

Eat Well, Live Well.



02/2019

Além do atendimento: SAC da Ajinomoto do Brasil se consolida como área estratégica

Ponto de partida de inovações, Serviço de Atendimento ao Consumidor da empresa completa 20 anos

São Paulo, 20 de fevereiro de 2019 – Desde a década de 90, com o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, a comunicação com as empresas passou a ser mais direta e organizada. Neste contexto surgiu o serviço de atendimento ao consumidor, ou SAC, como é popularmente conhecido. Em 1998, a **Ajinomoto do Brasil** estruturou sua equipe e agora, aos 20 anos, o SAC da empresa se consolida como área indispensável para inovação, pois traz a voz do consumidor para dentro da companhia.

Com quadro interno de profissionais, o SAC da Ajinomoto do Brasil traz um novo cenário, muito mais tecnológico e com mais de 180 mil consumidores cadastrados em sua base de dados. Na pesquisa de satisfação de atendimento, o departamento tem avaliação média de 9,5 – sendo 10 a nota máxima. A qualidade no serviço proporcionou, além da satisfação dos clientes, reconhecimento na categoria: foram conquistados cinco Prêmios Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente.

A partir das sugestões de consumidores, importantes lançamentos e mudanças nos produtos foram feitos, incluindo melhoria no sabor do **Azeite TERRANO™** e reformulação das embalagens de **VONO® Chef Creme de Cebola e Satis!® Tempera e Empana** para melhor entendimento

das informações. Entre os novos produtos, destacam-se **Caldo SAZÓN® Camarão** e os refrescos **MID®** nos sabores Caju, Uva e Guaraná com Toque de Laranja.

Para reforçar a aproximação e fidelização dos consumidores, a **Ajinomoto do Brasil** conta ainda com a ação “Dia de Fábrica”, que leva consumidores a uma de suas unidades, em Limeira, no interior de São Paulo. “A visita é realizada anualmente e leva cerca de 30 consumidores que ganham a oportunidade de conhecer as linhas de produção e o museu SAZÓN®”, explica a gerente do SAC, Solange Zibordi. “No dia da visita também oferecemos aulas de culinária, sempre orientando sobre a preocupação da empresa com a saúde, o meio ambiente e a satisfação dos consumidores”, finaliza.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto do Brasil se empenha em oferecer produtos de qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Atualmente, a unidade brasileira é a terceira mais importante do Grupo Ajinomoto fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e dos Estados Unidos. A linha de produtos da empresa voltada ao consumidor é composta pelo tempero umami AJI-NO-MOTO®, AJI-SAL®, Tempero SAZÓN®, Caldo SAZÓN®, RECEITA DE CASA™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO® e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e FIT™ Zero Açúcar, além dos produtos da marca Satis!®, que incluem molho shoyu e as linhas Tempera e Empana, Tempera e Dá Molho e Tempera e Dá Liga. No Brasil, a companhia também atua no segmento de food service (alimentação fora do lar). Com quatro unidades fabris, localizadas no estado de São Paulo, nas cidades de Limeira, Laranjal Paulista, Valparaíso e Pederneiras, e sede administrativa na capital, emprega cerca de 3 mil funcionários e atende tanto ao mercado interno como ao externo. A Ajinomoto, multinacional japonesa com sede em Tóquio, é a maior produtora de aminoácidos do mundo. O Grupo Ajinomoto obteve um faturamento global de US\$ 10,4 bilhões e nacional de R\$ 2,3 bilhões no ano fiscal de 2017. Atualmente, opera em 24 países, possui 123 fábricas e cerca de 34 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

Race Comunicação

Tel.: (11) 2894-5607/2548-0720

imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br

Bruno Uehara – Cel.: (11) 99113-6731

Vanessa Assis – Cel.: (11) 97556-9962