

AJI-SAL® aposta em churrasco, futebol e música em nova ação

Marca da Ajinomoto do Brasil realiza experiência com ex-jogadores de futebol e lança vídeo case da ação em suas redes sociais



Imagem: Divulgação

São Paulo, abril de 2025 - Explorando três grandes paixões nacionais – futebol, churrasco e música – **AJI-SAL®**, marca do portfólio da **Ajinomoto do Brasil**, promoveu uma ação para fortalecer a conexão com o esporte e momentos de celebração. A marca convidou os ex-jogadores **Zetti** (bicampeão da Libertadores, bicampeão mundial de Interclubes e campeão mundial em 1994), **Luizão** (bicampeão da Libertadores, campeão mundial de Interclubes em 2000 e campeão mundial em 2002), **Djalminha** (campeão brasileiro em 1992, campeão da Copa América em 1997 e bicampeão pela Supercopa da Espanha) e **Jailson** (bicampeão brasileiro e bicampeão da Libertadores) para participarem de uma partida de futebol e um churrasco junto as equipes internas das áreas Comercial e de Merchandising, além dos distribuidores do produto na capital paulista.

A presença dos ex-jogadores foi uma surpresa aos colaboradores e parceiros convidados para a ação: no momento em que os times se dividiram para iniciar a partida, os quatro ex-atletas apareceram, tornando a experiência ainda mais especial. A interação se estendeu para além do campo, com os ídolos participando do churrasco e de uma animada roda de samba que seguiu após o jogo, combinação característica em São Paulo, criando um ambiente descontraído e de forte conexão. Na ocasião, a linha de AJI-SAL® Churrasco, incluindo o último lançamento do produto na versão Parrilla com Pimenta, que traz o equilíbrio perfeito entre o umami e a picância, esteve presente, reforçando sua associação às celebrações.

O vídeo case com os registros da tarde de futebol, churrasco e música está disponível nas redes sociais da [marca](#) e no perfil da [Ajinomoto do Brasil](#) no Instagram e será divulgado novamente em uma versão narrada por Jorge Iggor, jornalista esportivo na TNT Sports e conhecido pelas suas narrações apaixonadas e intensas, trazendo ainda mais emoção ao conteúdo. “Alcançamos um marco histórico em nosso ano fiscal de 2024, com recorde de vendas. Este ano, pretendemos realizar cada vez mais iniciativas como esta, inclusive em outras partes do Brasil, que conectem AJI-SAL® com momentos genuínos de comemoração, especialmente aqueles que reúnem amigos e familiares. Unir a paixão pelo churrasco, a emoção do futebol e a alegria da música é uma maneira autêntica de reforçar o conceito da marca, além de fortalecer os laços com os nossos parceiros internos e externos”, destaca Chiara Tengan, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



Sobre AJI-SAL®

AJI-SAL® é mais que sal, porque também traz o gosto umami, que descomplica o preparo das refeições, proporcionando momentos mais divertidos. Com uma tecnologia única da Ajinomoto, cada cristal de sal é envolto por uma camada de AJI-NO-MOTO®. O produto é comercializado nas versões: Tradicional, Churrasco e Parrilla e Parrilla com Pimenta. AJI-SAL®: descubra o segredo desse sabor.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência

dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 116 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2023, teve um faturamento global de US\$9,9 bilhões e nacional de R\$3,3 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br