

Parceria entre 20Barra9 e Docile cria marshmallows para assar no churrasco

O novo produto está disponível em mercados da Grande Porto Alegre

➔ **NOVIDADE**

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Propondo a conexão através do fogo, a **Docile** e o **20Barra9** firmaram parceria com um novo produto: marshmallow para assar na brasa do churrasco. O item, que já chegou aos mercados, conta com os palitos para fixar os doces e realizar o aquecimento.

A colaboração entre as marcas busca, segundo Ricardo Heineck, presidente da Docile, e Martin Tellechea, um dos sócios do Grupo Manda Brasa e do 20Barra9, resgata e fortalece laços afetivos ao redor do fogo, integrando a tradição do

marshmallow tostado à cultura gaúcha do churrasco.

"O mais legal do produto em si é o ritual que ele ajuda a criar. Porque o consumidor vai estar com os filhos ali ao redor do fogo. De repente não assa uma carne, mas a primeira coisa que ele vai assar quando pequeninho é um marshmallow no fogo", compartilha Martin.

Para além de trazer um costume conhecido pela popularidade nos Estados Unidos para a cultura regional, Ricardo aponta que as marcas apostam na adesão em rituais próprios da cultura gaúcha.

"No mercado americano, está muito associado aos campos de férias e às fogueiras. Mas eu acho que tivemos o mérito de trazer isso para nossa cultura. Essa, eu acho que é a grande sacada que tivemos", compartilha.

Consumo fácil

Segundo Ricardo, o produto já existia dentro das linhas



Martin Tellechea, sócio do 20Barra9, e Ricardo Heineck, presidente da Docile, apresentam a novidade

regulares da Docile, mas, após a colaboração entre as empresas, ele chega com um novo visual e propondo uma nova experiência, podendo ser adquirido em unidades do Zaffari em Porto Alegre.

"Junto com a embalagem, já vêm os palitos prontos para assar. Então, é aquela experiência descomplicada. Isso facilita muito essa experiência e o compartilhamento familiar", explica, detalhando que a inclusão dos palitos exigiu um processo de montagem manual em formato de ateliê.

Já os marshmallows feitos para assar sempre necessitam de uma formulação diferente para chegar à consistência desejada após o processo de preparação.

"Tem que ser um pouquinho mais firme, porque senão, quando coloca em contato com o fogo, derrete muito rápido. Se ele tem um pouquinho mais de textura, pode conseguir deixar ele macio e dar a tostadinha que deixa o sabor caramelo", detalha.

Parceria e prospecções

Compartilhando estratégias de divulgação da nova parceria, o 20Barra9, lança uma nova sobremesa ao cardápio, feita com base no marshmallow, junto a um mousse de chocolate com praliné de nozes, podendo ser adquirida pelo valor de R\$ 35,00. Segundo Martin, um dos diferenciais dessa sobremesa é a apresentação do doce, que compõe o prato em formato de espetinho.

"Temos o espetinho do mesmo tamanho aqui, por exemplo, de coração de galinha. Então é para fazer essa brincadeira mesmo com o churrasco", conta.

Para o empreendedor, esse novo produto é uma oportunidade de fortalecer o nome do 20Barra9 e do grupo Manda Brasa, chegando em lugares que vão além dos estabelecimentos e adentrando a casa dos consumidores. "Isso reforça a nossa lembrança de marca", explica.

Considerado um sucesso de vendas em pouco tempo de lançamento, segundo Ricardo, a repercussão do novo marshmallow se expandiu para fora do Estado e o produto já se encontra esgotado em alguns mercados. "É uma experiência que confirma que foi um sucesso", garante.



A nova sobremesa do 20Barra9 foi criada com o marshmallow

Oh Brüder vai abrir em Shopping a céu aberto na Zona Sul de Porto Alegre

➔ **NOVIDADE**

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Após anos ouvindo dos próprios clientes que faltava uma cafeteria com a proposta da **Oh Brüder** na Zona Sul de Porto Alegre, a marca de cafeterias decidiu transformar o desejo antigo em expansão. **A cafeteria prepara, para dezembro, a abertura de uma nova unidade** com cerca de 130 m² no Otto 2500 Shopping, localizado na avenida Otto Niemeyer, nº 2500, no bairro Camaquã.

Pensado como um centro de conveniência para a vizinhança, o Otto 2500 é um mall da Dallasanta, com 3,5 mil m² de área bruta locável e 100 vagas

de estacionamento. O empreendimento reúne 30 marcas, entre elas nomes conhecidos como Rissul, Panvel, Smart Fit e O Boticário.

O franqueado que tocará a unidade da Zona Sul do Oh Brüder já era cliente da cafeteria desde a pandemia e decidiu empreender no segmento após conhecer a oportunidade, como conta João Otto, nome à frente da marca. "Ele ama café e, quando viu o nosso anúncio, falou: 'Vou empreender em algo que eu amo, que eu acredito e com uma marca que me conecta de verdade'", diz.

Segundo João, a rede já ambicionava um imóvel na Zona Sul, mas só agora, somado ao desejo do franqueado, surgiu um espaço amplo, com pé-direito



A unidade da Zona Sul ficará no complexo Otto 2500

alto, estacionamento e estrutura compatível com a proposta. "Em duas semanas, a gente fechou tudo. Agora, é marreta na obra", destaca.

Da matriz no Passo d'Areia à sexta unidade

A chegada acontece em meio à expansão da marca, criada em 2019 pelos em-

presários João Otto e Renato Hahn, inspirados nas cafeterias australianas. Com matriz no Passo d'Areia e outra loja própria no bairro Bela Vista, a Oh Brüder aderiu ao franchising em 2024, com a primeira unidade franqueada inaugurada em outubro daquele ano, no Bom Fim. Em 2025, chegou a Novo Hamburgo, sua primeira loja fora da Capital, e, neste ano, a Canoas. A nova loja, no Otto 2500 Shopping, será a sexta da marca.

A Oh Brüder se apresenta como torrefação urbana de cafés especiais, com grãos de produtores brasileiros torrados pela própria casa e diferentes métodos de extração. O carro-chefe é o brunch, que inclui pães de queijo, cinnamon rolls e panquecas americanas.