



Ajinomoto do Brasil lança Gyoza Ajinomoto® sabor Carne

Marca número 1 de Gyoza no Japão adapta receita ao paladar brasileiro e aposta no potencial de crescimento do produto no país



Crédito: Divulgação

São Paulo, outubro de 2026 – A **Ajinomoto do Brasil**, referência em aminoácidos e dona de grandes marcas como **SAZÓN®**, **MID®** e **VONO®**, anuncia a expansão do portfólio do Gyoza Ajinomoto® com o lançamento do **sabor Carne**, focado estrategicamente nos operadores de bares e restaurantes. A novidade consolida o país como o pioneiro da América do Sul a comercializar a categoria de congelados do Grupo Ajinomoto e traz a chancela da marca de Gyoza número 1 em vendas no Japão. Importado da Tailândia, com tecnologia avançada que garante a autêntica textura asiática, com massa fininha e delicada, o novo sabor foi desenvolvido exclusivamente para atender ao hábito do brasileiro de consumir carne bovina.

Com investimentos direcionados à nacionalização da receita, logística de importação e reformulação de embalagens, a inovação chega para abocanhar uma fatia do aquecido mercado nacional de alimentos congelados. O movimento também impulsiona a meta da divisão de aumentar em 96% as vendas do produto no ano fiscal de 2026, um avanço expressivo frente às toneladas comercializadas no período anterior (de março de 2024 a abril de 2025).

"O brasileiro tem uma forte conexão cultural com a carne bovina e unir esta paixão ao Gyoza mais vendido do Japão foi um passo natural, mas também estratégico para acelerarmos a penetração da marca no país", afirma Anna Rocha, gerente de Food Service da Ajinomoto do Brasil. "Estamos crescendo em um ritmo acelerado e este lançamento nos dá ainda mais força



para otimizar as operações da área, além de atender à demanda do operador por conveniência e qualidade *premium*".

O lançamento chega ao mercado em pacotes de 570 gramas, contendo 30 unidades, com formato pensado para atender tanto o food service quanto o consumo em casa. A versatilidade e a agilidade são grandes atrativos comerciais: o Gyoza Ajinomoto® pode ser preparado em apenas três minutos quando frito por imersão, ou em tempos que variam de cinco a dez minutos utilizando métodos como vapor, grelhado ou air fryer.

Acompanhando a chegada do novo sabor, o Grupo Ajinomoto anunciou uma reformulação global na identidade visual das embalagens do Gyoza Ajinomoto®. O novo logotipo, que ganhará versões desenvolvidas localmente para o Brasil, apresenta elementos da estética tradicional oriental, como a alusão ao sol vermelho e o formato da bandeja Obon.

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.



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 de todas as pessoas, da sociedade e do planeta por meio da “AminoScience”, a Ciência dos Aminoácidos, e do amor pela vida. 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 126 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2025, teve um faturamento global de US\$ 10,5 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