

Novo e-commerce da Ajinomoto do Brasil mira em personalização e inovação

Loja online prevê crescimento de 20% nas vendas diretas no médio prazo, com foco na experiência dos consumidores

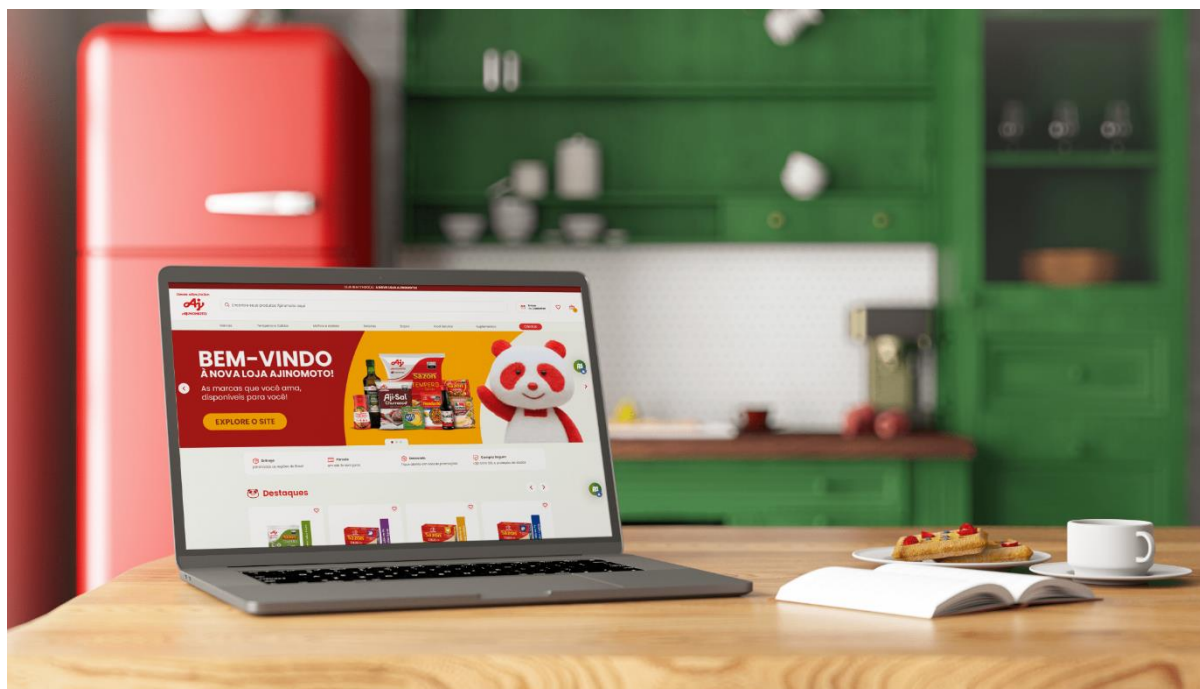


Imagem: Divulgação

São Paulo, outubro de 2025 - A **Ajinomoto do Brasil**, referência em aminoácidos e proprietária de marcas como **SAZÓN®**, **MID®** e **VONO®**, acaba de anunciar a reativação do seu e-commerce com uma proposta totalmente repaginada, se posicionando não só como mais um canal de vendas, mas um hub estratégico de relacionamento direto com o consumidor. Baseado em tecnologia *headless commerce*, que permite maior agilidade e personalização, a nova Loja Ajinomoto chega para criar um ciclo de compra fluida, acessível e centrada nas preferências individuais dos usuários. A expectativa é de um crescimento de 20% nas vendas diretas no médio prazo.

Com ferramentas inteligentes de recomendação, automações de CRM (*Customer Relationship Management*, em português Gestão de Relacionamento com o Cliente), kits exclusivos e uma experiência imersiva pelas marcas de varejo, food service e suplementos de nutrição para saúde e nutrição esportiva, a Loja Ajinomoto passa a operar como um verdadeiro laboratório de inovação. A integração com o ecossistema digital da companhia, incluindo redes sociais, e, em breve, o lançamento de um aplicativo, garantem consistência na comunicação e uma jornada contínua, da inspiração à compra.

Segundo Juliana Caro, gerente de Digital e Inovação da Ajinomoto do Brasil, a companhia está evoluindo junto com o consumidor, combinando tecnologia, agilidade e inteligência de dados. “A nova Loja Ajinomoto nasce com o propósito de aprofundar o relacionamento com nossos consumidores, oferecendo experiências cada vez mais personalizadas, relevantes e conectadas ao dia a dia das pessoas. Mais do que um ponto de vendas, trata-se de um ambiente dinâmico, onde escutamos o cliente em tempo real e transformamos essas percepções em melhorias constantes”, ressalta a executiva.

Para conhecer a nova Loja Ajinomoto, basta acessar: <https://loja.ajinomoto.com.br/>

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

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