

AJINOMOTO®

Working for life.



MERCADO

A Ajinomoto mundial tem atuação em 21 países, com 98 fábricas espalhadas pelo mundo, empregando mais de 30 mil colaboradores e faturando US\$ 11 bilhões anuais. É a maior empresa alimentícia do Japão e, no mundo, a maior produtora e comercializadora de aminoácidos para diversos fins.

No Brasil, fatura anualmente R\$1,2 bilhão, emprega cerca de 2000 funcionários diretos e exporta para mais de 60 países.

Sempre embasada em alta qualidade e tecnologia, o grupo Ajinomoto tem atuação em quatro grandes segmentos no mundo: Produtos Alimentícios, produção de Aminoácidos como matéria-prima para diversas finalidades, Produtos Farmacêuticos e Produtos para Saúde e Nutrição.

CONQUISTAS

Todas as unidades produtivas da Ajinomoto

são certificadas com a ISO 14000, ISO 9001, OHSAS 8000 e SA8000. Em 2007, a empresa foi eleita como melhor fornecedor em termos de performance de vendas, logística e de merchandising pela Associação Brasileira de Supermercados. Nesse mesmo ano, recebeu do Grupo Pão de Açúcar o Top Log Award, reconhecida como um dos 20 melhores fornecedores em termos de performance de logística, entre mais de 13 mil empresas. Em 2008, o SAC da Ajinomoto foi eleito o melhor do Brasil no segmento de alimentos, pela revista Consumidor Moderno. Em 2008, a mesma revista elegeu os produtos Tempero SAZÓN®, Sopas VONO® e MID® Refresco como os "produtos do ano".

HISTÓRIA

Prestes a completar 100 anos em 2009, a Ajinomoto no mundo surgiu a partir de uma descoberta: a existência do 5º. gosto Umami, a partir

do aminoácido Glutamato, que proporciona o realce do sabor deixando os alimentos mais gostosos. A partir dessa descoberta, considerada no Japão como uma das 10 maiores descobertas científicas japonesas que mais influenciaram o mundo, criou-se a empresa Ajinomoto, que significa "essência do sabor", inicialmente produzindo o Glutamato Monossódico, o famoso tempero realçador de sabor "Aji-No-Moto®" (que significa "essência do sabor").

No Brasil há mais de 50 anos (desde 1956), inicialmente importando e fornecendo o realçador de sabor "Aji-No-Moto®" aos mercados consumidores de origem oriental, principalmente nos bairros da cidade de São Paulo, a empresa passou a alçar vôos mais empreendedores a partir dos anos 70. Em 1977, inaugurou a sua primeira fábrica em Limeira, no estado de São Paulo. A partir de então, 3 novas fábricas foram instaladas no interior paulista, nas seguintes cidades: Laranjal Paulista, Val-

paraíso e finalmente em Pederneiras.

PRODUTOS

A Ajinomoto produz e fornece, especialmente no Japão e países asiáticos, uma extensa gama de produtos como: Temperos, alimentos congelados, óleo de cozinha, maionese, bebidas, sopas, adoçantes, cosméticos, medicamentos e produtos para a saúde e nutrição.

No fornecimento de produtos alimentícios aos consumidores, a Ajinomoto se consolida como uma importante empresa de alimentos, e oferece ao mercado conceituadas marcas, como os já conhecidos:

· Tempero SAZÓN® e Caldo SAZÓN®: "SAZÓN, é o amor". A marca SAZÓN® é referência em qualidade sendo líder das categorias em que atua. Hoje, presente na mesa de quase metade dos domicílios brasileiros.

· Temperos SABOR A MI®, RECEITA DE CASA™, AJI-NO-MOTO®, AJI-SAL®, HONDASHI®: atuando fortemente no segmento de temperos, cada uma das marcas proporciona ao consumidor um sabor exclusivo e delicioso aos pratos. Em 2008, a Ajinomoto assumiu a liderança do mercado de Temperos e Caldos.

· Refrescos MID® e FIT™ e adoçante MID SUGAR®: Marca MID® trouxe inovação para o mercado de bebidas, oferecendo aos consumidores uma opção de bebida de sabor delicioso e refrescante, com metade das calorias.

· Sopas VONO®: VONO® é a sopa individual para o lanche que revolucionou o mercado de sopas individuais, oferecendo um sabor delicioso com praticidade.

Além de produtos finais ao consumidor, a Ajinomoto atua cada vez mais fortemente no mercado de Food Service, ou seja, no desenvolvimento de produtos destinados as refeições fora do lar.



EVOLUÇÕES RECENTES

Aos 100 anos da descoberta do 5º. gosto Umami (2008) a matriz mundial criou um projeto denominado "Ajinomoto Renaissance". O projeto visa reafirmar o verdadeiro valor do Glutamato e difundir o conceito Umami ao redor do mundo. Dessa forma, a Ajinomoto comunicará aos consumidores a segurança e os benefícios do Aji-No-Moto®, bem como recentes descobertas, trazendo mais sabor e qualidade de vida ao dia a dia de milhares de consumidores.

Além deste projeto mundial, no Brasil as inovações tecnológicas e melhorias na produção são permanentes. Os investimentos são priorizados para oferecer produtos de alta qualidade aos clientes e consumidores.

COMUNICAÇÃO

A Ajinomoto mantém um contato ativo com seus consumidores através de diversas iniciativas como informações claras expostas nas embalagens de seus produtos, website interativo, centenas de aulas de culinária realizadas anualmente e comunicação em massa.

Em 1996, a marcante campanha "É o Amor", do Tempero SAZÓN®, com os cantores Zezé Di Camargo e Luciano, impactou fortemente os consumidores e é lembrada até hoje.

Desde então, a Ajinomoto reforça seus investimentos na comunicação em massa através de comerciais de TV comunicando marcas de sucesso como VONO® sopa individual, MID® Refresco, FIT™, Tempero e Caldo SAZÓN®.

VALORES DA MARCA

A Ajinomoto possui como missão principal contribuir para a vida dos consumidores oferecendo produtos alimentícios de alta qualidade que proporcionam sabor superior, com conveniência e saudabilidade.

Além disso, as políticas de responsabilidade social e de meio ambiente são as grandes prioridades mundiais da empresa. No Brasil não é diferente. Estabelecido em 1999, o Instituto Ajinomoto, faz parcerias com ONGs de assistência a comunidades, investe em reformas de escolas, hospitais e creches e, finalmente, apóia bolsas de estudo em pesquisas de alimentação e nutrição em universidades conceituadas como a USP e a UNICAMP.

Uma outra grande preocupação da Ajinomoto é o meio ambiente. Além de ser certificada com a ISO14000 em todas as fábricas, a empre-

sa investe continuamente em controles rígidos para a política de "emissão zero" de efluentes industriais. Sistemas, por exemplo, de Bio-Integração nas fábricas transformam os subprodutos em fertilizantes, que vão para os campos de produção agrícola. É a Ajinomoto em harmonia com o planeta.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A AJINOMOTO

- A principal matéria-prima da Ajinomoto, o glutamato, é extraído de uma fonte totalmente natural, a cana-de-açúcar.
- O Tempero SAZÓN® detém 82% de participação em volume da categoria em que atua.
- A Sopa VONO® atingiu a liderança do mercado apenas 5 meses após seu lançamento e hoje é líder absoluta da categoria de sopas individuais.
- A Ajinomoto é o maior produtor mundial de Aspartame.
- O ciclo de biointegração da Ajinomoto faz com que não haja perdas no processo produtivo, com a fabricação de fertilizantes. Estes retornam aos campos de cana, fechando o ciclo de respeito ao meio ambiente.

