

Caldo SAZÓN® lança campanha embalada pelo hit 'Dança do Quadrado'

Nova versão da música conta com a participação de Beto Jamaica, Compadre Washington e Xurrasco, e incentiva os consumidores a descobrirem as possibilidades do caldo em pó nas receitas



São Paulo, janeiro de 2024 – Intitulada de "Caldo SAZÓN® Não é Quadrado", a nova campanha de SAZÓN®, marca líder em temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, apresenta uma [versão exclusiva](#) do icônico hit 'Dança do Quadrado', de 2008. A escolha de personalidades conhecidas como os cantores Beto Jamaica e Compadre Washington, e o influenciador digital Xurrasco, visa fortalecer a posição de destaque do Caldo em pó SAZÓN® no segmento.

A narrativa musical é enriquecida por uma letra contemporânea, destacando os atributos e benefícios do Caldo em pó SAZÓN® em relação aos concorrentes, e incentivando os consumidores a explorarem novas possibilidades. O investimento é o maior em digital já feito pela marca e vem para reafirmar a intenção de se posicionar como referência na categoria de caldos em pó. De acordo com dados da Nielsen, SAZÓN® lidera o mercado de caldos em pó, abarcando 78% desse universo. Em 2022, a marca registrou um crescimento de 10% em comparação com o ano anterior.

Thiago Campos, gerente de marketing da Ajinomoto do Brasil, enfatiza que a marca está presente em 25% dos lares brasileiros, conquistando mais de 3 milhões de novos consumidores em um ano, grande parte formada pelo público jovem. "Estamos confiantes de que esta campanha incrível consolidará a posição de SAZÓN® no mercado, estimulando um diálogo sobre a evolução dos hábitos culinários e alavancando a preferência pelo produto em diversas gerações", afirma Thiago.

Caldo em pó SAZÓN® se destaca não apenas pela sua qualidade, mas também pela inovação constante. Por meio desta campanha, a marca busca instigar uma reflexão mais profunda sobre o papel fundamental dos caldos na culinária, destacando como o formato em pó simplifica o processo de preparo e enriquece o resultado, proporcionando uma experiência gustativa verdadeiramente excepcional. "Nossa estratégia de inovar e reviver a 'Dança do Quadrado', busca ir além da venda do produto.

Queremos criar uma experiência envolvente e que engaje os consumidores de diferentes faixas etárias”, relata.

Caldo em pó SAZÓN® é mais que um tempero, é uma expressão de inovação, qualidade e um convite para que os consumidores experimentem a culinária de uma maneira mais vibrante. “A nova campanha tem o desejo de impulsionar uma mudança no modo como as pessoas encaram e apreciam a categoria de caldos na rotina alimentar”, finaliza Thiago.

Sobre Caldo SAZÓN®

O **Caldo SAZÓN®** é um caldo em pó que, assim como os caldos em cubo, agrega sabor às preparações, além de oferecer o benefício exclusivo de 0% de gordura e fácil dissolução, podendo inclusive ser utilizado em receitas secas, como farofa. O produto está disponível em sete deliciosos sabores e na linha **Caldo SAZÓN® Lev**, que possui 25% menos sódio e conta com as versões galinha e carne. Todas as embalagens trazem práticos sachês individuais que facilitam a utilização nas receitas.

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, HONDASHI®, SABOR A MI® e SABOR A MI® Receita de Casa, além das sopas individuais VONO®, VONO® Proteína e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e MID ZERO™, o azeite de oliva extra virgem TERRANO®, o azeite de oliva tipo único TERRANO® e a linha TERRANO® Veggie Burger, 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 bilhões e nacional de R\$ 3,4 bilhões no ano fiscal de 2022. Atualmente, está presente em 36 países, possui 117 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

Milene Rolan – Cel.: (11) 99246-5780

Jones Araújo – Cel.: (71) 99347-1217

Naiara Lemes – Cel.: (11) 95973-0848

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746