



01/2021

Ajinomoto do Brasil lança e-commerce com 140 produtos e kits exclusivos

Alinhada ao seu projeto global de transformação digital, empresa desenvolve loja virtual própria, com entregas para todo o país

São Paulo, janeiro de 2022 - Dados do Webshopper Report 2020, da Nielsen, apontam que durante a pandemia os canais de e-commerce apresentaram um crescimento de 41% na comparação com 2019. Em 2020, o e-commerce conquistou mais de R\$ 87 bilhões em vendas, indicando um aumento de 41% em relação ao ano anterior. De olho nas tendências do mercado, a **Ajinomoto do Brasil** - produtora de aminoácidos e fabricante dos temperos SAZÓN®, sopas VONO® e refrescos MID®, enxergou nesse cenário a oportunidade para criar sua própria plataforma, pois já havia experienciado outras possibilidades de operações de e-commerce com parceiros, *marketplace*, entre outros.

A empresa, que investe constantemente em novas tecnologias e processos de inovação, identificou em 2020 um incremento de 620% nas vendas por meio de canais online, fator que foi determinante para incluir a nova plataforma entre as principais estratégias da companhia em 2021. Segundo Normando Filho, diretor executivo da **Ajinomoto do Brasil**, o e-commerce está alinhado ao projeto global de transformação digital da empresa e surgiu com o objetivo ousado de captar os mais de 5,5 milhões de seguidores que a **Ajinomoto do Brasil** tem nas redes sociais de suas marcas e aproveitar o alcance das campanhas digitais, que chegam a 20 milhões de usuários por mês.

“Apesar de experiências anteriores com e-commerce parceiros e campanhas especiais, que trouxeram resultados muito positivos para nós, como o AjinoFriday, realizado durante a Black Friday em 2020, nada se compara ao desafio de criar uma plataforma própria de e-commerce para todos os produtos de varejo e food service em menos de um ano. Concretizar esse projeto só foi possível graças ao foco no consumidor, principal fator que determina as decisões dentro da empresa, e às iniciativas de transformação digital que suportaram a criação da plataforma”, destaca Normando.

Para realizar toda a operação da loja online, a Ajinomoto fechou parceria com a Synapcom, empresa líder em *full commerce* no Brasil e na América Latina. A empresa, além de auxiliar no desenvolvimento da plataforma, é responsável por todo o processo logístico para que, tanto os produtos de varejo, como os que atendem ao setor de alimentação fora do lar, possam chegar aos consumidores espalhados por todo país. Serão aproximadamente 140 opções de produtos de varejo e *food service*, além de kits exclusivos desenhados especialmente para operadores de food service e consumidores “*brand lovers*”.

“A marca possui milhões de “ajilovers” e milhões de visitas/mês no site institucional, então entendemos ser possível estabelecer um novo pilar de vendas através de canais digitais e buscar contato direto com os clientes finais. Assim, estamos confiantes no sucesso dessa parceria, que também contempla a atuação da Dyve, nossa unidade de negócio que irá operar as campanhas de marketing com visão 360, contemplando as áreas de SEO, Mídia e CRM para que todo o ecossistema digital esteja integrado fazendo com que a Ajinomoto tenha estratégias robustas e se diferencie no mercado digital”, afirma Marcel Jacob, diretor de E-Commerce da Synapcom.

Sendo uma das principais empresas da categoria de temperos, refrescos e sopas, a **Ajinomoto do Brasil** espera fidelizar cada vez mais seus consumidores com a criação da sua própria loja online. “A plataforma permitirá acompanharmos mais de perto os hábitos dos nossos clientes, oferecendo experiências agradáveis por meio dos nossos produtos e marcas. Além disso, trabalharemos com diversos incentivos como frete grátis, entrega *express*, entre outros”, explica o executivo. O e-commerce pode ser acessado por qualquer dispositivo pelo link www.loja.ajinomoto.com.br.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto é uma multinacional japonesa e referência mundial em aminoácidos. A empresa oferece 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 e aminoVITAL® GOLD DRINK MIX, produtos compostos 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. O Grupo Ajinomoto obteve faturamento global de US\$ 10,1 bilhões e nacional de R\$ 2,7 bilhões no ano fiscal de 2020. Atualmente, está presente em 35 países, possui 121 fábricas e cerca de 32 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

Giovanna Calhelha – Cel.: (11) 96344-0504

Vanessa Assis – Cel.: (11) 97556-9962

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746