

Debate sobre alimentação no Brasil avança pela busca de mais qualidade à mesa

No Dia Mundial da Alimentação, especialista da Ajinomoto do Brasil destaca que o aproveitamento integral dos alimentos pode contribuir com a insegurança nutricional no país



São Paulo, outubro de 2025 – O Dia Mundial da Alimentação, celebrado em 16 de outubro, traz à tona um dos principais desafios de saúde pública no Brasil, o de garantir não apenas o acesso à comida, mas a uma alimentação de qualidade. Dados do relatório VIGISAN, desenvolvido pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (PENSSAN), mostram que cerca de 24% dos lares brasileiros enfrentam algum nível de insegurança alimentar, em que a dificuldade de acesso a uma dieta diversificada e balanceada, muitas vezes por razões econômicas, é uma realidade.

Neste cenário, a discussão avança da "falta do que comer" para o desafio estrutural de "comer bem" com um orçamento limitado. O acesso a uma dieta rica em vitaminas, minerais e outros nutrientes essenciais passa a depender da necessidade de fazer o máximo com ingredientes acessíveis. Com isso, a comida caseira, focada no planejamento e no aproveitamento integral dos alimentos, surge como uma estratégia importante para a segurança nutricional das famílias.

“O grande desafio para milhões de brasileiros hoje não é apenas ter o que comer, mas como garantir uma alimentação nutritiva e saborosa que caiba no orçamento familiar”, afirma Priscila Andrade, nutricionista e gerente de Marketing-Nutrição da **Ajinomoto do Brasil**, empresa referência em aminoácidos e dona de marcas como SAZÓN®, MID® e VONO®. “A segurança nutricional começa com melhores escolhas, tanto na compra quanto no preparo dos alimentos dentro da cozinha, e a indústria alimentícia tem um papel importante no desenvolvimento de soluções que ajudem as pessoas a consumirem produtos de qualidade, seguros e acessíveis, que incentivem o aproveitamento integral dos alimentos e garantam refeições saborosas e nutritivas”, destaca.

Nutrição balanceada é a base para uma vida com mais qualidade e impacta diretamente na disposição, na imunidade e na prevenção de doenças. Segundo a especialista, a mudança passa por uma nova mentalidade na cozinha. “Na Ajinomoto do Brasil, além do nosso portfólio de produtos, temos um time de especialistas em alimentos que trabalha no desenvolvimento de receitas e outros conteúdos interessantes que contribuem na rotina e desafios que os consumidores encontram no dia a dia da cozinha. Entre as ideias que podem ser encontradas no portal de receitas [Sabores Ajinomoto](#) estão sugestões de como aproveitar ingredientes que seriam descartados, evitando o desperdício, como talos e cascas de vegetais, ou então o reaproveitamento das sobras de arroz, pão e outros alimentos do dia anterior, que podem ser transformados em outras deliciosas receitas”, finaliza Priscila.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 117 fábricas e produtos vendidos

em mais de 130 países. Em 2024, teve um faturamento global de US\$10,2 bilhões e nacional de R\$3,6 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br