

Análise comparativa da perspectiva da ranicultura em Aracaju

Comparative analysis of the perspective of ranching in Aracaju

DOI:10.34117/bjdv8n5-153

Recebimento dos originais: 21/03/2022

Aceitação para publicação: 29/04/2022

Gladslene Góes Santos Frazão

Doutora

Instituição: Faculdade Pio Décimo

Endereço: Av. Tancredo Neves, 5655 Jabutiana, Aracaju-Se CEP: 49095-000

E-mail: gladsgoes@gmail.com

Rafaela Prado Gomes

Pós Graduanda

Instituição: Faculdade Pio Decimo

Endereço: Av. Tancredo Neves, 5655 Jabutiana, Aracaju-Se CEP: 49095-000

E-mail: rafaelapradogomes@gmail.com

Janisleidy Dos Santos Silva

Graduação

Instituição: Profissional Liberal

Endereço: Av. Prefeito Heraclito Rolemberg, 1049. Farolândia, Aracaju-SE

E-mail: cleidy_janis@hotmail.com

Mariana Paes dos Anjos

Graduação

Instituição: Profissional Liberal

Endereço: Av. Prefeito Heraclito Rolemberg, 1049. Farolândia, Aracaju-SE

E-mail: marip.anjos@gmail.com

RESUMO

A ranicultura é uma atividade econômica que está em constante crescimento tanto no Brasil como no mundo. Com o passar dos anos ocorreram adaptações em relação aos sistemas de criação, evolução quanto ao manejo, eficiência na alimentação e estudos da sua biologia. O consumo de rã no país atualmente está vinculado a pessoas com alto poder aquisitivo e se concentra principalmente nos estados do sudeste do país. Esse projeto visa pesquisar sobre a aceitabilidade da população de Aracaju quanto ao consumo dessa carne, uma vez que não foram encontrados trabalhos sobre o assunto referentes a região. A metodologia empregada foi a realização de um questionário, a coleta de dados, análise e discussão dos resultados. Os resultados demonstram que há um aumento gradativo quanto a aceitação desse produto no mercado, apesar da grande rejeição e ignorância por parte do público.

Palavras-chave: consumo, rã, carne, aracaju, brasil.

ABSTRACT

Raniculture is an economic activity that is constantly growing both in Brazil and worldwide. Over the years there have been adaptations in relation to breeding systems,

evolution in handling, efficiency in feeding and studies of its biology. Frog consumption in the country is currently linked to people with high purchasing power and is mainly concentrated in the southeastern states of the country. This project aims to research about the acceptability of the population of Aracaju regarding the consumption of this meat, since no works on the subject related to the region were found. The methodology used was a questionnaire, data collection, analysis and discussion of results. The results demonstrate that there is a gradual increase in the acceptance of this product in the market, despite the great rejection and ignorance on the part of the public.

Keywords: consumption, frog, beef, aracaju, brazil.

1 INTRODUÇÃO

O consumo de rãs é um hábito antigo, sendo datada no século XIX em países europeus como a Suíça, a França e a Itália, difundindo para outras regiões do mundo, como o Chile, os Estados Unidos e Cuba, que foi o primeiro país a utilizar a rã para comercialização de carne em 1917. No Brasil, foi em 1935 que teve início desse meio de produção, no estado do Rio de Janeiro, com a criação de rã-touro americana (*Lithobates catesbeianus*).

A prática de consumir a carne de rã limitava-se a famílias de baixa renda, que capturavam o animal na natureza para complementar sua alimentação. Tempos depois, os restaurantes utilizavam essa carne como entradas e tira-gostos, fazendo com que a comercialização desse produto começasse a ganhar destaque. Acredita-se que no país os maiores consumidores de rã se encontram nas camadas de maior renda e melhor nível social, que têm o poder aquisitivo para degustarem de comidas consideradas exóticas nos restaurantes, enquanto a população mais carente continua a obter essa carne através da caça.

Um fator importante para que o consumo desse produto cresça é, principalmente, a familiarização da carne de rã. A ranicultura no país é considerada uma prática recente, pode-se afirmar que uma grande parte da população brasileira não tem conhecimento sobre essa carne como fonte de alimento. No Brasil a maior comercialização do produto se encontra entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, o que não significa a ausência de comércio para esse produto nas demais regiões do país.

Dessa forma, foi observada a necessidade de indagar ao público consumidor quanto ao consumo de do produto, para conhecer as facilidades e os desafios que um produtor de ranicultura enfrenta no cenário atual. O presente projeto tem como objetivo analisar o perfil do consumidor de rã em Aracaju, para exibir a possibilidade eficaz de

uma abertura no comércio dentro da região. Diante do exposto, questiona-se: qual a aceitabilidade do mercado de rã na cidade de Aracaju?

2 MATERIAL E MÉTODOS

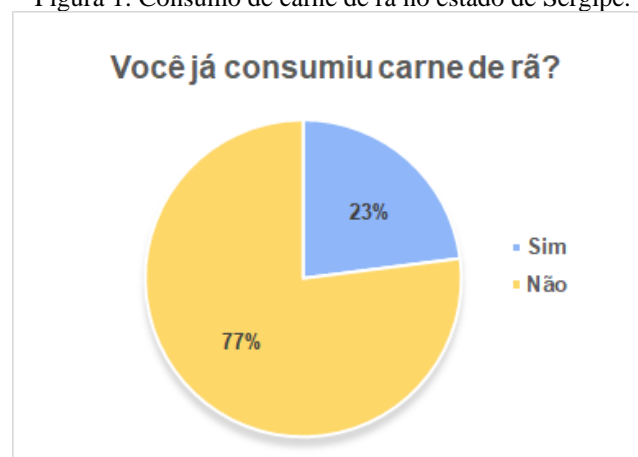
Essa pesquisa foi realizada através do aplicativo intitulado *Software Aplicativo Google Docs*, uma vez que a formulação do questionário e sua acessibilidade por parte do público é mais fácil. Com a elaboração das perguntas, a pesquisa foi iniciada e compartilhada majoritariamente por meio de aplicativo de mensagens.

A metodologia foi utilizada com o objetivo de simplificar a resolução do questionário, permitindo aos entrevistados poderem responder no momento que acharem mais conveniente. Ao terminar a coleta de dados, eles foram organizados por questões e analisadas as respostas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O questionário foi realizado de forma virtual, com nove perguntas de alternativas referentes ao consumo de carne de rã no estado de Sergipe, recebendo a resposta de 240 pessoas no total.

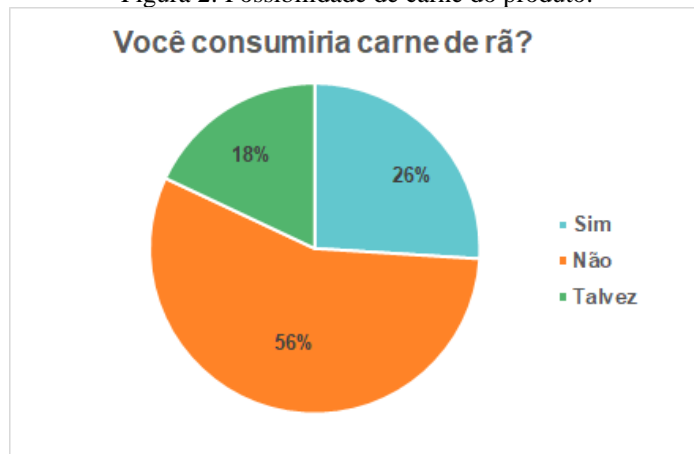
Figura 1: Consumo de carne de rã no estado de Sergipe.



Segundo o Gráfico 1, com o resultado de 77%, a maioria das pessoas nunca consumiram a carne de rã. Em contrapartida, apenas 23% responderam que já a usufruíram.

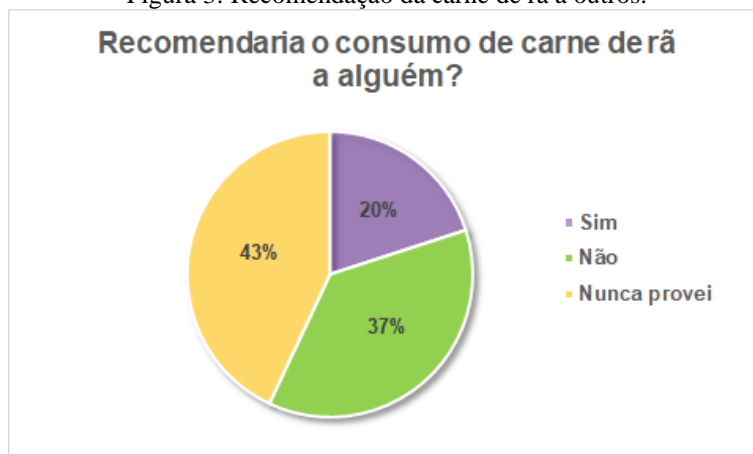
As decisões não são muito diferentes se comparadas com as de GAVIÃO (2016), que obteve 75% de respostas negativas e apenas 25% afirmativas.

Figura 2: Possibilidade de carne do produto.



No segundo esquema, é possível observar que dessas pessoas, somente 26% disseram que consumiriam o produto, já 56% disseram que não possuem interesse em provar, resultando em 18% que assinalaram em talvez.

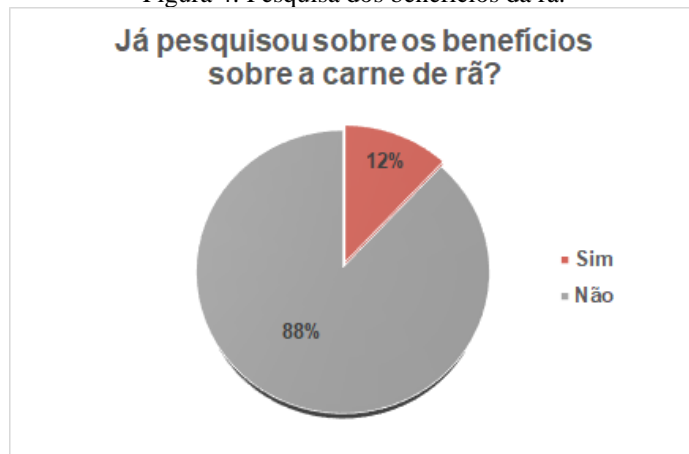
Figura 3: Recomendação da carne de rã a outros.



O terceiro diagrama foi questionado sobre a recomendação do consumo da carne, com a maioria (43%) tendo apontado que nunca provaram seguido pelas pessoas que não a fariam (37%) e por último as que exprimiram que sim (20%).

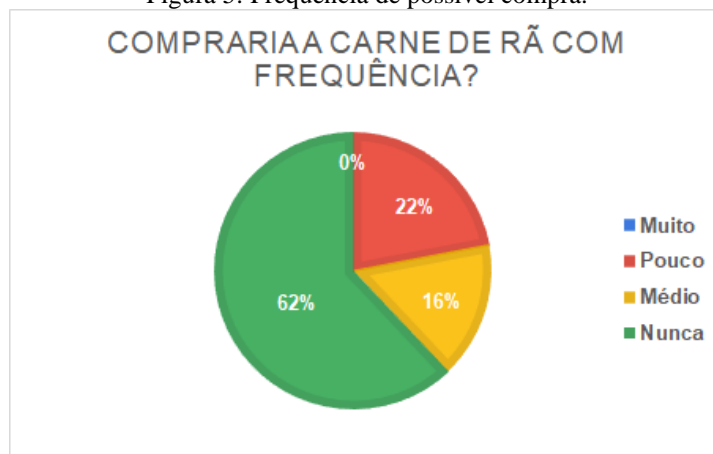
Já em outros trabalhos 73,6% afirmam que não fariam a recomendação, seguido de 23,6% que iriam e apenas 2,9% nunca provaram.

Figura 4: Pesquisa dos benefícios da rã.



Quando questionados se já haviam pesquisado sobre os benefícios da carne de rã, o gráfico 4 ilustra que a maior porcentagem das respostas foi não (88%) e somente 12% assinalaram que sim.

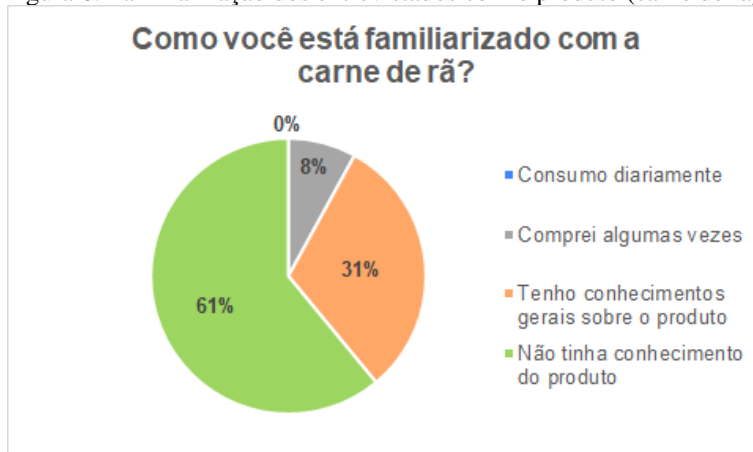
Figura 5: Frequência de possível compra.



Quando a pergunta foi sobre a frequência que comprariam o produto, muitos apontaram que nunca (62%), apenas 22% escolheram que adquiriria pouco, a escolha “médio” ficou com 16% e ninguém marcou a opção muito.

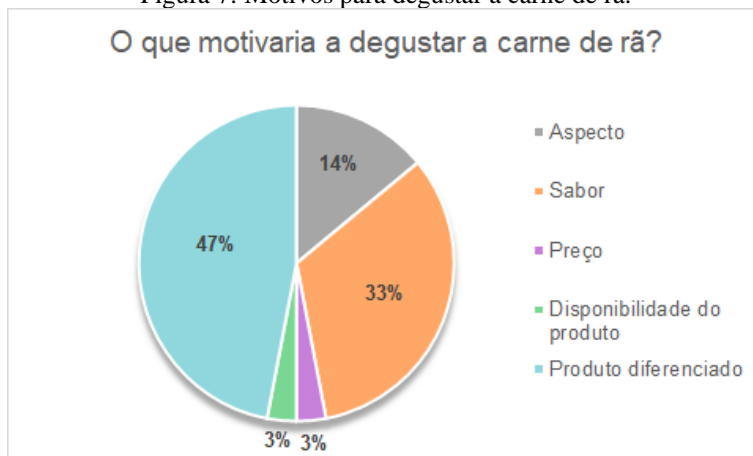
De acordo com GAVIÃO (2016), a maioria assinalou a opção pouco (48,6%), seguida por aqueles que escolheram nunca (34,1%), depois por quem compraria bastante (11,5%) e por último os que adquiririam muito (5,8%).

Figura 6: Familiarização dos entrevistados com o produto (carne de rã).



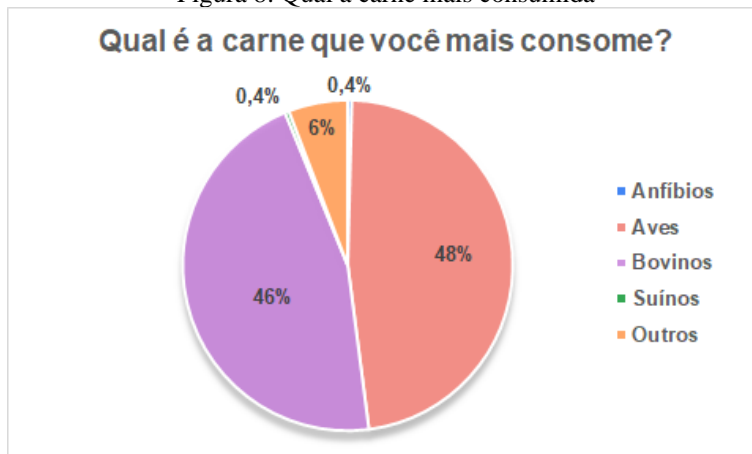
No sexto esquema, é possível observar que a maioria dos entrevistados não tinha o conhecimento sobre o produto (61%), seguido pelas pessoas que possuem conhecimentos gerais (31%), depois as que já compraram algumas vezes (8%) e ninguém marcou que consome diariamente.

Figura 7: Motivos para degustar a carne de rã.



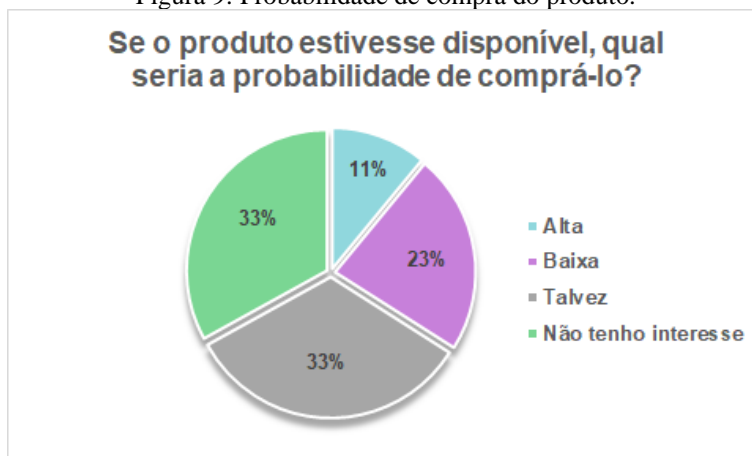
O sétimo diagrama, apenas 3% das respostas foram que o preço seria o maior motivador para degustar a carne de rã, contrapondo os 47% que afirmaram que seria por ser um produto diferenciado, já o aspecto instigaria 14% das pessoas e 3% dos votos foi obtido tanto por conta da disponibilidade do produto quanto pelo preço.

Figura 8: Qual a carne mais consumida



Quando a questão foi qual a carne que o público mais consome, a maioria opta pela a de aves (47,5%), seguido por 45,8% que prefere a bovina, enquanto anfíbios e suínos receberam 0,4% dos votos ambos e 5,8% optaram por outros.

Figura 9: Probabilidade de compra do produto.



Como é possível observar pelo nono gráfico, se o produto estivesse disponível, apenas 11% dos entrevistados teriam alta probabilidade de comprá-lo, já a opção baixa ficou com 23%, seguido por talvez que apresentou 33%, e que não possui interesse (33%).

4 CONCLUSÃO

O questionário apresentou que, apesar da comercialização de rã ainda ter um público pequeno, com apenas 23% tendo provado o produto, ele apresenta um potencial para o crescimento no futuro, uma vez que 26% responderam que a consumiriam e 18% afirmaram que talvez. Porém, no panorama atual, não haveria consumidores assíduos pelo artefato, já que 62% não o comprariam com frequência, demonstrando obstáculos para os

produtores interessados da região. O que evidencia a necessidade de investimento para o reconhecimento da ranicultura é o fato que grande parte das respostas foi sobre não conhecerem os seus benefícios, sendo indispensável explicar sobre seus valores nutricionais e suas vantagens à saúde.

Por ser um produto considerado uma iguaria, grande parte da população que respondeu às perguntas afirma que, por ser algo diferenciado, se sentiriam motivados a degustá-lo (47%), o que revalida a importância de procurar um nicho de mercado e, gradativamente, estimular o consumidor a procurar novas variações, dado que 61% argumentaram não tinham conhecimento sobre ele.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Aquaculture. **Aquaculture Brasil**. 2016. Disponível em: <http://www.aquaculturebrasil.com/categoria/colunas/ranicultura/page/2/>. Acesso em: 28 mar. 2020.

CARRARO, Karen Cristina. **Ranicultura: um bom negócio que contribui para a saúde**. Revista da Fae, Curitiba, v. 11, n. 1, p.111-118, 29 mar. 2020.

GAVIÃO, Edryse Nunes. **ANÁLISE DE MERCADO: POTENCIAL DA COMERCIALIZAÇÃO DA CARNE DE RÃ (*Lithobates catesbeianus*), NA FRONTEIRA OESTE**. 2016. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Pampa, Uruguaiana, 2016.

GOMES, Cássia de Oliveira Engelhardt. **PERSPECTIVAS PARA A RANICULTURA NO ESTADO DE RONDÔNIA**. 2008. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Rondônia, Cacoal, 2008.

OLIVEIRA, Elenise Gonçalves de. **RANICULTURA: NOVOS DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO MERCADO**. Ciência Animal, Fortaleza, v. 25, n. 1, p.173-186, 19 mar. 2020. Disponível em: http://www.uece.br/cienciaanimal/dmdocuments/palestra14_p173_186.pdf. Acesso em: 28 mar. 2020.

SILVA, Emanuel Teixeira da. **A RÃ-TOURO NORTE-AMERICANA (*LITHOBATES CATESBEIANUS*), UMA ESPÉCIE INVASORA NO BRASIL**. Researchgate, Minas Gerais, v. 7, n. 1, p.34-48, 28 mar. 2020.