



12/2020

## "Mulheres que têm sede": MID® e FIT lançam ação para incentivar mulheres empreendedoras

São Paulo, 18 de dezembro de 2020 – MID® e FIT, marcas de refrescos da **Ajinomoto do Brasil**, acabam de lançar a iniciativa “Mulheres que têm sede”, promovida em parceria com a **ONG Rede Mulher Empreendedora**. A ação, selecionou mulheres participantes da instituição nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Minas Gerais e Bahia, e divulgou o trabalho desenvolvido por elas. A iniciativa conta com um vídeo case que pode ser assistido no Facebook e no Instagram da marca (@midrefresco), no YouTube em [www.youtube.com/watch?v=aBjK9uywxFs](http://www.youtube.com/watch?v=aBjK9uywxFs) e no site da campanha [www.midrefresco.com.br/mulheres-que-tem-sede](http://www.midrefresco.com.br/mulheres-que-tem-sede).

Essa é a segunda fase de um projeto iniciado pela marca em 2019, que busca proporcionar às microempresárias do ramo de culinária orientações para o negócio. Na primeira etapa, **MID®**, em parceria com o canal *Tastemade Brasil*, divulgou vídeos apresentados por Palmirinha e pela influenciadora Carol Sandler, compartilhando receitas e dicas financeiras para mulheres empreendedoras.

Nesta nova ação, **MID®** e **FIT** realizaram uma pesquisa com 100 participantes da **ONG Rede Mulher Empreendedora**, e buscaram entender as necessidades de seus negócios. As integrantes selecionadas demonstraram interesse em confeitaria, e as marcas ofereceram a elas um curso online de capacitação, uma sessão de fotos profissionais para suas receitas, produtos **MID®** e **FIT** que podem ser utilizados como ingredientes, além da divulgação do trabalho nas redes sociais e no site da marca MID®.

O trabalho de todas as participantes pode ser conferido no site

[www.midrefresco.com.br/mulheres-que-tem-sede](http://www.midrefresco.com.br/mulheres-que-tem-sede), que disponibilizou espaço para os depoimentos dessas mulheres e a divulgação de seus negócios, como o desenvolvido por Ionne e Romara, mãe e filha, proprietárias da loja Dindocas Bolos, em Salvador (BA). “O que era hobby de família tornou-se renda extra a partir de 1998, quando passamos a comercializar as delícias que fazíamos para os eventos de parentes e amigos”, conta Romara. “Em maio de 2014, criamos a marca Dindocas Bolos e profissionalizamos com bolos decorados, tortas, doces e salgados”.

O site da campanha também conta com vídeos, receitas e dicas para ajudar confeitadeiras que buscam conteúdo relevante para aperfeiçoar o negócio. “**MID®** e **FIT** sabem que existem muitas empreendedoras que usam os produtos da marca como ingrediente para doces e bolos”. Nossa intenção é nos aproximar dessas mulheres e dividir conhecimento para ajudar a aumentar sua fonte de renda, oferecendo aperfeiçoamento para seu negócio. É uma forma de agradecer pela confiança em nossos produtos e incentivar esse trabalho que sustenta tantas famílias por todo o País”, comenta a gerente da marca, Thais Bellinassi.

### **Sobre MID®**

MID® é um delicioso refresco com o gostinho da fruta, adoçado na medida certa e rico em vitamina C. Como uma opção econômica e com 18 sabores disponíveis, MID® é perfeito para você dividir com quem mais ama. Além de gostoso e refrescante, MID® é muito prático e fácil de preparar, basta adicionar 1 litro de água gelada e está pronto. Além disso, MID® tem uma linha exclusiva em parceria com a ONG AMPARA ANIMAL com as versões Baunilha com Limão, Groselha e Guaraná. Parte da venda desses sabores é revertida à ONG.

### **Sobre FIT**

FIT é a marca de refresco em pó zero açúcar que mata a sua sede com o sabor intenso da fruta. Disponível em 10 sabores para você escolher, o refresco FIT é muito prático e fácil de preparar: basta despejar o conteúdo do envelope em uma jarra, adicionar um litro de água gelada e misturar. A linha também possui a versão FIT Tea nos sabores Chá com Limão e Chá com Pêssego. Além do delicioso sabor e baixa caloria, o grande diferencial é que você pode escolher se quer tomá-lo frio ou quente.

### **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®, SAZÓN® Tempera & Prepara, 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, o azeite de oliva extra virgem TERRANO™ e o azeite de oliva tipo único TERRANO™, o Satis!® Molho Shoyu, além de aminoVITAL® GOLD, produto composto por nove aminoácidos essenciais para a recuperação de atletas e entusiastas do esporte. 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 referência mundial em aminoácidos. O Grupo Ajinomoto obteve um faturamento global de US\$ 10,1 bilhões e nacional de R\$ 2,4 bilhões no ano fiscal de 2019. Atualmente, está presente em 35 países, possui 121 fábricas e cerca de 34 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).