

Menina que começou a fazer brownies vende 3 mil unidades em 90 dias

Com 15 anos, Maria Amélia faz sucesso com seus bolinhos nas escolas da Capital

GASTRONOMIA

GUSTAVO MARCHANT

gustavos@jcrs.com.br

Apenas 15 anos e 3 mil brownies vendidos em menos de 90 dias: esses números ajudam a entender a ascensão da adolescente Maria Amélia Comas, dona do **Brownie da Memé (@brownie_da_meme)**. O sobrenome e o talento vêm de uma família de mão cheia: Maria Amélia é neta de Aninha Comas, renomada cozinheira de Porto Alegre que lhe ensinou a receita, e filha de Maria Eduarda Comas, artista visual que auxilia no preparo.

O começo foi aos 9 anos, quando a pequena Memé, como é chamada pela família, já produzia fornadas. Acompanhando os dotes culinários da avó, os brownies destinavam-se a colegas de escola e parentes, responsáveis pelas primeiras vendas e pela remuneração usada para comprar bonecas.

Antes de virar negócio, a produção já fazia parte da rotina da menina, permitindo que desenvolvesse familiaridade com a receita e com a reação de quem provava os doces. "Todos os colegas diziam assim: 'ah, lanche coletivo, tem brownie da Memé'. Era uma loucura o tal do brownie", recorda a mãe, da época em que a marca já possuía até um perfil criado, logotipo e adesivos próprios, mas ainda não havia alcançado voos maiores.

Debutando no empreendedorismo

Foi durante uma viagem de comemoração de seus 15 anos à Europa, quando debutou e participou ao lado da avó de um curso de um dia na Le Cordon Bleu, em Paris, que Memé teve certeza de que queria seguir na gastronomia profissionalmente.

A experiência reforçou uma referência da infância e transformou o interesse pelos doces em projeto de futuro. No fim de 2025, buscando profissionalizar a marca, a família passou a pensar em detalhes burocráticos, como alvará de saúde, notas fiscais e outras questões necessárias para dar suporte à jovem, que está no colégio.

Em fevereiro deste ano, decidiram oferecer o produto a uma cafeteria de Porto Alegre que vendia brownies semelhantes aos de Memé, mas receberam uma negativa. A família então procurou uma alternativa no ambiente escolar.

"A gente levou uma amostra, eles gostaram do brownie, mas não queriam trocar de fornecedor, então decidimos ir para o colégio", diz Maria Eduarda, sobre a mudança para o Bar do Zé, no Colégio Farroupilha, onde Maria Amélia estuda. A escolha aproximou a marca do público que já conhecia o produto e permitiu testar a procura em um ponto de venda definido. Nesse espaço, criado após a recusa da cafeteria, o ritmo de produção e a dimensão da demanda começaram a mudar.

Febre no recreio

Na escola, o resultado foi surpreendente. No primeiro dia de venda, em 16 de março, os 15 brownies produzidos pela menina saíram rapidamente do expositor. A quantidade não foi suficiente para atender ao interesse no recreio, e a resposta indicou espaço para ampliar a produção.

O movimento transformou o colégio no primeiro ponto de venda regular da marca, conectando a rotina de estudante de Maria Amélia ao crescimento do empreendimento.

"Em 5 minutos, já tinha esgotado tudo", lembra Memé, do sucesso que resultou em 500 brownies comercializados em apenas duas semanas. Hoje, além do Bar do Zé — onde são entregues cerca de 150 unidades por semana —, os brownies estão disponíveis no Bar da Piscina, na Associação Leopoldina Juvenil, com o aval do chef Volmir, na Cantina do Colégio Província de São Pedro, na loja física da avó e por encomendas e delivery via iFood.

A expansão levou o produto a diferentes locais e formatos de compra, exigindo organização de entregas, encomendas e produção conforme a procura de cada ponto.

Uma das maiores demandas — e desafios — veio durante a Páscoa. O aumento dos pedidos, somado ao período de provas de Maria Amélia, fez com que toda a família colocasse a mão na massa. A situação evidenciou a necessidade de conciliar o crescimento



Maria Amélia, a avó e a mãe são as responsáveis pelo Brownie da Memé

da marca com as obrigações do colégio.

"Foi uma loucura. Era encomenda atrás de encomenda, e ela estava entrando na semana de provas. Aí eu olhei para ela e disse: 'não te preocupes, eu vou te abraçar'. Então, os dias foram assim: eu na cozinha, ela estudando, e nós fazendo brownies das 10h às 22h", rememora. O esforço manteve os pedidos durante a Páscoa sem afastar Maria Amélia dos estudos.

Receita para o futuro na gastronomia

Apesar da idade, Maria Amélia já tem seu horizonte traçado. Memé quer seguir o legado da avó, mas com foco em doces, já que Aninha é especialista em pratos salgados e tem, desde 1982, uma loja de alimentos congelados que leva seu nome no bairro Auxiliadora. A referência familiar aparece no aprendizado da receita e na possibilidade de transformar a atividade culinária em trajetória profissional, mas Maria Amélia delimita uma área própria para o futuro negócio.

A menina quer se formar em gastronomia, viajar o mundo para experimentar diferentes culturas e culinárias e abrir uma doceria. No curto prazo, a família busca expandir os sabores de brownie, que, segundo Maria Amélia, exigem várias fornadas de testes até bater o martelo.

Ela utiliza a textura fudgy, característica que garante um

brownie cremoso e úmido. Alcançar novos pontos comerciais para revenda também está no horizonte da marca — atualmente, o brownie é vendido aos lojistas por R\$ 6,50.

Para a volta às aulas pós férias de julho, a marca chega com

novidades: receita de branquinho feita com leite condensado.

Enquanto projeta a doceria e a graduação, ela mantém a produção ligada ao cotidiano escolar e ao apoio da mãe e da avó, decisivos para o avanço do Brownie da Memé.



A estudante toca o negócio com Aninha Comas e Maria Eduarda



Brownie de brigadeiro é o carro-chefe do Brownie da Memé