

## Projeto Trade Comunidade integra artesãos regionais à rede de fornecedores da indústria de alimentos

*Ajinomoto do Brasil fortalece rede sustentável de fornecedores e contribui na preservação de culturas com participantes de várias partes do país*



**São Paulo, junho de 2023** – O artesanato sempre foi uma paixão na vida de Maria Lúcia Delgado, conhecida como Malú, de 49 anos. A artesã enaltece o impacto positivo do Projeto Trade Comunidades da **Ajinomoto do Brasil**, líder global na produção de aminoácidos e fabricante de produtos conhecidos pelos brasileiros, como os temperos **SAZÓN®**, as sopas **VONO®** e os refrescos **MID®**, na profissionalização do seu trabalho.

Com abrangência nacional o projeto tem como objetivo buscar e integrar pequenos artesãos de diversas regiões à rede de fornecedores e distribuidores da Ajinomoto. Ao participarem do programa, os artesãos, além de fecharem um contrato de fornecimento de materiais promocionais e brindes, podem receber assistência para fomentar seu negócio.

Malú conta que o fascínio pelo trabalho artesanal começou ainda quando criança e recorda do estojo de madeira decorado que a acompanhava na ida à escola. O que no início era somente admiração foi, aos poucos, se tornando um ofício com um tipo diferente de madeira – *Medium Density Fiberboard*, o conhecido MDF.

Com o início da pandemia em 2020, suas produções tiveram que parar, e toda a ajuda que recebia vinha do governo. Mas foi neste processo que a artesã também descobriu a solidariedade humana. “Eu posso dizer sem dúvidas que o Projeto Trade Comunidades da Ajinomoto, quando se aproximou de mim, salvou minha vida”, conta com voz emocionada.

Em 2021, em meio a dificuldades financeiras, o pessoal do Projeto, então em fase embrionária, a convidou para apresentar suas produções, que, além de terem valor histórico e cultural, estavam alinhadas às necessidades da **Ajinomoto do Brasil**. “Eles

me pediram 5 mil peças para acomodar produtos **SAZÓN®** no mercado. Tive que mobilizar cinco famílias, além de pedir ajuda com maquinário para conseguir entregar essa demanda”, afirma Malú. Apesar do esforço, Malú compartilha a ótima experiência: “Estava todo mundo desanimado na época, mas esse pedido nos incentivou a continuar”.

A participação no Projeto não termina com a entrega da demanda. Sonia Maria Scarpanti e Roseli dos Santos, que fazem parte da Associação Fibras da Serra já há algum tempo, falam sobre a importância do Trade Comunidades da Ajinomoto para o ofício delas. A associação, com sede em Rio Grande da Serra (SP), uniu várias mulheres com interesse compartilhado em criar algo sustentável, o que direcionou sua atenção para a fibra de bananeira, que acabou sendo descartada depois do fruto ser retirado.

Com o auxílio do SEBRAE, elas estudaram as formas de uso dessa fibra. E sempre procuraram ter impacto na região – mesmo durante a pandemia, costuraram máscaras para serem doadas em um período que o artigo mais precisava ser utilizado. Quando o Trade Comunidades chegou, a Associação estava bem estruturada, mas o trabalho do projeto foi além da renda. “Estávamos paradas devido à pandemia, então o Projeto chegou em boa hora”, conta Roseli. Ao dar um “gás” nas artesãs para mexer novamente com a fibra, elas puderam divulgar e criar um portfólio com suas produções.

Com a expansão do projeto, a iniciativa da **Ajinomoto do Brasil** chegou à comunidade de Muquém de São Pedro, cidade de Cariré, Ceará. Por lá, Francisca das Chagas Lopes, veterana no negócio da palha de carnaúba, foi outra beneficiada pelo Projeto.

De acordo com Chaguinha, como Francisca é conhecida, “quando a Ajinomoto chegou aqui, era tudo diferente; quem vê o antes e o depois nem acha que é o mesmo lugar”. Ela, que viu a pequena vila receber energia elétrica, água e internet, lembra dos tempos que não era tão bom de viver na região. Lembrou de quando era pequena e aprendeu a mexer com a palha da carnaúba, técnica passada de geração para geração, e conseguia pequena renda extra com a venda de chapéus.

Sua comunidade começou a ganhar fama com a chegada de uma empresa de destilados, mas ela cita o Trade Comunidades como um grande impacto. “Depois que a Ajinomoto começou a trabalhar com a gente, melhorou muita coisa. De acordo com a artesã, o Projeto fez com que o manejo com a carnaúba, antes visto como barato e de pouca importância, fosse valorizado e se tornasse um bem importante para turistas e comércio.

Idealizado pela área de Trade, da **Ajinomoto do Brasil**, o Trade Comunidades foi reconhecido pelo Sebrae Nacional e a sociedade civil como o melhor Ecosistema de Impacto, na 3ª edição do Prêmio Impactos Positivos, realizado em dezembro de 2022, em São Paulo. A vitória foi recebida por Ubiratan Souza, um dos idealizadores do projeto, representante da Ajinomoto na cerimônia e membro da equipe de Trade Marketing, liderada por Juliana Caro.

“Ter o reconhecimento da sociedade civil e do SEBRAE foi muito importante, pois isso nos permite ter mais alcance e, conseqüentemente, ter a possibilidade de impactar mais

pessoas. O nosso projeto é um exemplo concreto de nossos valores e o nosso objetivo é expandi-lo, por meio da mobilização e engajamento de colaboradores e parceiros de negócios”, enfatiza Juliana.

Valorizando a diversidade da cultura no Brasil, o Projeto Trade Comunidades deseja expandir suas conexões e chegar a comunidades e artesãos que estão ajudando a conservar a história, a cultura e a natureza do nosso país. Para fazer parte do projeto, é preciso inscrever-se através do e-mail: [time\\_trade@br.ajinomoto.com](mailto:time_trade@br.ajinomoto.com).

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

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto é uma multinacional japonesa e referência mundial em aminoácidos. A empresa oferece produtos de qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Atualmente, a unidade brasileira é a terceira mais importante do Grupo Ajinomoto fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e dos Estados Unidos. A linha de produtos da empresa voltada ao consumidor é composta pelo tempero umami AJI-NO-MOTO®, AJI-SAL®, Tempero SAZÓN®, Caldo SAZÓN®, SAZÓN® Tempera & Prepara, RECEITA DE CASA™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO®, VONO® Proteína e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e MID ZERO™, o azeite de oliva extra virgem TERRANO®, o azeite de oliva tipo único TERRANO® e a linha TERRANO® Veggie Burger, o SATIS!® Molho Shoyu, além de aminoVITAL® GOLD e aminoVITAL® GOLD DRINK MIX, produtos compostos por nove aminoácidos essenciais para a recuperação de atletas e entusiastas do esporte. No Brasil, a companhia também atua no segmento de food service (alimentação fora do lar). Com quatro unidades fabris, localizadas no estado de São Paulo, nas cidades de Limeira, Laranjal Paulista, Valparaíso e Pederneiras, e sede administrativa na capital, emprega cerca de 3 mil funcionários e atende tanto ao mercado interno como ao externo. O Grupo Ajinomoto obteve faturamento global de US\$ 10,2 bilhões e nacional de R\$ 3 bilhões no ano fiscal de 2021. Atualmente, está presente em 36 países, possui 120 fábricas e cerca de 33 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

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

Race Comunicação

[imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br](mailto:imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br)

Milene Rolan – Cel.: (11) 99246-5780

Jones Araújo – Cel.: (71) 99347-1217

Ana Luiza Rigatto – Cel.: (11) 93373-9074

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746

