



05/2021

Ajinomoto do Brasil se conecta a startups por meio de projeto de inovação tecnológica

São Paulo, abril de 2021 – A pandemia da Covid-19 provocou rápidas transformações na sociedade e impactou diversos segmentos da economia, mas um canal se destacou de forma positiva: o comércio eletrônico. Segundo pesquisa da ABComm (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico), as vendas online no último ano tiveram alta de 68%, em comparação com 2019. A **Ajinomoto do Brasil**, indústria de alimentos e referência em aminoácidos, acompanhou o movimento do setor e, para consolidar sua presença no *e-commerce* com a venda de produtos como temperos SAZÓN®, refrescos MID® e sopas VONO®, se juntou à IZ Pay e Mangos, duas plataformas de varejo inteligente com sistema de *cashback*, que reembolsa consumidores com parte dos valores gastos.

Esses são apenas dois exemplos de iniciativas que surgiram a partir do **AjinoLab**, programa interno de inovação criado no final de 2019 e que conecta a empresa a startups com o objetivo de encontrar soluções para processos que envolvem desde as linhas de produção nas fábricas, instaladas no interior de São Paulo, até análises de dados no departamento de marketing. Em pouco mais de um ano, 13 startups agregaram sua tecnologia e expertise por meio do projeto.

“Por meio da iniciativa relacionada às vendas *online*, a Ajinomoto já devolveu aos consumidores quase R\$ 1 milhão em produtos com ações de *cashback*, e alcançamos um retorno de investimento (ROI) 4,5 vezes superior ao valor do aporte inicial. Esse tipo de parceria é muito

vantajosa para ambos os lados, pois coloca em prática a criatividade dos parceiros e acelera nossa transformação digital”, explica a gerente de inovação da **Ajinomoto do Brasil**, Juliana Okuda.

Para dar início ao **AjinoLab**, a empresa contratou a 100 Open Startups, uma iniciativa que funciona como um aplicativo de relacionamento, nesse caso entre startups e empresas, agregando soluções inovadoras às demandas corporativas. A plataforma também é responsável por organizar eventos como a Open Innovation Week (Oiweek), um ponto de encontro virtual que gera oportunidades de negócio. Em março, a **Ajinomoto do Brasil** liderou o ranking das 100 companhias mais atraentes para startups, que considera critérios de atratividade como quantidade de candidaturas e solicitações de reuniões enviadas.

“Nós pudemos identificar e aplicar soluções para problemas reais, de uma maneira prática e muito democrática, o que permitiu a participação de todos os colaboradores, independentemente de seus cargos. Os resultados são visíveis, mas é necessário ter o engajamento interno, que faz toda a diferença”, diz a executiva, que se orgulha do projeto como uma criação regional com potencial para inspirar outras unidades do Grupo Ajinomoto ao redor do mundo.

Além dos parceiros de vendas online, a empresa está se conectando também a uma startup que consegue automatizar a extração e análise de informações de mercado de diversas fontes por meio de *big data* e inteligência artificial, o que trará agilidade e auxiliará equipes em tomadas de decisão baseadas em dados.

Seletivas com “tubarões”

O processo de seleção das startups se inicia no formato de um famoso *reality show* de empreendedorismo, na fase conhecida como *Pitch Day*, em que os candidatos apresentam seus projetos a uma equipe de diretores e gestores da **Ajinomoto do Brasil**. Devido às restrições da pandemia da Covid-19, as entrevistas têm sido realizadas virtualmente, sendo que cada representante tem apenas um minuto para convencer a bancada a “comprar a ideia”.

Até o momento, foram realizados três ciclos temáticos. O primeiro teve como foco a automatização de processos das áreas da divisão de alimentos e o segundo teve como objetivo conectar a empresa a startups que trouxessem tecnologia em alimentos. Já o terceiro ciclo buscou soluções para os processos industriais.

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.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

Race Comunicação

imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br

Bruno Uehara – Cel.: (11) 99113-6731

Vanessa Assis – Cel.: (11) 97556-9962

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746