



**RESULTADO DE ENCUESTAS REALIZADAS EN CUATRO CIUDADES
DEL PERÚ RESPECTO A LA TENENCIA Y COMERCIO DE FAUNA
SILVESTRE**

MAYO 2015





RESULTADO DE ENCUESTAS REALIZADAS EN CUATRO CIUDADES DEL PERÚ RESPECTO A LA TENENCIA Y COMERCIO DE FAUNA SILVESTRE

© Wildlife Conservation Society (WCS)

Cita sugerida:

Wildlife Conservation Society. 2015. *Resultado de encuestas realizadas en cuatro ciudades del Perú respecto a la tenencia y comercio de fauna silvestre*. Lima, Perú.

INDICE DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	5
2.	OBJETIVOS	6
2.1.	OBJETIVO GENERAL	6
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
3.	METODOLOGÍA	7
4.	RESULTADOS.....	7
4.1.	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	7
4.1.1.	<i>Edad y sexo</i>	8
4.1.2.	<i>Grado de instrucción</i>	9
4.1.3.	<i>Nacionalidad</i>	9
4.2.	MOTIVACIONES PARA ASISTIR A UN LUGAR DONDE VENDEN O EXHIBEN FAUNA	9
4.2.1.	<i>Público en mercados</i>	9
4.3.	TENENCIA DE ANIMALES SILVESTRES COMO MASCOTA	13
4.4.	CONOCIMIENTO SOBRE LAS REGULACIONES QUE APLICAN A LA TENENCIA DE FAUNA SILVESTRE.....	18
4.5.	PERCEPCIÓN DE LOS RIESGOS Y CONSECUENCIAS DE LA TENENCIA DE ANIMALES SILVESTRES COMO MASCOTA.....	20
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	22

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de Encuestas Realizadas por Ciudad y Público Objetivo.....	8
Tabla 2. Distribución de la Muestra Según Rango de Edad	8
Tabla 3. Respuesta a la Pregunta ¿Tiene o ha Tenido un Animal Silvestre en Casa?.....	13
Tabla 4. Relación entre la Tenencia de Fauna Silvestre como Mascota y la Asistencia del Público a Lugares Donde Puede Observar Fauna Silvestre Fuera del Hogar	17
Tabla 5. Conocimiento de los Encuestados sobre la Legalidad de Tener Animales Silvestres como Mascota.....	19

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Distribución de la Población Encuestada, Según Sexo y Edad	9
Gráfico 2 Motivos para Venir al Mercado	10
Gráfico 3 Actitud del Público sobre la Venta de Animales Silvestres Vivos en Mercados	11
Gráfico 4 Respuestas a la Pregunta ¿Habría Venido Aunque No Hubiera Animales en Exhibición?	12
Gráfico 5 Lugares donde Obtuvieron Animales Silvestres Mascota.....	14
Gráfico 6 Principales Formas de Obtención de Animales Silvestres Mascota	15
Gráfico 7 Motivación para la Tenencia de Animales Silvestres como Mascota.....	15
Gráfico 8 Condiciones de la Tenencia de Animales Silvestres Mascota	16
Gráfico 9 Tenencia de Animales Silvestres como Mascota, Por Persona que Asisten a Zoológicos, Centros Recreacionales y ANP Observa Fauna	18
Gráfico 10 Percepción de peligros relacionados a los animales silvestres	21
Gráfico 11 ¿Considera que los animales silvestres se encuentran bien estando en una casa?	21

1. INTRODUCCIÓN

Una de las mayores amenazas para la conservación de la biodiversidad es el creciente comercio mundial de especies silvestres, estimándose que más del 25% de este comercio a nivel mundial ocurre de manera ilegal (Karesh et.al 2005). Las condiciones en las que se capturan, transportan y comercializan los animales silvestres resultan, la mayoría de los casos, en la muerte del animal, por lo que se estima que los volúmenes extraídos son mucho mayores que los observados en la venta al público. Aquellos que sobreviven, son sujetos a técnicas de manejo que no alcanzan estándares mínimos de bioseguridad y bienestar animal. Asimismo, cada uno de los ejemplares retirados de su medio natural y movilizado para su comercialización transporta consigo parásitos y potenciales patógenos que son de esta manera introducidos a nuevas áreas y poblaciones inmunológicamente indefensas, constituyendo un riesgo para la salud (Smith et al 2012); mientras que se evaden las normas cuarentenarias y tributarias aplicadas al comercio formal de animales o productos animales. De esta manera, el tráfico de fauna silvestre constituye un crimen contra la fauna que afecta directamente la vida y bienestar de los animales, amenaza la biodiversidad y pone en riesgo la salud humana.

En Perú, el mercado ilegal de fauna silvestre es principalmente abastecido por comunidades amazónicas donde los pobladores locales se ven involucrados en una actividad ilegal de la que obtienen escasas ganancias, amenazando sus propios recursos de subsistencia (Gonzales 2003). Desde estas comunidades, la fauna es transportada por vía fluvial y terrestre para ser vendida en mercados, exhibida como atracción turística, o mantenida como mascota. El artículo 308 del código penal indica que la adquisición, venta, transporte y almacenamiento de productos o especímenes de fauna silvestre sin la debida autorización están prohibidos y se encuentran sujetos a 3-5 años de cárcel. No obstante, esta medida parece no ser efectiva para desalentar el uso y consumo de fauna, que continua siendo una práctica común y visible en la mayoría de las ciudades de Perú.

Se estima que una mayor afluencia de público a las regiones donde la tenencia de animales silvestres como mascota es común puede contribuir a un aumento sustancial de la demanda de fauna (Bush et al 2014). El hábito de los pobladores locales de tener mascotas silvestres, el turismo creciente, y el mayor flujo de capitales y población trabajadora hacia la Amazonia, podrían representar una expansión del público consumidor en el corto plazo, haciendo necesario que se tomen medidas urgentes para prevenir un aumento insostenible en la demanda de fauna. Algunas iniciativas en curso para combatir el tráfico ilegal de fauna, como la campaña “Tu casa no es mi hogar” lanzada por el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre – SERFOR en el 2013 y la campaña “DenunciaFauna” llevada a cabo por Neotropical Primate Conservation – NPC a través de redes sociales, están orientadas a promover la participación ciudadana a nivel urbano, desalentando el comercio de fauna o incitando que éste sea denunciado, con un alcance limitado debido a su concentración en Lima y las redes sociales (Facebook).

Siendo evidente que las normas, medidas de control y campañas de sensibilización aplicadas hasta el momento aún no son efectivas en reducir el tráfico de fauna, es necesario entender mejor cuales los determinantes del mercado nacional de fauna que deben atacarse para frenar esta actividad ilegal. Desde el lado de la demanda, nos vemos en la necesidad de entender la percepción de la población que participa en el tráfico de manera activa: comprando, vendiendo o teniendo fauna, o pasiva: al ser un mudo espectador de la exhibición, venta y tenencia de animales de procedencia ilegal.

Las investigaciones en el tráfico de fauna a nivel nacional indican que más del 80% del tráfico visible se concentra en los mercados de Lima, Tumbes, Loreto y Ucayali (Mendoza et al 2013, 2014, 2015; Gil 2010; Ríos 2008), donde se venden diariamente animales capturados en su estado silvestre, sin permisos de caza, transporte o comercialización; es decir, de manera ilegal. Buscamos entender la percepción de los ciudadanos de estas regiones sobre su participación en el uso de fauna silvestre, ya sea adquiriendo o manteniendo animales mascota, así como asistiendo a centros de recreación o entretenimiento que exhiben fauna silvestre; entender su preferencia por las mascotas silvestres, y explorar su nivel de conocimiento sobre la ilegalidad del uso y comercio no regulado de fauna silvestre, así como de las consecuencias de tener un animal silvestre como mascota. Entendiendo porque la gente se involucra en la compra y tenencia de fauna, esperamos contribuir al desarrollo de estrategias orientadas a reducir la participación del público en el tráfico ilegal, y alentar su participación en la protección de la fauna y promoción del turismo sostenible.

De esta manera, con la finalidad de identificar y evaluar los comportamientos de la población peruana susceptibles al cambio en relación al tráfico ilegal de fauna, entre diciembre del 2014 y marzo del 2015, se realizó una encuesta en cuatro ciudades del Perú sobre el uso y comercio de animales silvestres vivos. Las lecciones y recomendaciones emergentes de esta actividad informarán el proceso de construcción de la Estrategia Nacional para combatir el tráfico de fauna silvestre en Perú.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

- Evaluar la percepción de la población urbana de cuatro ciudades del Perú sobre la tenencia y comercio de animales silvestres vivos.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar motivaciones para el uso de animales silvestres vivos en distintos ámbitos urbanos.
- Explorar las conductas que determinan la tenencia de mascotas silvestres.
- Estimar el porcentaje de la población que se encuentra informada sobre la normatividad que aplica a la tenencia de fauna.
- Evaluar el conocimiento de los encuestados sobre las consecuencias de la tenencia de mascotas silvestres.

3. METODOLOGÍA

Se trabajó en cuatro ciudades de Perú: Iquitos, Lima, Tumbes y Ucayali, identificadas previamente como nodos principales del tráfico de fauna. La población objetivo estuvo conformada por personas de ambos sexos, entre 18 y 65 años, que acudan a mercados, veterinarias, zoológicos, y centros recreacionales donde se exhibe fauna silvestre. El cuestionario utilizado para la encuesta consta de 35 preguntas, incluyendo preguntas dicotómicas y preguntas de opción múltiple.

Se excluyeron de la encuesta: los trabajadores de zoológicos, los familiares de otro encuestado, y las personas que no tenían ni habían tenido animales silvestres en las encuestas realizadas en clínicas veterinarias. También fueron excluidas las encuestas que al momento del llenado no incluyeron los datos demográficos necesarios para el análisis.

Se estimó la frecuencia de respuesta para cada pregunta. Los resultados fueron confrontados en tablas de convergencia, evaluando si existe asociación mediante la prueba de Chi2 y exacta de Fisher, dependiendo del número de observaciones en cada caso. Las variables que mostraron asociación al análisis exploratorio fueron utilizadas en el análisis bivariado y multivariado, mediante regresión logística y modelos lineales generalizados. Todos los análisis se realizaron considerando un nivel de significancia del 5%, mediante el programa estadístico STATA 12.0.

4. RESULTADOS

4.1. Características demográficas de la población encuestada

Se encuestó un total de 597 personas en 4 ciudades del Perú, luego de verificar la información y aplicando los criterios de inclusión y exclusión establecidos, se obtuvo 554 aptas para el análisis. La distribución de las encuestas fue equitativa para todas las ciudades y públicos objetivos,

excepto en el caso de Tumbes donde actualmente no hay zoológicos o mini-zoológicos operativos.

Tabla 1.

Número de Encuestas Realizadas por Ciudad y Público Objetivo

Población Objetivo					
Ciudad	Público, Mercados y Recreos	Público, Restaurantes	Público, Zoológicos	Propietarios, Veterinarias	Total
Iquitos	32	32	31	37	132
Lima	38	39	39	38	154
Pucallpa	38	39	40	40	157
Tumbes	34	39	0	38	111
Total	142	149	110	153	554

4.1.1. Edad y sexo

La población en estudio estuvo conformada por 296 mujeres y 258 hombres, teniendo una distribución pareja dentro de los distintos rangos de edad utilizados para la evaluación.

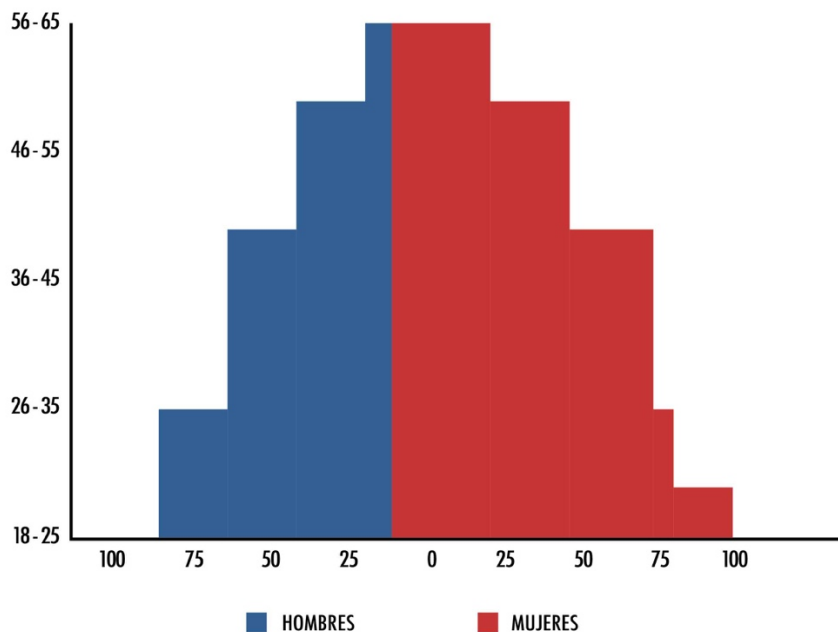
Tabla 2.

Distribución de la Muestra Según Rango de Edad

Edad	Encuestados	
	n	%
56-65	43	56-65
46-55	94	46-55
36-45	131	36-45
26-35	150	26-35
18-25	156	18-25
Total	574	100.00

Gráfico 1

Distribución de la Población Encuestada, Según Sexo y Edad



4.1.2. Grado de instrucción

El 54% de los encuestados contaba con estudios superiores completos y 36% había concluido la secundaria, mientras que menos del 1% no contaba con ningún grado de instrucción.

4.1.3. Nacionalidad

Tan sólo 10 de los encuestados residía fuera de Perú, en Colombia (1), EE.UU. (2), España (1), Japón (1) y Ecuador (4). Para el análisis, se incluyó únicamente ciudadanos peruanos con residencia en Perú.

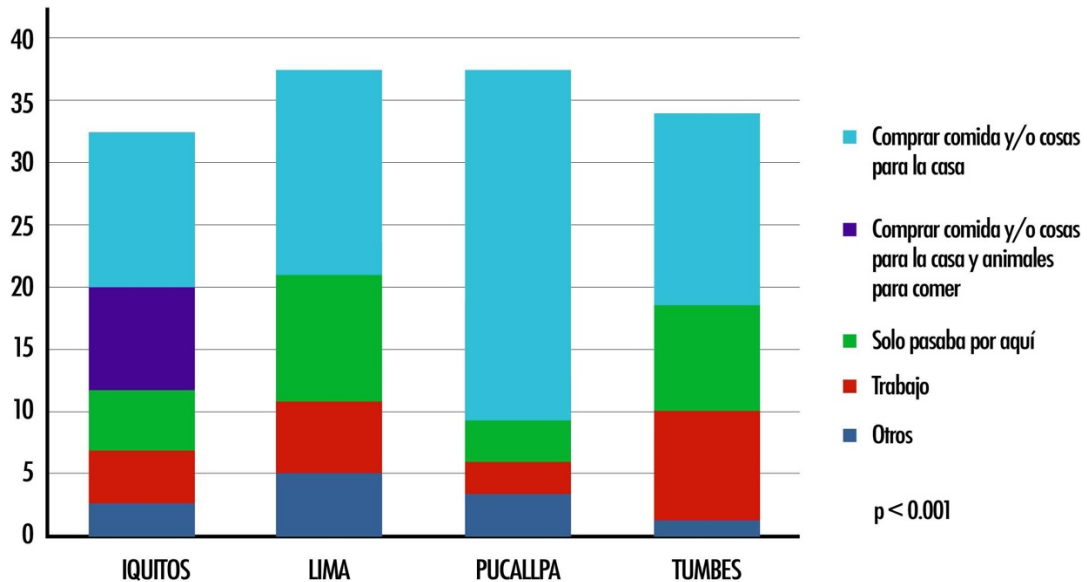
4.2. Motivaciones para asistir a un lugar donde venden o exhiben fauna

4.2.1. Público en mercados

Ante la pregunta *¿Para qué ha venido aquí hoy?*, ninguno de los encuestados contestó que se encontraba en el mercado para comprar animales como mascota. El 58% indicó que venía al mercado como consumidor - a comprar comida y/o cosas para la casa - y tan sólo el 6% de ellos indicó que también compraría animales para consumo, todos ellos en Iquitos.

Gráfico 2

Motivos para Venir al Mercado



Motivos mencionados con menor frecuencia fueron el paso casual por el mercado, el trabajo o búsqueda de trabajo, y venir al mercado a comer, entre otros.

El 30% de los encuestados indicó que alguna vez compro animales vivos allí y 17 de ellos (43%) compró animales silvestres. La mayoría (65%) de los que indicó comprar animales domésticos, lo hizo con fines de crianza o consumo, mientras que los animales silvestres fueron generalmente adquiridos como mascota o para ornato (76%).

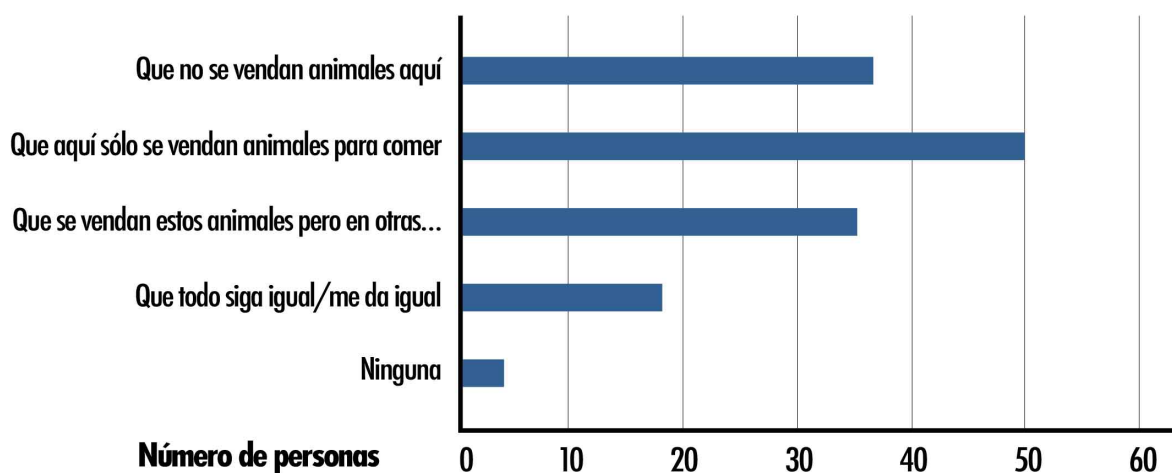
El 25% de las personas encuestadas en los mercados, incluso de aquellos que no vinieron a hacer compras, afirmaron haber pasado el mismo día de la encuesta por la sección de animales vivos del mercado, indicando que por lo menos un cuarto de la población está expuesta a animales vivos durante su paso por el mercado.

Asimismo, el 89% de los encuestados indicó que sabía de la venta de animales silvestres antes de venir al mercado, el 73% confirmó haber visto que en ese mercado se venden animales silvestres vivos. Incluso el 63% de las personas que no pasaron el día de la encuesta por la sección de animales, ha visto personalmente que en ese mercado se venden animales silvestres vivos, confirmando que la venta de fauna silvestre en estos mercados es ampliamente conocida por la población local.

Respecto a la actitud de las personas sobre la venta de animales silvestres, cerca del 85% de los encuestados comentaron su disconformidad con la venta de animales silvestres vivos en mercados, indicando que preferirían que no se vendan animales silvestres en el mercado (25.4%), que deberían venderse sólo animales para consumo (35,2%) o que los animales deberían venderse en otras condiciones (24,6%). Otros cambios sugeridos en los mercados fueron mayor orden y limpieza, mayor organización, mejor infraestructura y la formalización de los vendedores del mercado. El 14% (n=21) fueron indiferentes y no deseaban ningún cambio o indicaron que preferían que todo siga igual.

Gráfico 3

Actitud del Público sobre la Venta de Animales Silvestres Vivos en Mercados



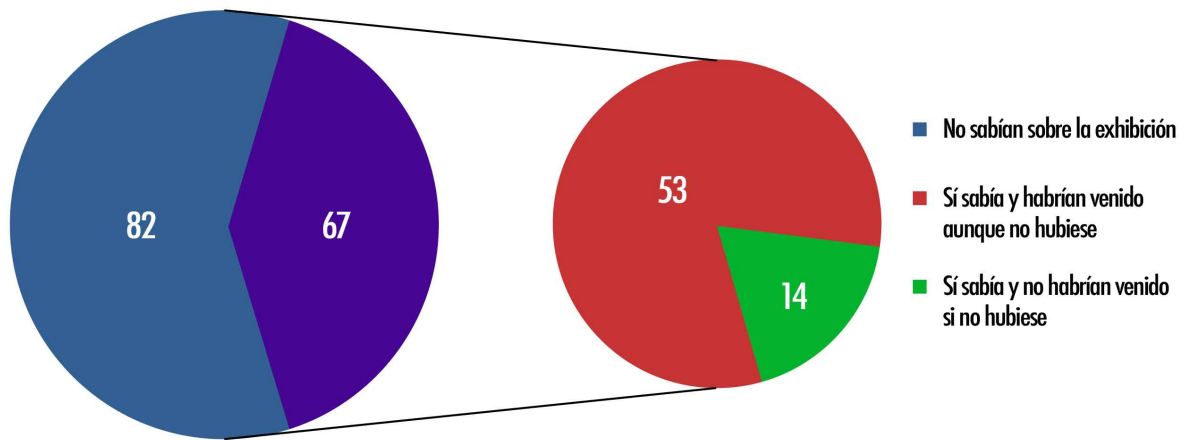
4.2.2. Público de restaurantes o centros recreacionales que exhiben fauna

Algunos restaurantes, recreos campestres y/o turísticos suelen tener animales silvestres en exhibición con el propósito de atraer y entretener a los comensales o visitantes. Ante la pregunta ¿Para qué ha venido aquí hoy?, sólo el 7% mencionó que asistía para ver a los animales silvestres en exhibición, aunque más de la mitad (54%) de los encuestados indicó que había ido o iría a ver a los animales ese día. Las motivaciones principales para fueron pasar un rato con la familia (36,2%) y comer (34,2%).

El 55% de los encuestados (n=82) indicó que no sabía de la exhibición de animales antes de llegar al lugar por primera vez. Aunque de aquellos que sí sabían, un 20% no hubiese asistido de no haber animales silvestres en exhibición.

Gráfico 4

Respuestas a la Pregunta ¿Habría Venido Aunque No Hubiera Animales en Exhibición?



El 80% (n=118) de los encuestados se mostró favorable a la exhibición de animales silvestres, indicando que le gustaría que hayan más animales (40%), que los animales estén en mejores condiciones (28%) o que todo siga igual (13%). Únicamente 15% de los encuestados preferirían que no haya animales y el 5% se mostró indiferente al respecto.

Además, 62% de los encuestados se mostró interesado en interactuar con los animales silvestres en exhibición y el 77% de ellos pagarían por hacerlo.

4.2.3. Público de zoológicos y mini zoológicos

Ante la pregunta *¿Para qué ha venido aquí hoy?*, únicamente el 28% de los encuestados refirieron que asistieron con el propósito de ver los animales, aunque casi todos (97%) mencionó que habían ido o irían a ver los animales en exhibición. Nuevamente la motivación más frecuente fue el pasar un rato con la familia (46%).

Las principales razones para ir a ver los animales es que gustan de ellos (“porque me gustan”, “porque es bonito” o porque lo consideran educativo (“para conocerlos” “para que mis hijos aprendan”).

El 73% (n=77) de los encuestados reportó que no estaban conformes con el zoológico en su estado actual y sugirieron como cambios reportaron cambios relacionados a los animales, principalmente que haya más animales (46%), y que les gustaría mejores condiciones para los animales (36%).

El 77% de los encuestados estaría interesado en interactuar con los animales, y la mayoría de ellos (71%) pagaría por ello.

4.3. Tenencia de animales silvestres como mascota

La mayoría de los entrevistados indicó tener o haber tenido un animal silvestre como mascota en casa. El hecho de tener o haber tenido como mascota un animal silvestre no estuvieron relacionados a la ciudad, edad, sexo o grado de instrucción de los encuestados.

Tabla 3.

Respuesta a la Pregunta ¿Tiene o ha Tenido un Animal Silvestre en Casa?

Características de la población	No		Sí		P-valor
	n	%	n	%	
Total encuestados	159	28.7	395	71.3	
Ciudad					
Iquitos	34	25.8	98	74.2	0.092
Lima	54	35.1	100	64.9	
Pucallpa	47	29.9	110	70.1	
Tumbes	24	21.6	87	78.4	
Población objetivo					
Mercado	56	39.4	86	60.6	0.725
Restaurante/Recreo	52	34.9	97	65.1	
Zoo/minizoo	41	37.3	69	62.7	
Sexo					
Mujeres	88	29.7	208	70.3	0.566
Hombres	71	27.5	187	72.5	
Edad					
18-25	47	30.1	109	69.9	0.948
26-35	38	26.4	106	73.6	
36-45	35	28.0	90	72.0	
46-55	26	29.9	61	70.1	
56-65	13	31.0	29	69.0	
Grado de instrucción					

Ninguno	1	20.0	4	80.0	0.470
Primaria completa	10	19.6	41	80.4	
Secundaria completa	60	30.2	139	69.8	
Superior	88	29.4	211	70.6	

La mayoría de los encuestados adquirió los animales mediante la compra en mercados o como un regalo de una tercera persona. El 83% (n=312) de los encuestados que sabían dónde adquirir animales silvestres, indicaron que éstos se venden en el mercado.

Gráfico 5

Lugares donde Obtuvieron Animales Silvestres Mascota

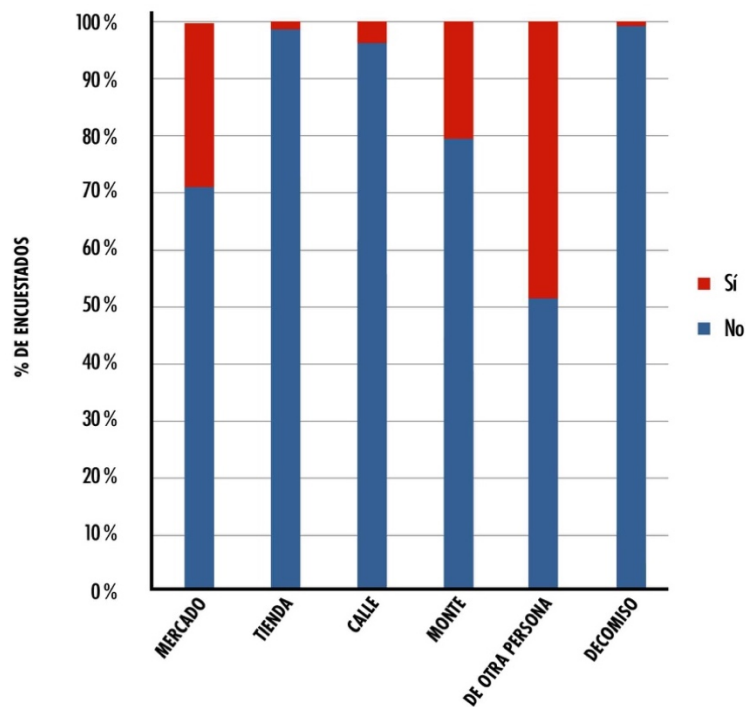
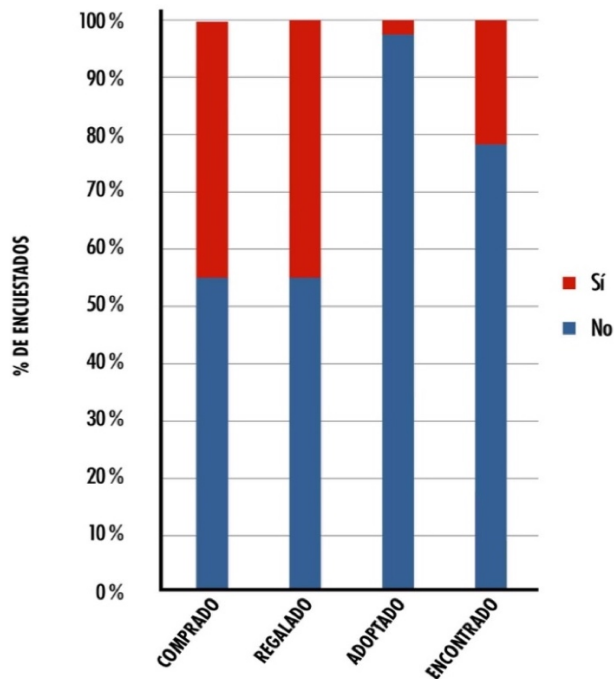


Gráfico 6

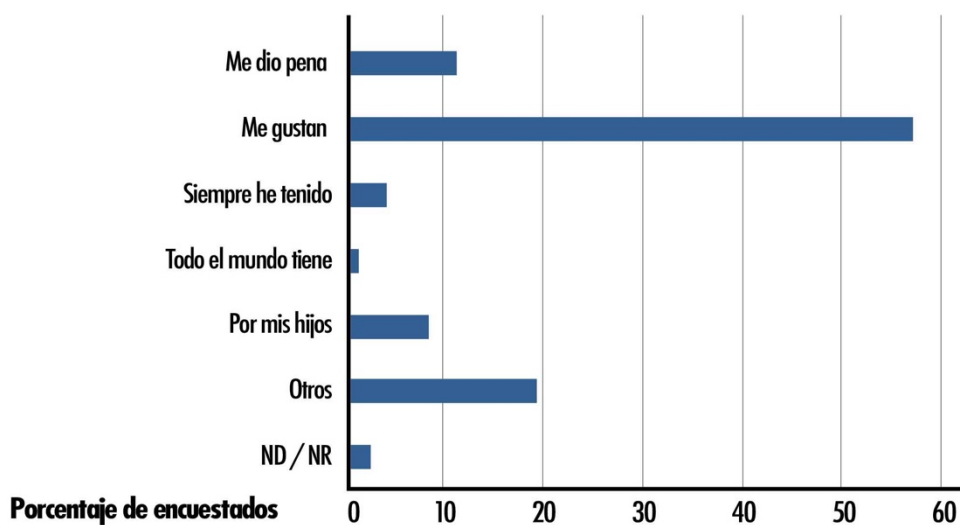
Principales Formas de Obtención de Animales Silvestres Mascota



Las personas que tienen o han tenido animales silvestres reportaron que el motivo principal para tener los animales silvestres en casa fue que gustan de ellos (56%), respuesta que fue similar en todas las ciudades y tipos de público.

Gráfico 7

Motivación para la Tenencia de Animales Silvestres como Mascota



Del total de los encuestados que tienen en la actualidad una mascota silvestre, más del 80% desea seguir teniéndola y el 30% tendría otra más, principalmente porque les gustan, poseen alguna característica que los hace atractivos, o porque mantienen la costumbre de tenerlos en casa. **Un tercio (33%) de aquellos que no tienen o nunca tuvieron animales silvestres mascota, desea tenerlos.**

El principal motivo para tener o desear tener animales silvestres fue la mayor oportunidad o acceso a ellos (15%), ya sea porque se los regalan, los encuentran, fue la mascota más fácil de conseguir o el bajo precio de estos animales en comparación con las especies domésticas y exóticas. Cerca del 10% indicó que son más fáciles de mantener o cuidar que otras especies. Otros entrevistado mencionaron que los tienen porque los considera atractivos o entretenidos (14%), porque alguien en la familia gusta de ellos (11%) o porque tienen la costumbre de tenerlos (3%).

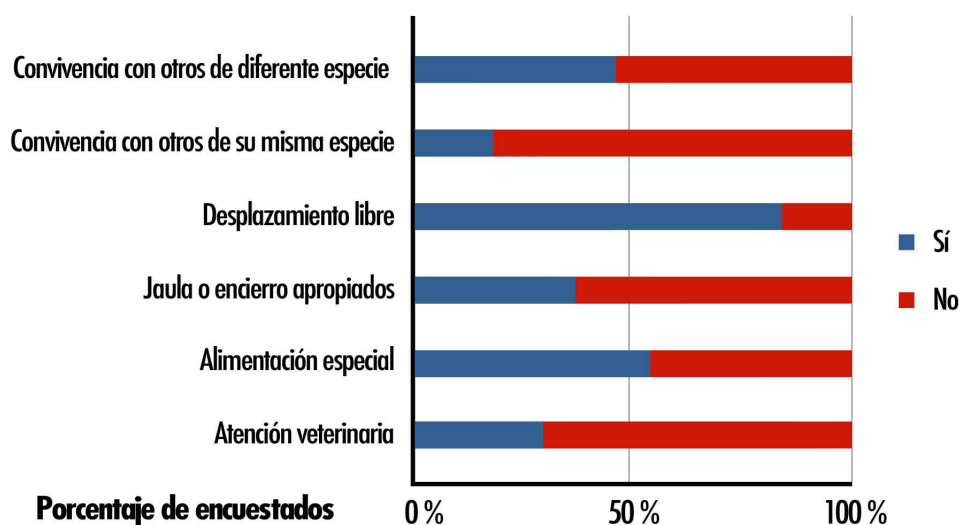
Independientemente de sus motivos para tener animales silvestres como mascota, el 55% de los encuestados no estuvo de acuerdo con la tenencia de animales silvestres en casa.

Condiciones de la tenencia de animales silvestres como mascota

En cuanto a los cuidados ofrecidos a los animales silvestres en casa, resalta que más del 75% mantenía al animal suelto, permitiendo que se pueda desplazar libremente al menos una parte del día, el 35 % empleaba jaulas especiales para los animales, el 48% le daba una alimentación especial, y únicamente el 26 % procuraba atención veterinaria. Además, más del 40% refirieron que sus animales tenían contacto con otras especies domésticas o silvestres.

Gráfico 8

Condiciones de la Tenencia de Animales Silvestres Mascota



Interés por la fauna en otros contextos

A fin de evaluar si los encuestados tenían interés por la observación de fauna silvestre fuera del hogar, se les preguntó si acudían regularmente a zoológicos, centros recreacionales o Áreas Naturales Protegidas (ANPs). Tener animales silvestres como mascota estuvo asociado a la asistencia del público a ANPs y a restaurantes y centros recreacionales que exhiben fauna.

Tabla 4.

Relación entre la Tenencia de Fauna Silvestre como Mascota y la Asistencia del Público a Lugares Donde Puede Observar Fauna Silvestre Fuera del Hogar

¿Acude a alguno de estos lugares a ver animales silvestres?	¿Tiene o ha tenido un animal silvestre en casa?				P-valor
	No		Sí		
	n	%	n	%	
Zoológicos*					
No	16	34.8	30	65.2	0.183
Sí	102	25.6	296	74.4	
Restaurantes o centros recreacionales**					
No	73	68.2	34	31.8	0.013
Sí	162	54.4	136	45.6	
Areas naturales protegidas					
No	103	37.3	173	62.7	<0.001
Sí	55	20.1	219	79.9	

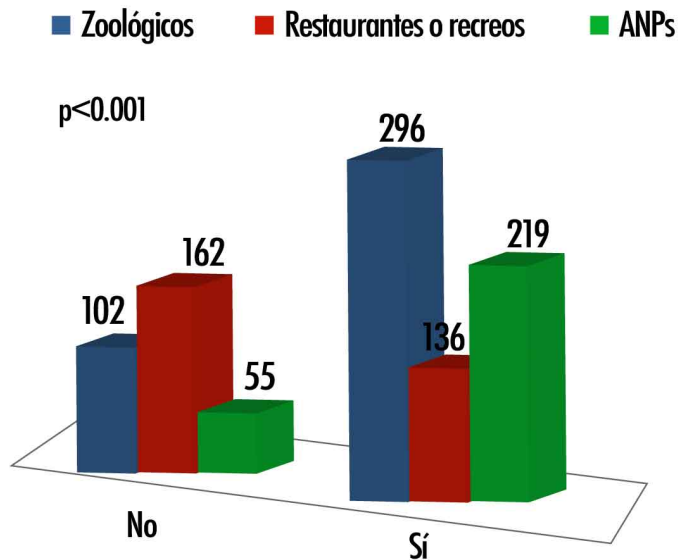
* No aplica al público en zoológico

** No aplica encuestado en Restaurantes o centros recreacionales

La probabilidad de que una persona que tiene o tuvo animales silvestres como mascota vaya a un ANP a observar fauna es 3 veces mayor que la de aquellos que nunca lo tuvieron.

Gráfico 9

Tenencia de Animales Silvestres como Mascota, Por Persona que Asisten a Zoológicos, Centros Recreacionales y ANP Observa Fauna



Esta asociación varía de acuerdo al tipo de público, ciudad y grado de instrucción. Hay una mayor afinidad por visitar áreas naturales protegidas en el público juvenil entre 26 y 35 años, con educación superior completa y en la ciudad de Tumbes. La probabilidad de que la población asista a un ANP a ver animales silvestres en Tumbes es más de 3 veces mayor que en Iquitos.

La asistencia a restaurantes o centros recreacionales para ver animales fue más común en la ciudad de Pucallpa, donde es casi 2 veces más probable que en Tumbes y casi 3 veces más probable que en Iquitos que la población vaya a ver animales silvestres en estos lugares.

4.4. Conocimiento sobre las regulaciones que aplican a la tenencia de fauna silvestre

Las personas tienen animales silvestres como mascota a pesar de saber que es una práctica prohibida. Menos del 5% de los encuestados que tienen o tuvieron un animal silvestre como mascota piensa que esto está permitido. La población de Pucallpa y en general el público de zoológicos se encontraba más informado de la prohibición de tener animales silvestres como mascota (ver Tabla 5).

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el estar informado sobre la legalidad de tener animales silvestres como mascota no está relacionado al grado de instrucción, sexo o edad de los encuestados.

A aquellas personas que mencionaron que estaba permitida la tenencia de fauna silvestre en casas se les consultó a quién o en qué circunstancias estaba permitido; sin embargo, 41% de encuestados refirieron que no lo sabían. Quienes indicaron que sí sabían, mencionaron que estaba permitido a quienes tenían permiso y a quienes pueden cuidarlos, aunque algunos mencionaron que se encontraba permitido para todas las personas sin mayor especificación.

El 86% de las personas que reconocieron que estaba prohibido tener animales silvestres en casa declaró conocer los motivos que llevan a la prohibición. Entre ellos se mencionó: el peligro de extinción, que no se les puede brindar los cuidados necesarios en las casas, que los animales no pueden estar fuera de su hábitat, que son peligrosos, que hay leyes que lo prohíben y que promueve el tráfico de fauna.

Sobre las sanciones existentes, 45% de los encuestados mencionó conocer que existe alguna sanción por tener animales silvestres en casa, ya sea multas, pena de cárcel y decomisos. Solo el 40% mencionó que conocía a la autoridad encargada de proteger a los animales silvestres.

Tabla 5.

Conocimiento de los Encuestados sobre la Legalidad de Tener Animales Silvestres como Mascota

Características demográficas	Tener animales en casa, ¿Está permitido o prohibido por la ley?						P-valor
	Permitido		Prohibido		NS/ NR		
	n	%	n	%	n	%	
Total encuestados	35	6.3	373	67.3	146	26.4	
Tenencia de Animales silvestres como mascota							
NO	17	10.7	109	68.6	33	20.7	0.009
SÍ	18	4.6	264	66.8	113	28.6	
Ciudad							
Iquitos	11	8.3	82	62.1	39	29.6	< 0.001
Lima	17	11.0	100	64.9	37	24.0	
Pucallpa	7	4.5	126	80.3	24	15.3	
Tumbes	0	0.0	65	58.6	46	41.4	
Población objetivo							
Mercado	10	7.0	90	63.4	42	29.6	0.007
Restaurante/Recreo	15	10.1	104	69.8	30	20.1	
Veterinaria	5	3.3	95	62.1	53	34.6	
Zoo/minizoo	5	4.5	84	76.4	21	19.1	

Sexo							
Mujeres	22	7.4	190	64.2	84	28.4	0.205
Hombres	13	5.0	183	70.9	62	24.0	
Edad							
18-25	13	5.8	94	60.2	53	34.0	0.109
26-35	11	9.0	94	65.3	37	25.7	
36-45	6	4.8	91	72.8	28	22.4	
46-55	3	3.5	62	71.3	22	25.3	
56-65	4	9.5	32	76.2	6	14.3	
Grado de instrucción							
Ninguno	0	0.0	2	40.0	3	60.0	0.239
Primaria completa	5	9.8	30	58.8	16	31.4	
Secundaria completa	13	6.5	128	64.3	58	29.2	
Superior	17	5.7	213	71.2	69	23.1	

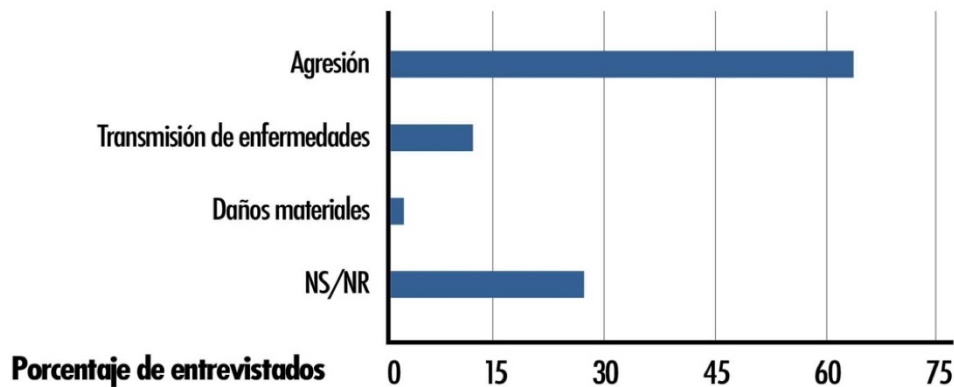
4.5. Percepción de los riesgos y consecuencias de la tenencia de animales silvestres como mascota

Se les consultó a los encuestados sobre las consecuencias de tener animales silvestres como mascota. Las preguntas incluyeron si consideraba que los animales podrían ser peligrosos, si podían transmitir enfermedades o agredir a las personas, si habían sido agredidos alguna vez y si consideraban que el animal se encontraba bien en casa.

El 87% de los encuestados del estudio consideraba que los animales silvestres podrían ser peligrosos. El tipo de peligro más comentado fue la agresión, mediante ataques directos, mordidas, picotazos, arañazos, etc. La percepción de que los animales silvestres pueden ser peligrosos no guarda relación con la tenencia de éstos como mascotas.

Gráfico 10

Percepción de peligros relacionados a los animales silvestres

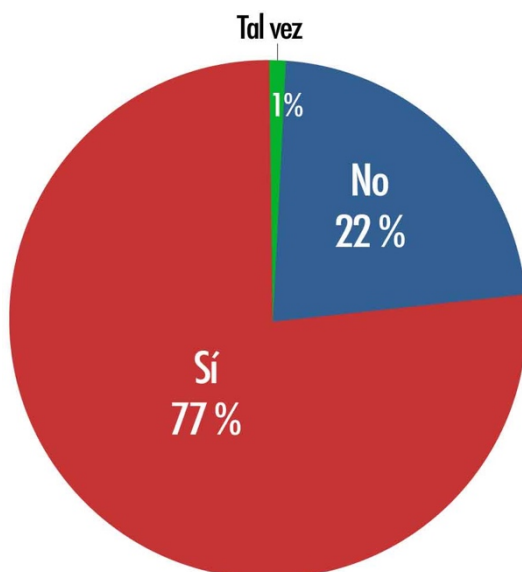


Al preguntar si consideraban que los animales silvestres podrían transmitir enfermedades a las personas, el 92% de encuestados declaró que sí lo consideraba posible; sin embargo sólo el 12% de los encuestados percibe esto como un peligro. La percepción del riesgo sanitario no influyó en la tenencia de animales silvestres como mascota. La mayoría de los encuestados percibe el riesgo de agresión como el principal peligro de tener animales silvestres y un 29% de los encuestados refirió haber sufrido ataques de algún animal silvestre dentro de la familia.

El 76% (n=295) de los encuestados considera que los animales silvestres se encuentra bien en casa.

Gráfico 11

¿Considera que los animales silvestres se encuentran bien estando en una casa?



5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El uso y comercio de animales silvestres vivos es una práctica común en las 4 ciudades evaluadas. La tenencia de animales silvestres mascotas es un hábito frecuente en la población, que tiene como principal fuente de abastecimiento los mercados públicos donde se venden estos animales.

Los mercados como principal fuente de abastecimiento a nivel nacional

La venta de animales silvestres en mercados es un hecho conocido por la población, la que sin embargo admite que no deberían venderse animales silvestres allí o que deberían venderse en otras condiciones, de manera formal y procurando el bienestar de los animales.

La facilidad de acceso a los animales silvestres a través de estos mercados fue mencionada como el motivo más frecuente por el que las personas adquieren animales silvestres como mascota, lo que confirmaría que existe un consumidor “pasivo” de fauna: aquel que no tiene preferencia por los animales silvestres pero que los adquiere por facilidad. No obstante, el diseño de la encuesta no permitió constatar si existe asociación entre la preferencia por animales silvestres, la accesibilidad al mercado y la tenencia efectiva.

Retirar los mercados públicos de la cadena de comercio ilegal de fauna, atacaría directamente la oferta a nivel urbano y reduciría el acceso de los consumidores pasivos. Consideramos que esto es posible si se trabaja de la mano con los municipios, asociaciones de comerciantes y autoridades sanitarias locales. Sin embargo, es evidente que se necesita trabajar previamente con la población que está habituada a la venta de fauna en mercados y la acepta como una actividad comercial más. Muchos de los operativos programados en mercados fracasan por la falta de apoyo, o incluso el rechazo, de la población a la intervención de las autoridades que consideran “abusivas” con los comerciantes, sin reparar en si la actividad es ilegal o no.

Los zoológicos y centros recreacionales como una extensión del mercado ilegal

Los restaurantes, centros recreacionales y zoológicos constituyen lugares de esparcimiento donde la población acude a pasar un momento en familia. Aunque los zoológicos visitados se encuentran autorizados legalmente, no tenemos la certeza de que ese sea el caso de los restaurantes y centros recreacionales. La mayoría de los centros de esparcimiento donde se exhibe fauna a nivel nacional, no se encuentran autorizados para mantener fauna silvestre en cautiverio.

A pesar de que la exhibición de animales silvestres no sea la principal motivación del público para asistir a estos lugares, constituye un atractivo y fuente de entretenimiento para el público visitante que muchas veces no sabe que se exhiben animales hasta el momento de acudir al lugar. Una vez que el público ha observado que hay animales en exhibición, suele tener una actitud favorable ante

ello, e incluso puede convertirse en una razón determinante para acudir en la siguiente oportunidad. De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 20% de los encuestados en centros recreacionales no asistiría al lugar si no hubiera animales en exhibición.

Al volverse popular la exhibición de fauna, otros centros o lugares de entretenimiento recurren al mismo recurso como atractivo para el público, expandiendo el mercado de consumo con la incorporación de sus propietarios y del público que ahora participa de la demanda de fauna.

La exhibición de animales en centros de esparcimiento y lugares turísticos es una práctica en expansión. Dado que estos lugares se encuentran sujetos a constantes inspecciones para mantenerse en funcionamiento, debería existir mayor facilidad para que la autoridad forestal y sus aliados locales (municipios, autoridades sanitarias) puedan supervisar que los animales tengan procedencia legal y se encuentren en buenas condiciones. Sin embargo, es necesario que las autoridades locales y regionales tomen conciencia de lo

urgente de intervenir a este nivel y evitar que estos centros se conviertan en nuevos focos de tráfico. Esta es una necesidad muy marcada en la ciudad de Pucallpa, donde hay una mayor probabilidad de que la población acuda a restaurantes o centros recreacionales a ver fauna silvestre.

Por otro lado, estos centros proporcionan una excelente oportunidad para captar la atención del público hacia la conservación de especies. Lugares que exhiben animales en custodia o adquiridos legalmente, y que proporcionan condiciones adecuadas de cautiverio, podrían ser de gran potencial para educar sobre las necesidades de la fauna en cautiverio y desalentar su tenencia en domicilios.

Potencial expansión del mercado nacional

Se observa un marcado interés del público de restaurantes, centros recreacionales y zoológicos por interactuar con los animales silvestres en exhibición, pudiendo pagar por ello. Este interés en el contacto con los animales viene siendo aprovechado por empresarios inescrupulosos que ofrecen la oportunidad de manipular y tomarse fotos con los animales por un precio mínimo, práctica que podría expandirse aún más considerando la actual tendencia por los selfies y las redes sociales para compartir experiencias. Eventualmente, este interés de contacto puede inducir también a que las personas adquieran fauna como mascotas.

La mayoría (80%) de las personas encuestadas que cuentan con un animal silvestre como mascota, desea seguir teniéndolo, el 30% de ellos tendría otro más y un tercio de aquellos que no tienen o nunca tuvieron animales silvestres mascota, desea tenerlos. Es evidente que existe una demanda que podría ser abastecida por el comercio legal de fauna. Sin embargo, considerando que entre las razones para tener un animal silvestre como mascota están el “bajo precio”, la “accesibilidad” y la “facilidad de cuidarlo o mantenerlo” en contraposición con el costo de animales reproducidos en

cautiverio, los trámites requeridos para adquirirlos y las necesidades para mantenerlos adecuadamente sugiere que esta demanda estará abastecida principalmente por el mercado ilegal.

¿Hacia una cultura de tenencia responsable?

A pesar de que el 71% de los encuestados tienen o han tenido animales silvestres mascota, la mayoría de la población no está de acuerdo con la tenencia de animales silvestres en casa.

Es imposible replicar las condiciones de vida silvestre con un animal en cautiverio, por lo que asegurar su supervivencia y bienestar resulta un proceso complicado. Considerando el bajo costo y accesibilidad de los animales, los propietarios no suelen invertir en mantenerlos, ya que son fácilmente reemplazables. Más del 75% de los encuestados mantenían a los animales sueltos, permitiendo que se desplace por la casa o “huerta” al menos una parte del día, y sólo algunos les proporcionaban alimentación especial y/o les procuraba atención veterinaria. Sin embargo, tres cuartas partes de los encuestados consideran que los animales silvestres se encuentran bien en casa.

En general, la mayor parte del público de mercados, zoológicos y centros recreacionales preferiría mejores condiciones para los animales en venta o exhibición. Esta empatía hacia la situación en que se encuentran los animales que no son de su propiedad, podría ser aprovechada para promover su participación en la lucha contra el tráfico.

Reducir el tráfico para limitar el riesgo de agresión y enfermedades

Aun cuando se reconoce fácilmente que los animales silvestres pueden ser peligrosos, el riesgo puede considerarse como algo lejano o externo a la situación personal de cada uno. De modo que a pesar de que la mayoría de los encuestados percibe que los animales silvestres pueden agredirlos y existe una proporción considerable que ha sufrido de agresión, esto no afecta la decisión de tenerlos como mascota.

La percepción del riesgo sanitario tampoco influyó en la tenencia de animales silvestres como mascota. A pesar de que 92% de encuestados reconoció que los animales silvestres pueden transmitir enfermedades, sólo el 12% de los encuestados percibe esto como un peligro. Mayor información sobre riesgos sanitarios podría verse limitada por lo que se percibe como un riesgo real, por lo que es necesario difundir mayor evidencia al respecto para informar apropiadamente a la población sobre los riesgos a los que se enfrenta al tener un animal silvestre en el entorno familiar.

Más allá de la percepción del público, las autoridades deben considerar ambos factores como un motivo de intervención. Por lo menos un cuarto (26%) del público que acude a mercados de abasto, más de la mitad (54%) del público de restaurantes y centros recreacionales donde se exhibe fauna

y casi el total (97%) de las personas que asisten a zoológicos, se exponen a animales silvestres vivos durante su paso por estos lugares; además, de que más del 40% de los encuestados refirieron que sus animales tenían contacto con otras especies domésticas o silvestres. Considerando la extensa variedad de patógenos detectados en animales silvestres que proceden del tráfico de fauna, la presencia de animales silvestres en lugares donde se expende comida o productos alimenticios debe ser controlada a fin de proteger a la población vulnerable.

¿Es legal?

Las personas tienen animales silvestres como mascota a pesar de saber que es una práctica prohibida. De hecho, existe una mayor posibilidad de que aquellos que ya tienen un animal silvestre, se encuentren informados de que es prohibido, rechazando el supuesto de que las personas tienen mascotas silvestres porque desconocen las leyes e indicando que esta restricción no tiene ningún efecto en desalentar la tenencia de fauna silvestre como mascota.

El 86% de las personas encuestadas que reconocieron que estaba prohibido tener animales silvestres en casa declaró conocer los motivos que llevan a la prohibición, sin embargo, sólo el 40% reconoce las sanciones existentes y a la autoridad encargada de la protección de la fauna. Una vez más, el riesgo es percibido como algo lejano y es necesario informar a la población sobre las situaciones en que tener fauna silvestre constituye un delito, las sanciones que aplican y las autoridades a las que pueden acudir para denunciar el tráfico de fauna.

El público de zoológicos se encontraba más informado de la prohibición de tener animales silvestres como mascota lo que podría indicar una labor eficiente de los zoos en informar al público sobre la legalidad de tener – o no tener – animales silvestres.



LIMA

Calle Chiclayo 1008
Miraflores, Lima – Perú
+51 (1) 446 4947

LORETO

Urb. Sargento Lores Mz. Q Lt. 1
Iquitos, Loreto – Perú
+51 (66) 235 344

PUNO

Jr. Independencia 143.
Dpto. B 202. Puno – Perú
+51 (66) 235 344