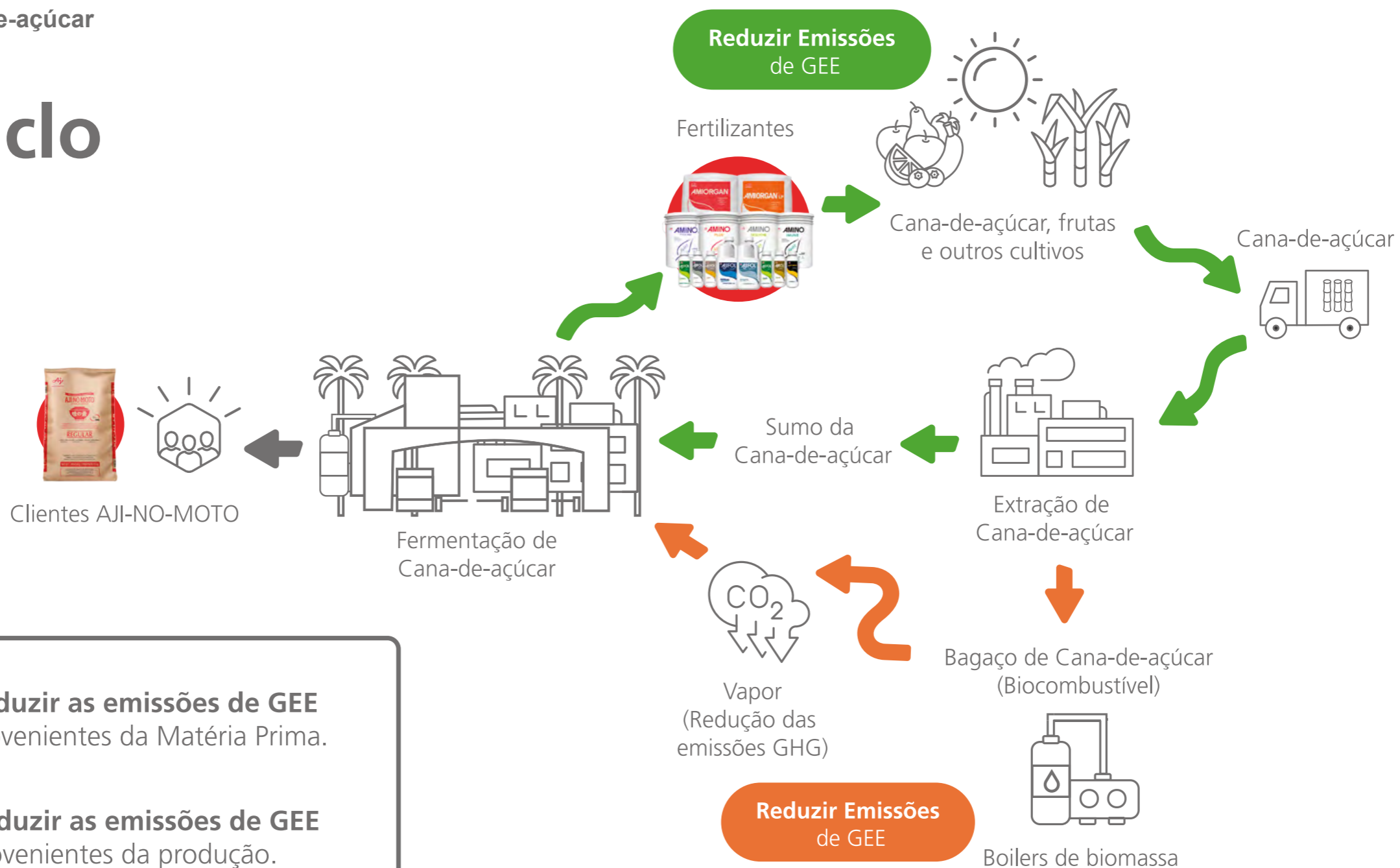
A taxa de conversão de resíduos da produção do glutamato monossódico da Ajinomoto do Brasil por meio do biociclo é próxima a 100%. Esta prática permite reduzir as emissões de gases de efeito estufa associadas à produção de fertilizantes

químicos tradicionais e apoiar a agricultura regenerativa e sustentável.

Além de o caldo da cana de açúcar ser reaproveitado como fertilizante, o bagaço da cana é queimado para gerar vapor, que alimenta as caldeiras de biomassa, como parte deste sistema de reaproveitamento de recursos.

Biociclo da cana-de-açúcar

Biociclo



➔ Reduzir as emissões de GEE provenientes da Matéria Prima.

➔ Reduzir as emissões de GEE provenientes da produção.



Impacto social

68 Nutrição como pilar do impacto social

Nutrição como pilar do impacto social

GRI 3-3 [tema material]

A Ajinomoto do Brasil atua para melhorar a expectativa de vida saudável das pessoas, oferecendo produtos que agregam na composição da dieta equilibrada, e promove educação e treinamento sobre alimentação balanceada e nutrição esportiva. Essa atuação se direciona para os públicos de interesse externos, por meio dos programas sociais, e para os colaboradores, pelos programas internos.



O objetivo da companhia é melhorar a expectativa de vida das pessoas oferecendo produtos que agregam no equilíbrio da dieta e na saúde. Portanto, produz suplementos e insumos para medicamentos no portfólio de aminoácidos com foco neste objetivo.

A cada novo projeto de desenvolvimento de produtos, procura oferecer maior valor nutricional.

Uma preocupação da marca é a quantidade insuficiente de proteína nas dietas e com a falta de acesso à proteína de alta qualidade da população. Ao desenvolver produtos que promovem o aumento da ingestão de aminoácidos, contribui para a formação das proteínas no organismo e a regulação da maioria das funções essenciais do corpo.

Os aminoácidos e seus derivados produzidos pela marca são obtidos a partir de matérias-primas de origem não-animal, processados com base em rigorosos padrões de qualidade, que se refletem na qualidade e no elevado grau de pureza dos produtos. Os processos de produção são padronizados e reconhecidos por certificados globais, garantindo a origem e a procedência dos ingredientes e a segurança dos alimentos.

O melhor dos dois mundos

Além do investimento em produtos com maior valor nutricional, agradar o paladar também é uma questão central para a marca. Os aminoácidos, portanto, têm o poder de cumprir este duplo papel.

A combinação e proporção dos aminoácidos, como por exemplo, o glutamato e o aspartato, contribuem de forma significativa para realçar o sabor dos alimentos de forma saudável.

O glutamato monossódico e outros realçadores de sabor da marca permitem aos consumidores prepararem refeições mais saborosas e com menos sal, por exemplo. Um dos produtos, o AJI-NO-MOTO, que usa o glutamato monossódico, responsável pelo umami, o chamado “quinto gosto”, adicionalmente ao doce, salgado, amargo e azedo. No país, a companhia obtém o glutamato monossódico por um processo de fermentação da cana-de-açúcar.



Conscientização nutricional no trabalho

A Ajinomoto do Brasil, como uma empresa de alimentos, reconhece particularmente a importância de melhorar a nutrição no local de trabalho. Por isso, também se dedica a melhorar a conscientização nutricional dos colaboradores.

A iniciativa Você em Equilíbrio estimula a consciência em relação à saúde e a adoção de hábitos de vida saudáveis dentro da companhia, com atividades durante todo o ano. O equilíbrio que dá nome ao programa está presente desde o menu nas fábricas, com o programa Alimentação para Vencer

– Kachimeshi, até a pesquisa anual de Qualidade de Vida, que aborda o tema por meio da rotina dos colaboradores.

A nutrição faz parte da atenção dedicada à saúde dos profissionais, que inclui avaliação médica e psicológica, e exames complementares, na promoção de mais saúde e bem-estar. A companhia também promove palestras e conteúdos sobre saúde física e mental com o Time Ajinomoto, composto por atletas olímpicos e paralímpicos apoiados pela marca.

Responsabilidade Social e Impacto Local

GRI 3-3 [tema material]

A área de Responsabilidade Social, no Departamento de Comunicação, é responsável por desenvolver estratégias para ações e projetos corporativos que envolvam a comunidade e os colaboradores, incluindo as leis de incentivo fiscal, bem como o Instituto Ajinomoto e o Projeto Vitória.

Com base na filosofia da companhia, Alimente-se Bem, Viva Bem, a área assume papel central na definição e implementação dessas ações, utilizando o conhecimento técnico, científico e humano da marca para garantir que a companhia mantenha um relacionamento ativo com as comunidades em que atua e a sociedade em geral, gerando impacto social positivo. A colaboração com a área de Sustentabilidade entrelaça as iniciativas nas áreas social e ambiental.

A área de Responsabilidade Social aprova e responde pela estratégia de atuação do Instituto Ajinomoto, que desenvolve o seu próprio plano estratégico. Os diretores da companhia fazem parte da diretoria do instituto e aprovam as estratégias anuais em reuniões separadas. O Instituto é presidido pelo Presidente da Ajinomoto do Brasil, Shigeo Nakamura.

Impactos em três pilares



Instituto Ajinomoto

O Instituto Ajinomoto é o principal veículo de relacionamento da empresa com as comunidades. Sua função é promover o bem-estar social por meio das tecnologias e do conhecimento que a companhia possui, como o uso de aminoácidos, levando esses recursos às comunidades e as empoderando para que tomem decisões consistentes e sustentáveis.

Para reforçar seu compromisso com a responsabilidade social, a Ajinomoto do Brasil se associou ao Instituto Ethos, a fim de atuar com base em indicadores mais robustos e alinhar a estratégia do Instituto Ajinomoto a esses indicadores, fortalecendo assim a sua narrativa junto à sociedade. Essa aproximação visa aumentar a efetividade das iniciativas e alinhá-las ainda mais os com os objetivos da companhia e às demandas sociais do país.



Clique aqui
Para saber mais sobre
o Instituto Ajinomoto

Principais iniciativas sociais

GRI 201-3 | 203-1 | 203-2 | 413-1 | 413-2

- Projetos de leis de incentivo fiscal com foco em crianças de 6 a 12 anos promovem alimentação equilibrada, esportes, cuidados com o corpo e nutrição. Desde 2014, a companhia investe neste tipo de projeto, principalmente nos beneficiados pela Lei Rouanet e pelo Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (Fumcad). Desde então, impactou mais de 7.000 crianças de escolas públicas até dezembro de 2023
- O Programa Jovens *Chefs*, voltado para a formação profissional de jovens de 14 a 23 anos, compartilha informações sobre os produtos, redução de sódio, alimentação balanceada, conceito *Kachimeshi* e umami. Desenvolvido desde 2016 em parceria com organizações sociais que atuam em comunidades em São Paulo, como Viva Melhor (bairro do Socorro), Casa do Zezinho (bairro do Capão Redondo), AFESU (municípios de Cotia e Diadema), formou 804 jovens até dezembro de 2023.
- O Programa Conectar promove mentoria para jovens e empreendedores de gastronomia e leva informações a respeito da alimentação balanceada, umami e redução de sódio. Pode ser aplicado a qualquer público de interesse da companhia.





- Projeto Retalhar: geração de renda por meio da reciclagem de fibra de algodão e fornecimento de cobertores para população vulnerável. Desde o lançamento, gerou 15 oportunidades de trabalho na empresa parceira. e já distribuiu 2.750 cobertores considerando 2023 e 2024, apenas em 2023 foram 1250 cobertores distribuídos em 5 cidades.
- O apoio à inclusão social por meio do esporte ocorre por meio do patrocínio ao Clube Inclusivo de Limeira desde 2011, pelo qual fortalece a organização social disponibilizando conhecimento sobre ferramentas de gestão e também por meio de participação em eventos.
- Fortalecimento de cooperativas de reciclagem, através de suporte a gestão e investimento em infraestrutura, aumentando a capacidade de reciclagem e geração de renda.
- *Trade* comunidades: compra de brindes que utilizam materiais recicláveis, produzidos pela força de trabalho local, em apoio à economia da comunidade e às práticas de consumo consciente. Geram um aumento estimado de 20% na renda familiar, impulsionando a economia local.

Projeto Vitória alia tecnologia à performance esportiva

Iniciativa global do Grupo Ajinomoto desde 2003, o Projeto Vitória oferece apoio a atletas e delegações olímpicas e paralímpicas, bem como outras organizações esportivas. No Brasil, mantém o Time Ajinomoto desde 2019, composto atualmente por 17 atletas, com o suporte do Comitê Olímpico do Brasil (COB) e do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB) e outras associações.

O Projeto tem como pilar o programa de educação nutricional da marca – Programa Alimentação para Vencer – *Kachimeshi*® – e visava inicialmente incentivar a alimentação balanceada e saborosa para os atletas, considerando a nutrição como parte importante do seu condicionamento, a fim de melhorar as suas performances.

O propósito se ampliou e, atualmente, com esta iniciativa, a companhia visa contribuir com a extensão da vida saudável de todas as pessoas, levando conhecimento sobre alimentação balanceada e incentivando o esporte e o descanso adequado para toda a população.

- Apoio às comunidades locais para atender necessidades pontuais, como compra de materiais escolares e didáticos, suprimentos e produtos de higiene e limpeza. Inclui incentivo a projetos relacionadas às cidades onde a companhia opera. Entre os exemplos, estão concursos literários, estação de separação de lixo e atendimento a vítimas de enchentes e desabamentos.
- Programa de Voluntariado AJIBEM: O trabalho voluntário é uma ferramenta de impacto social relevante para a Ajinomoto do Brasil. Desde a implantação em 2014, 2.000 voluntários participaram do programa, em mais de 310 ações. Uma das principais iniciativas é o *Clean up Day*. Um dia por ano é reservado para contribuir com a sociedade com atividades como, por exemplo, pintura e limpeza de escolas e de outras instalações na comunidade. Cada unidade da companhia possui comitê de voluntariado composto por representantes que funcionam como pontos de contato com a comunidade, promovendo o alinhamento das necessidades locais aos objetivos corporativos.





Perspectivas

75 Perspectivas e oportunidades



Perspectivas e oportunidades

Com uma operação robusta no país, baseada na geração de valor compartilhado ASV e guiada pelo *Roadmap 2030* do Grupo global, a Ajinomoto do Brasil planeja, para próximos anos, intensificar as suas ações voltadas à sustentabilidade e à redução de emissões de gases de efeito estufa, além de fortalecer parcerias com governos e organizações para atingir metas climáticas globais.

A companhia espera contribuir para tornar a agricultura e pecuária do país mais amigáveis com o meio ambiente,

especialmente pelo fato de o Brasil ser um grande país agrícola. Para isso, os principais caminhos são a expansão do negócio de bioestimulantes (fertilizantes especiais) e a introdução do AjiPro-G .

Além disso, a Ajinomoto do Brasil busca expandir seu portfólio de produtos e impulsionar a transformação digital para melhorar os processos e atender às demandas de consumidores cada vez mais conscientes e exigentes.

Os desafios nas principais áreas de crescimento da Ajinomoto do Brasil também estão vinculados às estratégias globais. Um dos principais temas do WIB (*Wellness in Brazil*) é Agricultura Sustentável e Sistema Alimentar, o que levou à sua seleção como um *Global A-starter*, reconhecimento dado pela matriz pelas boas práticas.

Para alcançar os futuros objetivos, o sistema de desenvolvimento em alta velocidade será fortalecido, bem como a cultura de desafios com um saudável senso de crise.

Perspectivas e oportunidades de mercado

