

GELEIA ARTESANAL DE MARACUJÁ E MERCADO CONSUMIDOR***ARTISAN PASSION FRUIT JELLY AND CONSUMER MARKET***

Taís Cristina de Oliveira – tais.oliveira22@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP

Fábio Roberto Leonel – fabio.leonel3@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP

DOI: 10.31510/infa.v21i1.1975

Data de submissão: 15/04/2024

Data do aceite: 10/03/2024

Data da publicação: 20/06/2024

RESUMO

Este artigo aborda a produção e comercialização de geleia artesanal de maracujá, explorando técnicas de produção, desafios, estratégias de marketing e oportunidades de mercado. Este produto representa uma alternativa saudável e autêntica para os consumidores, oferecendo uma experiência única de sabor e qualidade. Apesar dos desafios, o mercado de alimentos naturais e artesanais oferece oportunidades significativas para o segmento dos consumidores que busca inovar, diferenciar seus produtos e atender à crescente demanda.

Palavras-chave: Produtos naturais.Maracujá.Comércio.Cliente.

ABSTRACT

This article addresses the production and commercialization of artisanal passion fruit jelly, exploring production techniques, challenges, marketing strategies and market opportunities. This product represents a healthy and authentic alternative for consumers, offering a unique experience of flavor and quality, however, producers may face challenges related to the preservation of nutritional properties, competitiveness when compared to industrialized products and similar products. Despite the challenges, the natural and artisanal foods market offers significant opportunities for the consumer segment that seeks to innovate, differentiate its products and meet growing demand.

Keywords: Natural products.Passion fruit.Commerce.Customer.

1 INTRODUÇÃO

A geleia de maracujá, uma iguaria tropical que une doçura e acidez em uma combinação irresistível, tem conquistado cada vez mais apreciadores ao redor do mundo. Sua história rica e

multicultural remonta às raízes sul-americanas, onde era apreciada pelos povos nativos antes de ser disseminada pelos colonizadores europeus para outras regiões. Hoje, no contexto contemporâneo marcado pela busca por alimentos naturais e de alta qualidade, a geleia artesanal de maracujá emerge como uma opção promissora que resgata tradições culinárias e oferece uma experiência gastronômica autêntica.

Este produto se tornou um acompanhamento versátil, seja para pães, bolos ou até mesmo como cobertura para sorvetes. Originária da América do Sul, tem uma história rica e multicultural, sendo disseminada pelos colonizadores europeus para outras partes do mundo, onde ganhou popularidade. Como afirmou a renomada escritora brasileira, Clarice Lispector, “A geleia de maracujá é uma prova de que a gastronomia é capaz de unir culturas e criar um verdadeiro banquete de sabores”.

No contexto contemporâneo, marcado pela globalização e pela industrialização dos alimentos, tem levantado preocupações substanciais quanto à qualidade nutricional dos produtos processados. “Quanto mais processado for o alimento, pior ele é para você” (Pollan, 2009). A crescente prevalência de doenças crônicas relacionadas à dieta, como diabetes e obesidade, amplifica a urgência de opções alimentares mais saudáveis e naturais.

Outro ponto que chama a atenção: a geleia de maracujá “artesanal” se destaca como uma solução promissora, sua confecção a partir de ingredientes naturais, oferece uma alternativa saudável e autêntica para os consumidores exigentes e conscientes. Ao adotar métodos artesanais de produção, evita-se o uso de aditivos prejudiciais e processos industriais intensivos. Além disso, a produção artesanal promove práticas agrícolas sustentáveis, contribuindo para a conservação ambiental, inclusive.

No entanto, a produção de geleia de maracujá não está livre de desafios. Um dos obstáculos principais reside na preservação das propriedades nutricionais e do sabor característico do maracujá ao longo do processo de produção e armazenamento. O maracujá é conhecido por conter compostos bioativos, como flavonoides, vitamina C e fibras. Contudo, fatores como o calor e a oxidação, durante a preparação da geleia, podem levar à perda ou degradação desses elementos essenciais, comprometendo, assim, a qualidade nutricional do produto final (SEBRAE, 2016).

Assim sendo, este projeto tem como objetivo proporcionar uma visão abrangente sobre a produção agroindustrial de geleia de maracujá, abordando as etapas do processo, desde a escolha e aquisição da matéria-prima até mesmo quanto à estruturação das estratégias de mercado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Técnicas de produção artesanal de geleia de maracujá

Segundo ABIA (2001) antes de tudo, é essencial escolher maracujás maduros e de boa qualidade para a produção da geleia. Os maracujás muito maduros podem não fornecer a quantidade adequada de pectina para a gelificação, enquanto os muito verdes podem resultar em uma geleia com sabor ácido demais. Portanto, é importante encontrar um equilíbrio na maturidade da fruta (FRUTICULTURA, 2014). Após a seleção, os maracujás são lavados cuidadosamente para remover qualquer sujeira ou resíduos. Em seguida, são cortados e a polpa é removida, separando-a das sementes e da casca. A polpa é então processada para remover as sementes, garantindo uma textura suave na geleia final.

Na sequência são incluídos ingredientes necessários para a gelificação. Os ingredientes básicos incluem açúcar e pectina. O açúcar é essencial não apenas para adoçar a geleia, mas também para ajudar na conservação e na formação do gel. A pectina é um agente gelificante natural encontrada em muitas frutas, incluindo o maracujá, e é responsável por dar consistência à geleia (FRUTICULTURA, 2014). A mistura de polpa de maracujá, açúcar e pectina é levada ao fogo para iniciar o processo de cozimento. É importante cozinhar a mistura em fogo baixo, mexendo constantemente para evitar que grude no fundo da panela e queime. Durante o cozimento, os açúcares se dissolvem, formando uma calda espessa e viscosa (COELHO, 2008).

À medida que a mistura atinge uma temperatura específica, a pectina presente na fruta se ativa, formando uma estrutura gelatinosa que dá consistência à geleia. O tempo de cozimento varia dependendo da quantidade de pectina presente na fruta e da consistência desejada para a geleia (RESOSEMITO, 2012). Assim que atingir o ponto desejado de gelificação, a geleia é retirada do fogo e imediatamente envasada em potes esterilizados. Os potes são preenchidos até a borda e vedados hermeticamente para garantir a conservação adequada.

Após o envase, os potes de geleia são deixados em temperatura ambiente para esfriar e estabilizar. Conforme a geleia esfriar, ela adquire uma consistência firme e gelatinosa. Uma vez resfriada, a geleia está pronta para ser armazenada ou consumida.

A produção artesanal é um processo que requer habilidade, paciência e dedicação. Desde a seleção cuidadosa da fruta até o envase final, cada etapa é importante para garantir um

produto de qualidade superior. Com técnicas adequadas e ingredientes de alta qualidade, é possível produzir geleias de maracujá deliciosas e irresistíveis.

2.2 Desafios na produção e armazenamento da geleia artesanal de maracujá

Um dos principais desafios na produção do produto é a preservação das propriedades nutricionais e sensoriais da fruta. No entanto, durante o processo de cozimento e envase da geleia, esses compostos podem ser perdidos ou degradados devido ao calor e à oxidação (COELHO, 2014).

Para enfrentar esse desafio, os produtores devem adotar técnicas de processamento que minimizem a perda de nutrientes. Isso pode incluir o uso de temperaturas mais baixas durante o cozimento, o envase rápido da geleia após atingir o ponto desejado de gelificação e o armazenamento adequado para evitar a oxidação (ELISEU, 2017).

Além disso, a escolha de ingredientes frescos e de alta qualidade é fundamental para garantir que a geleia preserve o sabor e aroma característicos do maracujá.

Outro desafio enfrentado na produção de geleia é manter um controle de qualidade rigoroso ao longo de todo o processo. Desde a seleção da fruta até o envase final, é importante garantir que cada etapa seja realizada com precisão e cuidado para evitar problemas de qualidade (COELHO, 2014).

Isso inclui a inspeção da fruta para detectar sinais de deterioração, a higienização adequada de todos os equipamentos e utensílios, o monitoramento constante da temperatura durante o cozimento e o teste regular da geleia finalizada para garantir sua consistência e sabor (RESOSEMITO, 2012).

Uma estratégia comum é utilizar métodos de processamento que ajudem a preservar a geleia por mais tempo, como a pasteurização ou o envase a vácuo. Esses métodos ajudam a eliminar microrganismos indesejados e a prolongar a vida útil do produto sem comprometer sua qualidade (SEBRAE, 2011).

Além disso, a escolha de embalagens adequadas e o armazenamento em condições controladas de temperatura e umidade também podem ajudar a manter a qualidade da geleia por mais tempo (SOLER, 1991).

2.3 Demanda do mercado de alimentos naturais

A demanda por alimentos naturais tem crescido significativamente nos últimos anos e esse aumento na demanda tem sido especialmente evidente no mercado de geleias artesanais, como a geleia de maracujá, que oferecem uma alternativa saudável e autêntica aos produtos processados industrialmente (SEBRAE, 2011).

Em um mundo dominado por produtos industrializados e padronizados, há uma crescente valorização dos alimentos artesanais, que são percebidos como mais autênticos, saborosos e feitos com cuidado e dedicação. As geleias artesanais de maracujá destacam-se nesse aspecto, oferecendo uma experiência gastronômica única e uma conexão com técnicas tradicionais de produção (MANICA, 1981).

2.4 Marketing e posicionamento de mercado

O marketing e o posicionamento de mercado desempenham um papel fundamental no sucesso de qualquer produto. Nesta seção, exploraremos as estratégias de marketing e posicionamento de mercado que podem ser adotadas pelos produtores de geleia artesanal de maracujá para alcançar o sucesso no mercado. Uma das primeiras etapas no desenvolvimento de uma estratégia de marketing eficaz é identificar o público-alvo. No caso da geleia artesanal de maracujá, o público-alvo pode incluir consumidores que valorizam alimentos naturais e saudáveis, apreciam produtos artesanais. Compreender as necessidades, preferências e comportamentos desse público-alvo é essencial para direcionar as estratégias de marketing de forma eficaz.

O desenvolvimento de uma marca forte e uma identidade visual marcante é crucial para diferenciar o produto no mercado. Isso inclui a criação de um nome de marca memorável, um logotipo atraente e embalagens distintas que comuniquem os valores da marca e atraiam os consumidores. A marca deve transmitir uma mensagem clara sobre a qualidade, autenticidade e valor do produto, criando uma conexão emocional com os consumidores. As estratégias de comunicação e promoção desempenham um papel vital em aumentar a conscientização sobre a geleia artesanal e estimular as vendas. Isso pode incluir o uso de mídias sociais, publicidade online e offline, eventos de degustação, parcerias com influenciadores e participação em feiras e eventos gastronômicos.

É importante estar atento ao feedback dos clientes e fazer ajustes estratégicos conforme necessário para garantir o sucesso contínuo da geleia artesanal de maracujá no mercado. Isso pode envolver a coleta de comentários dos clientes, monitoramento de tendências de mercado,

análise da concorrência e adaptação das estratégias de marketing com base nos insights obtidos. Ao permanecer ágil e receptivo às mudanças no mercado, os produtores podem manter sua relevância e continuar a atender às necessidades dos consumidores.

Em resumo, o marketing e o posicionamento de mercado desempenham um papel crucial no sucesso da geleia artesanal de maracujá, ajudando os produtores a atraírem e conquistar clientes, diferenciar seu produto da concorrência e construir uma marca forte e duradoura.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo trata-se de uma pesquisa de campo. Toda investigação deve ter suas delimitações previamente definidas, assim, visto a necessidade de atender as pretensões apresentadas neste projeto optou-se por esse tipo de pesquisa de natureza exploratória, já que envolve pesquisa em campo para maior aprofundamento sobre o tema e para tornar transparentes os levantamentos acerca dos questionamentos suscitados (LAKATOS; MARCONI, 2011).

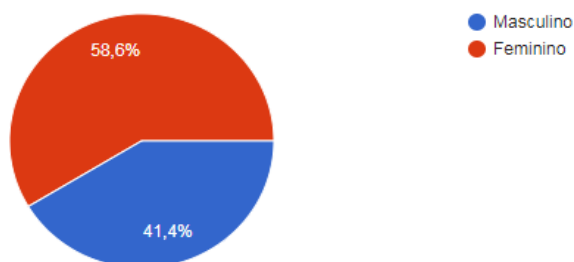
Realizou-se uma pesquisa bibliográfica e de acordo com Lakatos e Marconi (2011), a pesquisa bibliográfica é o levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. O seu intuito é fazer com que o pesquisador entre em contato direto com o material escrito sobre um assunto delimitado. Segundo Oliveira e Espíndula (2013) a análise bibliográfica é uma estratégia na identificação de evidências existentes com o objetivo de fundamentar uma prática de saúde nas diversas especialidades.

Foram identificadas fontes que fossem capazes de responder a problemática do trabalho, levando em consideração as que continham informações sobre a temática. E para isto, realizou-se um levantamento, por meio das bases de dados virtuais: SCIELO e Google Acadêmico. Utilizamos um questionário estruturado como instrumento de coleta de dados. O questionário foi disponibilizado por meio do WhatsApp, por meio de um link compartilhado com o grupo. No total, foram enviados 200 questionários, e obtivemos uma taxa de resposta de 80%, garantindo a eficácia na obtenção das informações necessárias para condução da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

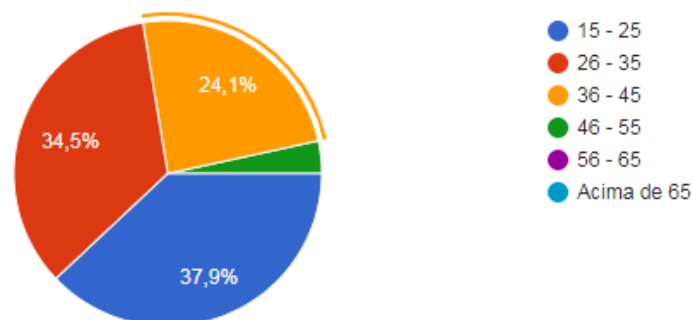
Os resultados de gênero e idade (entrevistados) são apresentados pelos gráficos 1 e 2.

Gráfico 1: Gênero dos entrevistados



Fonte: Autores (2024)

Gráfico 2: Idade dos entrevistados

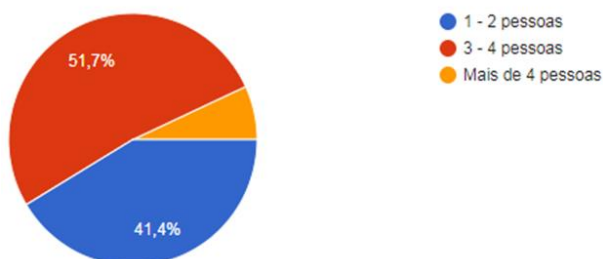
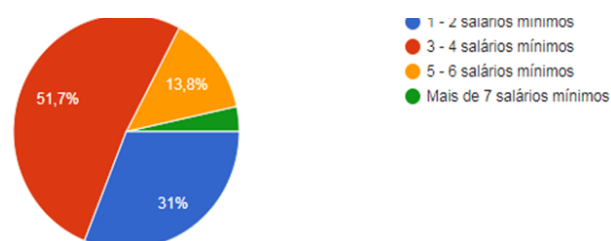


Fonte: Autores (2024)

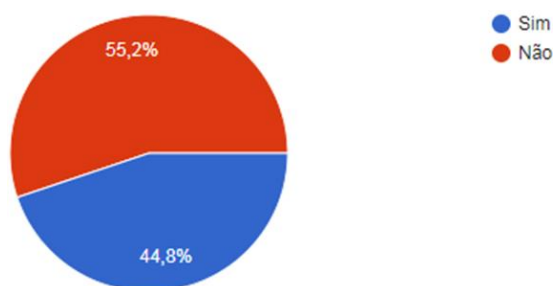
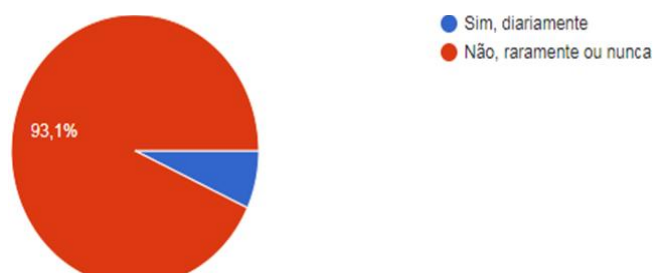
O perfil dos entrevistados para a pesquisa sobre a produção e comercialização do produto é o seguinte: Gênero: do sexo feminino (56,6%), visto que (41,4%) são do sexo masculino. E sobre a faixa etária: A maioria dos entrevistados está na faixa etária acima de 65 anos.

Essas informações podem ser úteis para desenvolver estratégias de marketing direcionadas para esse público. Por exemplo, as mensagens de marketing podem ser moldadas para ressoar com mulheres na faixa etária de 65 anos que têm interesse em geleia artesanal. Além disso, esses dados podem ajudar a identificar oportunidades de mercado e desafios específicos para esse grupo demográfico.

Os estudos de Eliseu (2017) corroboram, mencionando que a compreensão profunda das preferências do consumidor, como o interesse em geleia artesanal de maracujá, permite uma abordagem mais direcionada e pode resultar em uma resposta mais positiva do público-alvo. Por outro lado, Coelho e Salomão (2014) destacam a importância de entender os desafios específicos enfrentados por esse grupo demográfico, como possíveis limitações de acesso à tecnologia, o que poderia influenciar a forma como as estratégias de marketing são implementadas.

Gráfico 3: Números de pessoas por família**Fonte:** Autores (2024)**Gráfico 4:** Renda familiar dos entrevistados**Fonte:** Autores (2024)

A maioria dos entrevistados (51,7%) mora com 3-4 pessoas, enquanto 41,4% moram com 1-2 pessoas. Isso sugere que a geleia pode ser comercializada como um produto para famílias, já que muitos dos entrevistados vivem em lares com múltiplos membros (Gráficos 3 e 4). Além disso, a maior parte dos entrevistados (51,7%) vive com 3-4 salários-mínimos, 31% com 1-2 salários-mínimos e 13,3% com 5-6 salários-mínimos. Isso indica que o produto deve ser precificado de forma acessível para atender a maioria dos entrevistados.

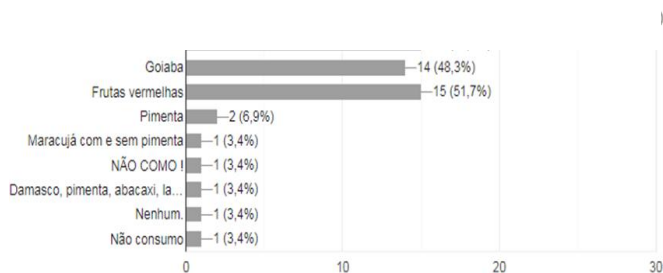
Gráfico 5: Consumo de geleia artesanal**Fonte:** Autores (2024)**Gráfico 6:** Frequência de consumo**Fonte:** Autores (2024)

Quanto a consumo e frequência de consumo (Gráficos 5 e 6), 44,8% dos entrevistados disseram que consomem geleia artesanal, enquanto 55,2% disseram que não consomem. Isso sugere que há um mercado significativo para geleia artesanal, mas também indica que há uma oportunidade para aumentar a conscientização e o interesse pelo produto entre aqueles que atualmente não o consomem a grande maioria dos entrevistados (93,1%) disse que raramente ou nunca consome geleia em suas refeições. Isso sugere que pode haver uma oportunidade para

educar os consumidores sobre as várias maneiras de incorporar geleia em suas refeições e destacar os benefícios de fazê-lo.

Aguiar et al. (2016) menciona que a preferência por produtos artesanais pode ser influenciada por fatores como a busca por qualidade e autenticidade. Isso pode explicar por que 44,8% dos entrevistados consomem geleia artesanal, sugerindo que esses consumidores valorizam o aspecto artesanal do produto. Coelho (2008) explica que as barreiras percebidas pelos consumidores são essenciais para desenvolver estratégias de marketing eficazes que possam aumentar tanto a conscientização quanto o consumo da geleia artesanal de maracujá.

Gráfico 7: Conhecimento sobre sabores



Fonte: Autores (2024)

Gráfico 8: Frequência de compra



Fonte: Autores (2024)

Os gráficos 7 e 8 mostram os resultados da pesquisa sobre a familiaridade das pessoas com diferentes sabores de geleia e seus hábitos de compra. Muitas pessoas estão familiarizadas com sabores como morango, framboesa e laranja. Os sabores como pêssego e groselha, têm uma menor familiaridade. A geleia de morango é a mais popular, ao redor de 90% de familiaridade entre os entrevistados (Gráfico 7).

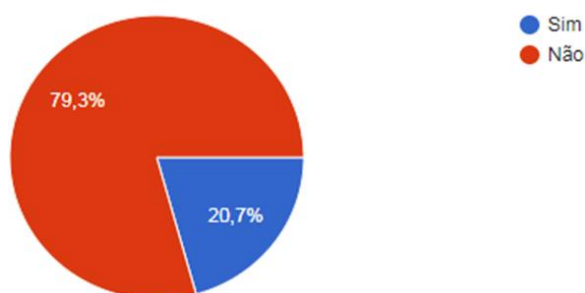
Já no Gráfico 8 observamos que embora muitas pessoas estejam familiarizadas com os sabores, nem todas compram geleia com frequência. A maioria dos entrevistados adquirem geleia ocasionalmente, enquanto uma parcela representa raramente ou nunca a compra. Isso sugere que a familiaridade não necessariamente se traduz em consumo regular. Em resumo, a pesquisa destaca a popularidade da geleia de morango e a necessidade de promover sabores menos conhecidos para aumentar as vendas. Além disso, é importante entender que a familiaridade não garante a compra frequente.

Coelho e Salomão (2014) mencionam que a familiaridade com um produto não implica diretamente em uma decisão de compra. Isso é evidenciado no texto quando observamos que, apesar da alta familiaridade com sabores tradicionais de geleia como morango, framboesa e

laranja, não há uma correspondência proporcional em termos de frequência de compra. Por outro lado, Eliseu (2017) corrobora com a ideia de que a popularidade de um sabor não garante sua aquisição constante pelos consumidores. O estudo destaca que, mesmo para a geleia de morango, que apresenta quase 90% de familiaridade entre os entrevistados, isso não se traduz necessariamente em vendas regulares.

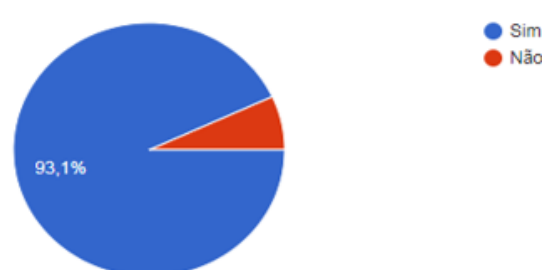
Os três gráficos seguintes (9, 10 e 11) fornecem informações sobre diferentes aspectos de preferências e comportamentos dos consumidores.

Gráfico 9: Você experimentou sabor diferente nos últimos seis meses?



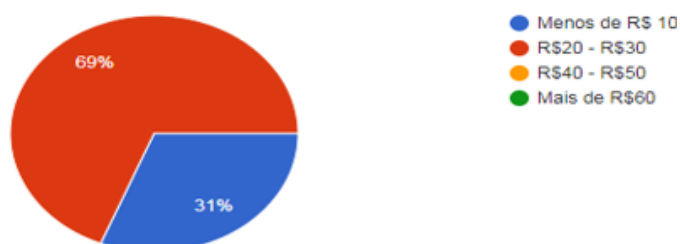
Fonte: Autores (2024)

Gráfico 10: Preço está relacionado à qualidade do produto



Fonte: Autores (2024)

Gráfico 11: Valor pago ao pote de geleia artesanal



Fonte: Autores (2024)

Experimentação de Marcas: Os resultados (Gráfico 9) evidenciam que a maioria dos consumidores está disposta a experimentar novas marcas. Cerca de 60% dos entrevistados afirmam ter experimentado uma marca diferente nos últimos seis meses. Isso sugere que as empresas têm oportunidades para atrair novos clientes, mas também precisam manter a fidelidade dos clientes existentes.

Relação entre Preço e Qualidade: observa-se (Gráfico 10) que a maioria dos consumidores associa qualidade a um preço mais alto. 75% dos entrevistados concordam que produtos mais caros geralmente são de melhor qualidade. Isso destaca a importância de posicionar produtos de forma estratégica com base na percepção de valor dos clientes.

Preço Máximo para Geleia Artesanal: o Gráfico 11 revela que a maioria dos consumidores está disposta a pagar até R\$10 por um pote de geleia artesanal. Isso pode ser útil para empresas ao definir seus preços e segmentar o mercado. Aguiar et al. (2016) menciona que a disposição dos consumidores para experimentar novas marcas pode ser influenciada por fatores como campanhas de marketing e a força da identidade da marca. Isso pode explicar por que 60% dos entrevistados afirmaram ter experimentado uma marca diferente nos últimos seis meses. Coelho e Salomão (2014) já observaram em suas pesquisas que os consumidores têm um limite de preço para produtos artesanais, como sorvete, o que é corroborado pelo gráfico que indica que a maioria está disposta a pagar até \$10. Isso ressalta a importância de entender a disposição de gasto do consumidor para a precificação e segmentação de mercado.

Neste sentido, Coelho (2008) destaca a relevância de processos artesanais na preservação das qualidades sensoriais e nutricionais dos alimentos. Os resultados do estudo sobre a produção de geleia de maracujá reforçam essa visão, apontando para a necessidade de técnicas que minimizem a perda de compostos bioativos durante o processo de produção.

5 CONCLUSÕES

A produção e comercialização de geleia artesanal de maracujá têm um papel significativo no mercado de alimentos naturais e artesanais, oferecendo aos consumidores uma alternativa saudável, saborosa e culturalmente rica. Este estudo revelou que, apesar dos desafios enfrentados na produção, como a preservação das propriedades nutricionais e sensoriais da fruta, existe um mercado crescente para esses produtos. A busca por alimentos mais naturais e de alta qualidade está impulsionando a demanda, criando oportunidades significativas para os produtores.

Os dados da pesquisa indicaram que a maior parte dos entrevistados está disposta a pagar até R\$10 por um pote de geleia artesanal, o que reflete a necessidade de precificação acessível para atender a maior parte do mercado consumidor. Além disso, a familiaridade com sabores tradicionais como morango, framboesa e laranja é alta, porém não necessariamente se

traduz em consumo regular, sugerindo a necessidade de estratégias de marketing eficazes para promover sabores menos conhecidos, como a geleia de maracujá.

O perfil demográfico dos consumidores revelou uma predominância de mulheres na faixa etária acima de 65 anos, que vivem em lares com múltiplos membros e possuem uma renda familiar de 3-4 salários-mínimos. Esses dados são cruciais para direcionar as estratégias de marketing e posicionamento de mercado, criando campanhas que ressoem com esse público específico.

A fundamentação teórica deste estudo destacou a importância de técnicas adequadas de produção para minimizar a perda de nutrientes, como o uso de temperaturas mais baixas durante o cozimento e o envase rápido. A literatura também enfatiza a necessidade de controle rigoroso de qualidade e a escolha de ingredientes frescos e de alta qualidade para garantir que a geleia mantenha o sabor e aroma característicos do maracujá. Estratégias como a pasteurização e o envase a vácuo foram sugeridas como métodos eficazes para prolongar a vida útil do produto sem comprometer sua qualidade.

Em termos de marketing, a criação de uma marca forte e uma identidade visual marcante foram apontadas como essenciais para diferenciar o produto no mercado. A comunicação eficaz através de mídias sociais, publicidade, eventos de degustação e parcerias com influenciadores foram recomendadas para aumentar a conscientização e as vendas.

Portanto, a geleia artesanal de maracujá apresenta um potencial significativo no mercado de alimentos naturais e artesanais. Com dedicação, inovação e um compromisso com a qualidade, os produtores podem aproveitar as oportunidades do mercado, diversificar seus sabores, segmentar adequadamente o mercado, expandir para canais de distribuição alternativos e focar na sustentabilidade para alcançar novos públicos e contribuir para o crescimento sustentável do setor de alimentos artesanais.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, V. F. et al. Desenvolvimento de geleia mista de maçã e mel: análise da viabilidade através da aceitação sensorial. *Conexões - Ciência e Tecnologia*, [s.l.], v. 10, n. 3, p.78-84, 28 nov. 2016. IFCE. <http://dx.doi.org/10.21439/conexoes.v10i3.860>.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DA ALIMENTAÇÃO. *Legislação Brasileira para geleia de frutas*. 2001.

COELHO, M. T. *Pectina: Características e Aplicações em Alimentos*. Trabalho Acadêmico – Universidade Federal de Pelotas. Disciplina de Seminários em Alimentos, 2008.

FRUTICULTURA: Comercialização do Maracujá. Disponível em: <<http://www.fruticultura.iciag.ufu.br/maracuja2.html#30> – COMERCIALIZAÇÃO DO MARACUJÁ>. Acesso em:

COELHO, T. SALOMÃO, R. Os usos múltiplos do maracujá, 2014. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2014/09/os-usos-multiplos-do-maracuja.html>

ELISEU. Conheça a história das geleias, 2017. Disponível em: <http://www.caminhodovinho.tur.br/conheca-a-historia-das-geleias/>

MANICA, I. Fruticultura tropical 1 : Maracujá. São Paulo: Agronômica Ceres, 1981. 151 p.
THESAURUS. Enciclopédia Britânica, 2018. Disponível em: http://correiogourmand.com.br/info_03_dicionarios_gastronomicos_alimentos_conservas_geleias.ht

SEBRAE. O cultivo e o mercado do maracujá. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-cultivo-e-o-mercado-do-maracuja,108da5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em:

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. Fabricação de Geléia de Fruta Diet. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/>>

SOLER, M. P. et al. Industrialização de frutas: manual técnico. Campinas : ITAL, Rede de Informações de Tecnologia Industrial Básica, 1991. 206 p.

RESOSEMITO, F. S., et al. Aproveitamento da Casca do Maracujá na Elaboração de Geleia de Maracujá com Pimenta Malagueta (*Capsicum frutescens*): Formulação, Preparação, Caracterização Físico-Química e Avaliação Sensorial. In: VII Congresso Norte e Nordeste de Pesquisa e Inovação – CONNEPI, Palmas. Anais... Palmas: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, 2012

ZERAIK, M. L, PEREIRA, C. A. M., ZUIN, V. G., YARIWAKE, J. H. Maracujá: um alimento funcional? Revista Brasileira de Farmacognosia.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em: <http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view> acessado em 03/04/2024.

FONSECA, Randal. **Expropriação de propriedade intelectual**.