



PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE DE RÃ

Desde a antiguidade, a humanidade faz o consumo da carne de rã, inclusive com frequência pelos povos indígenas. No Brasil, a ranicultura iniciou no ano de 1935 com a introdução da espécie exótica, rã touro gigante *Lithobates catesbeianus*, adaptada às condições climáticas do ambiente brasileiro como o seu rápido desempenho reprodutivo e produtivo. Os dados sobre o consumo de carne de rã, além dos benefícios à saúde, são escassos e há poucas informações sobre o perfil desses consumidores. Este trabalho teve como objetivo conhecer o perfil do consumidor e/ou potenciais consumidores da carne de rã. Para isso, foi aplicado um questionário *online*, por meio da plataforma GoogleForms®, composto por 21 perguntas, disponibilizado ao público, em todas as redes sociais, como *Instagram*, *Facebook* e *WhatsApp*. Além de dados socioeconômicos, como: idade, sexo, renda familiar, cidade e estado; o questionário abordou o consumo de carnes em geral, mas principalmente o consumo da carne de rã, questionando se o participante já consumiu, se tem interesse em experimentar e a frequência do consumo. Participaram desta pesquisa 255 pessoas de ambos os sexos, de 18 a 74 anos. Os dados foram tabulados e analisados no programa Microsoft Excel® (2016), e os resultados expressos em porcentagens. A maioria dos participantes foram da região sudeste, com idade entre 35-44 anos e renda familiar mensal de 1 a 3 salários mínimos. Cerca de 85% dos participantes consumiam algum tipo de carne diariamente, sendo apontada predileção pela carne de frango, seguida da bovina e suína. Outros tipos de carne, como caprina e ovina foram apontadas como as menos consumidas. Quase a totalidade dos entrevistados relataram já ter ouvido falar da carne de rã, apesar de somente 30% ter consumido, porém cerca de 70% demonstrou interesse em consumir a carne de rã. Os motivos apontados para não consumir a carne de rã foram o preço, aparência e falta de oferta no mercado, o desconhecimento das formas de criação, valor nutricional e procedência. Os consumidores de carne de rã compreendem que este alimento é saudável e com sabor suave, no entanto, foi relatado a pouca disponibilidade nos estabelecimentos. Sugere-se aprimorar o marketing dessa carne para aumentar a oferta e o consumo, e promover atividades que permitam à população conhecer novas formas de preparo, consumo e informações nutricionais.

Palavras chaves: carnes exóticas, marketing, consumo, anfíbio

Apoio Financeiro: Pró-reitoria de Pesquisa da Universidade de Vassouras