

## Nova rotulagem de alimentos acende debate sobre consumo de sódio

Especialista da Ajinomoto do Brasil explica a importância da reformulação de produtos e rótulos para redução do consumo diário de sal dos brasileiros



**São Paulo, outubro de 2025** – A implementação da rotulagem nutricional frontal em alimentos industrializados, que destaca o excesso de nutrientes como o sódio, intensificou a preocupação dos brasileiros com o que colocam no prato. Diante de um consumo médio de sal que ainda é quase o dobro do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a indústria tem acelerado os investimentos em tecnologia e, principalmente, em iniciativas voltadas à interpretação dos rótulos de alimentos e à promoção de hábitos mais saudáveis.

Mais do que um alerta, a ideia é que os novos rótulos funcionem como um guia para escolhas mais conscientes por parte dos consumidores. Especialistas apontam que a redução do consumo de sódio depende tanto da escolha de produtos disponíveis, quanto do entendimento de como utilizá-los corretamente dentro de uma dieta equilibrada.

“Um tempero industrializado não deve ser visto como vilão, pelo contrário, ele passa por um rigoroso controle de qualidade e contém quantidade de sódio padronizada. A recomendação de uso no rótulo é um direcionamento importante, pois indica a porção ideal para garantir o sabor e manter o balanço nutricional dos preparos, o que não é tão simples de controlar quando se utiliza o sal diretamente do saleiro, por exemplo”, explica Marília Zagato, nutricionista e gerente de Marketing-Nutrição da **Ajinomoto do Brasil**.

**Brasil**, empresa referência em aminoácidos e proprietária de marcas como **SAZÓN®**, **VONO®** e do realçador de sabor **AJI-NO-MOTO®**.

Para garantir pratos saborosos e com a quantidade ideal de sal, a inovação tem sido a principal aliada. A própria Ajinomoto do Brasil utiliza sua expertise na ciência dos aminoácidos para reduzir o teor de sódio dos produtos, sem comprometer o sabor. “O glutamato monossódico (MSG) é um ótimo exemplo, pois atua como realçador, intensificando e prolongando a percepção dos sabores na boca. Com isso, conseguimos desenvolver produtos com teor de sódio menor, mas que se mantêm saborosos. De 2020 a 2024, com as melhorias que fizemos no nosso portfólio, e considerando a venda dos nossos produtos, conseguimos reduzir 103,1 toneladas de sal e 3,9 toneladas de gordura saturada”, destaca Marília.

Um exemplo prático dessas mudanças é a revisão de mais de 4 mil receitas que a Ajinomoto do Brasil fez no portal Sabores Ajinomoto, reduzindo mais de 18 kg de sal dessas preparações. Considerando os acessos desses conteúdos no site, a empresa deixou de recomendar em torno de 650 toneladas de sal, provando que é possível trazer equilíbrio às preparações, sem abrir mão do sabor, e ainda levar esses direcionamentos para o dia a dia dos consumidores.

A nutricionista finaliza com uma recomendação alinhada às discussões atuais sobre alimentação e saúde. “É preciso ter uma visão completa da alimentação, culpar um único ingrediente ou produto é uma simplificação perigosa. O mais importante é procurar adotar uma alimentação balanceada e um estilo de vida focado na saúde e no bem-estar. Nosso papel é oferecer ao consumidor produtos melhores e informações claras, para que ele faça escolhas conscientes e saborosas todos os dias”.

### **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 o seguinte ODS:



### **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 117 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2024, teve um faturamento global de US\$10,2 bilhões e nacional de R\$3,6 bilhões. Para mais informações, visite [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

**INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL**

FSB Comunicação - (11) 3165 9595 / (11) 91665 8665

[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)