



comemorado em 16 de outubro, "*Inovar hoje para nutrir o amanhã*", reflete exatamente esse desafio de reduzir os nutrientes críticos, como o açúcar, a gordura saturada e o sódio, sem comprometer o sabor, a praticidade e o balanço nutricional das refeições de quem busca conveniência, ao mesmo tempo em que busca construir sistemas alimentares mais sustentáveis.

Uma das empresas que têm se adequado a esse movimento é a **Ajinomoto do Brasil**, referência e líder na produção de aminoácidos, detentora de grandes marcas como SAZÓN®, MID® e VONO®, que por meio de metas atreladas à sua Política de Nutrição interna, aplica a expertise em "*AminoScience*", a ciência dos aminoácidos, para aprimorar o perfil nutricional do portfólio. Entre 2020 e 2026, diversos produtos passaram por melhorias nutricionais visando atender os objetivos propostos e continuar entregando sabor. Essa iniciativa resultou na retirada de 102,4 toneladas de sal, que equivale a 39,7 toneladas de sódio, e 3,9 toneladas de gordura saturada da mesa dos brasileiros.

"Culpar a conveniência ou demonizar categorias de produtos é uma simplificação que afasta as pessoas de uma dieta realista. O consumidor moderno precisa de praticidade e o nosso papel é inovar, utilizando a ciência, para entregar essa solução com um perfil nutricional cada vez melhor e dentro de um sistema sustentável. Conseguimos reduzir o sódio das formulações mantendo a percepção e a experiência do sabor. Quando a indústria faz esse trabalho de melhoria na base, o impacto positivo na nutrição e na saúde pública acontece em larga escala", explica Priscila Andrade, gerente de Marketing-Nutrição e SAC da Ajinomoto do Brasil.

Para além das reformulações de produtos, a transição para sistemas alimentares mais sustentáveis e saudáveis também depende da educação nutricional da população. Isso inclui orientar sobre o uso adequado de produtos com teor padronizado de sódio, que permitem maior controle da quantidade utilizada, além de incentivar o aproveitamento integral dos alimentos para evitar o desperdício.

"A inovação que entregamos nas prateleiras precisa caminhar junto com a informação dentro de casa. O nosso papel também é guiar o consumidor para que ele se sinta seguro na cozinha. Quando ele utiliza o produto seguindo a recomendação, conseguimos contribuir com a redução de sódio e no uso dos alimentos de forma integral, fechando o ciclo de um sistema alimentar de fato prático, equilibrado e sustentável", complementa Priscila.

A Ajinomoto do Brasil tem atuado nessa frente por meio de iniciativas de utilidade pública, como a revisão de receitas do portal [Sabores Ajinomoto](#), onde quase 5 mil pratos foram revisados, resultando na retirada de 33 kg de sal das preparações, e por meio da divulgação



do programa de educação nutricional, “Alimentação para Vencer”, que apoia atletas e inspira a sociedade a fazer escolhas equilibradas e saborosas no dia a dia, levando letramento e conscientização para mais de 70 mil pessoas.

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 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