

## SABOR A MI® Receita de Casa promove ação digital que une receitas e praticidade no cotidiano

*Culinária do dia a dia e sabor caseiro ganham protagonismo em ação com influenciadoras no Instagram*



*Créditos: Ajinomoto do Brasil*

Para fazer download das imagens em alta resolução, acesse o [link](#)

**São Paulo, abril de 2026** - Para reforçar a conexão entre cozinha e praticidade, **SABOR A MI® Receita de Casa**, o tempero em pasta mais vendido do país e uma das marcas do portfólio da **Ajinomoto do Brasil**, realiza a ação “Cozinhando e Conversando”. O projeto integra a estratégia de comunicação da marca no ambiente digital, aproximando o produto de quem cozinha em casa, mesmo com um cotidiano intenso, sem abrir mão do sabor caseiro. A proposta combina receitas versáteis com conteúdos leves e espontâneos, compartilhados por influenciadoras no Instagram.

A iniciativa conta com a participação de [Fabi Santina](#), [Pamela Domingues](#) e [Michele Ykegaya](#), criadoras de conteúdo que já dialogam com o universo da culinária cotidiana. Em seus perfis, cada uma mostra como simplificar a rotina preparando receitas com **SABOR A MI® Receita de Casa**. A ação reforça a presença do sabor caseiro, mostrando que praticidade e qualidade podem caminhar juntas no dia a dia. Os conteúdos estão disponíveis nos perfis das influenciadoras e no perfil do Portal Sabores Ajinomoto no [Instagram](#).

“Queremos aproximar SABOR A MI® Receita de Casa da rotina de quem gosta de cozinhar, mesmo em meio a um dia a dia intenso. Ao lado de criadoras que já abordam esse tema de forma natural e espontânea, mostramos que é possível trazer mais praticidade para o cotidiano, com receitas que se adaptam a diferentes momentos da semana, por exemplo. A proposta é inspirar os consumidores com soluções que tornem a experiência na cozinha mais dinâmica, afetiva e alinhada ao ritmo de cada pessoa”, destaca Chiara Tengan, gerente de marketing da marca SABOR A MI® Receita de Casa na Ajinomoto do Brasil.

“Nesta ação unimos duas coisas que têm tudo a ver: a comida feita em casa e as conversas sinceras que só acontecem quando estamos à vontade. Por isso, convidamos influenciadoras que já produzem conteúdos das suas preparações diariamente para prepararem receitas práticas, afetivas e caseiras com SABOR A MI® Receita de Casa, enquanto compartilham um papo leve e verdadeiro sobre temas que fazem parte da rotina de quem vive o cotidiano com intensidade”, complementou Marília Marchi, diretora de atendimento da agência Cappuccino.

### **FICHA TÉCNICA**

CLIENTE: Ajinomoto do Brasil

TÍTULO: “Cozinhando e Conversando”

PRODUTO: SABOR A MI® Receita de Casa

CCO: Vitor Elman

DC: Diego Torres

CRIAÇÃO: Rodrigo Mahs / Aline Vecchi/ Leticia Chinelato / Ramon Carlos

CONTEÚDO: Bianca Torquato/ Barbara Gomes

ATENDIMENTO: Lara Magalhães/ Marília Marchi/ Gustavo Sampaio

MÍDIA: Rodrigo Martinez / Maircon Gonçalves/ Michele Reis

PLANEJAMENTO: Isabela Ambrifi / Lucas Menezes

APROVADORES: Chiara Tengan / Gustavo Campos dos Santos/ Marina Guedes Del Acqua

### **Sobre SABOR A MI® Receita de Casa**

SABOR A MI® Receita de Casa é o tempero em pasta da Ajinomoto do Brasil que oferece praticidade e garante o verdadeiro sabor caseiro nos preparos do dia a dia. Comercializado nas versões Tradicional e Com Pimenta, o produto é rico em polpa de cebola, polpa de alho e cheiro-verde, além de já conter sal. Pode ser utilizado em qualquer preparação salgada como arroz, carnes, frango ou peixe.

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