



## **Ajinomoto® Food Service anuncia Ravi Leite como embaixador do Gyoza Ajinomoto®**

*Chefe de cozinha, empreendedor e influenciador chega com a missão de democratizar o prato como opção de petisco em bares e momentos de confraternização*



*Créditos: Divulgação/Ajinomoto do Brasil*

**São Paulo, junho de 2026** – A **Ajinomoto® Food Service**, área de negócios da **Ajinomoto do Brasil** voltada para o setor de alimentação fora do lar, anuncia parceria com o chefe de cozinha, empreendedor e influenciador, [Ravi Leite](#), novo embaixador do Gyoza Ajinomoto®. O objetivo é democratizar a receita asiática, tirando-a do consumo exclusivamente atrelado à refeição tradicional oriental, para transformá-la em um dos petiscos preferidos dos brasileiros.

A escolha de Ravi Leite não foi por acaso. Sócio-fundador de restaurantes como Hi Pokee, Olga Ri e Durum, o ex-masterchef possui histórico com a empresa, inclusive já utilizando Gyoza Ajinomoto® nas operações de suas cozinhas. Sua autoridade no mercado gastronômico



e sua forte presença digital são as principais apostas da companhia para educar e inspirar o público a pedir a porção nos bares e lanchonetes.

“O Ravi tem uma relação muito genuína com a gastronomia e produz conteúdos que dialogam de forma leve e próxima com o público. Além da conexão com a culinária asiática e urbana, o influenciador traduz muito bem momentos descontraídos com amigos e família, que têm total sinergia com a proposta do Gyoza Ajinomoto® durante a temporada da maior competição mundial de futebol, por exemplo”, afirma Anna Rocha, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

“O gyoza sempre esteve presente na minha trajetória profissional, inclusive nas operações dos meus restaurantes. O que mais me anima nessa parceria é mostrar que ele pode ir muito além da culinária oriental tradicional e conquistar espaço como um petisco versátil, saboroso e perfeito para compartilhar em diferentes ocasiões”, destaca o chefe e criador de conteúdo, Ravi Leite.

### **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® Food Service**

A área oferece um mix de produtos versáteis e práticos de alta performance em rendimento e rentabilidade, destinados a estabelecimentos voltados à alimentação fora do lar, como restaurantes, bares, hotéis e padarias. Entre os produtos estão o realçador de sabor AJI-NOMOTO®, os temperos HONDASHI®, SABOR A MI®, AJI-SAL®, Tempero e Caldo SAZÓN® Profissional, Mistura Completa para Milanese Ajinomoto, Molhos Branco Bechamel e Escuro Demi-glace Ajinomoto, Amaciante de Carne Ajinomoto, Molho e Extrato de Tomate Ajinomoto, Creme de Cebola Ajinomoto, Molho Shoyu SATIS!® e Molho para Gyoza SATIS!®, azeite de oliva extra virgem TERRANO® e azeite de oliva tipo único TERRANO®, condimento preparado HARMONIX-F® e Purê de Batatas Ajinomoto. Confira o portfólio completo de



produtos, dicas de receitas para variar seu cardápio e outras soluções no site [www.ajinomotofoodservice.com.br](http://www.ajinomotofoodservice.com.br).

### **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](http://www.ajinomoto.com.br).

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

FSB Comunicação

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