

SAZÓN® amplia engajamento no BBB 26 e registra desempenho recorde
Ações da marca no reality show mais assistido do Brasil elevaram a presença digital em nove vezes



Divulgação: Ajinomoto do Brasil

São Paulo, junho de 2026 - A participação de **SAZÓN®**, marca de temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, no BBB 26 consolidou a empresa entre os patrocinadores de maior destaque da edição. Ao longo dos 100 dias de programa, as ações realizadas no ecossistema Globo alcançaram milhões de consumidores e impulsionaram os principais indicadores de marca.

Nas redes sociais, **SAZÓN®** registrou 141,7 mil menções durante a temporada, número nove vezes superior ao obtido no patrocínio da edição de 2025. O desempenho garantiu à marca um *Share of Voice (SOV)* de 85,4%, indicador que mede o espaço e a visibilidade da marca dentro do ambiente analisado.

As ativações de conteúdo também apresentaram forte engajamento do público. Durante toda a temporada, foram contabilizadas mais de 518 mil leituras de QR Code, com destaque para a dinâmica da Prova Bate e Volta, responsável por mais de 350 mil *scans*.

Segundo o estudo *Share of Mind*, **SAZÓN®** alcançou o maior índice de *Top of Mind* entre as marcas analisadas em sua categoria, ficando 49 pontos percentuais à frente da segunda colocada. A marca também liderou em consideração de compra, atingindo 80%, quase 30 pontos percentuais acima da concorrente seguinte.

“Para além do engajamento, a exposição pelo quarto ano consecutivo no *reality* vem trazendo reflexos diretos nos indicadores de negócio e nos ajudou a alcançar um recorde de presença em oito a cada dez lares brasileiros, o que equivale a cerca de 49 milhões de domicílios, demonstrando não apenas a ampla capilaridade, mas também a confiança construída ao longo do tempo e o valor gerado para o consumidor, que se torna cada vez mais fiel à marca ano após ano”, afirma Thiago Campos, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

A estratégia, desenvolvida em parceria com a Dentsu Creative, focou em interação e conversão direta. “A presença de SAZÓN® no BBB vem crescendo a cada ano. Em 2026, nosso desafio foi usar, estrategicamente, a alta visibilidade do *reality* e transformá-la em uma plataforma real de conversão e construção de marca. Toda comunicação focou em combinar criatividade, ações de merchandising semanais em programas estratégicos, atrelado a promoções no e-commerce e a jornada híbrida da TV e ambientes digitais, com uso de dados em tempo real. Os resultados mostram como, quando bem integrada, a experiência pode gerar impacto simultâneo em engajamento e métricas de negócio”, comenta Bruno Panico, VP de Negócios da Dentsu Creative.

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 Tempero SAZÓN®

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há mais de 35 anos no mercado e oferece diversas versões que tornam o dia a dia de seus consumidores mais prático e saboroso. Extremamente versátil, a marca possui versões ideais para cada tipo de prato, deixando-os deliciosos e permitindo que o consumidor inove e adicione seu toque pessoal às preparações. Os lançamentos mais recentes da marca são as linhas Meu Toque SAZÓN®, disponível nos sabores Caseiro, Ervas e Tomate e SAZÓN® Na Medida em três versões - 10 Vegetais, Cheiro-Verde e Tomate.



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.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br