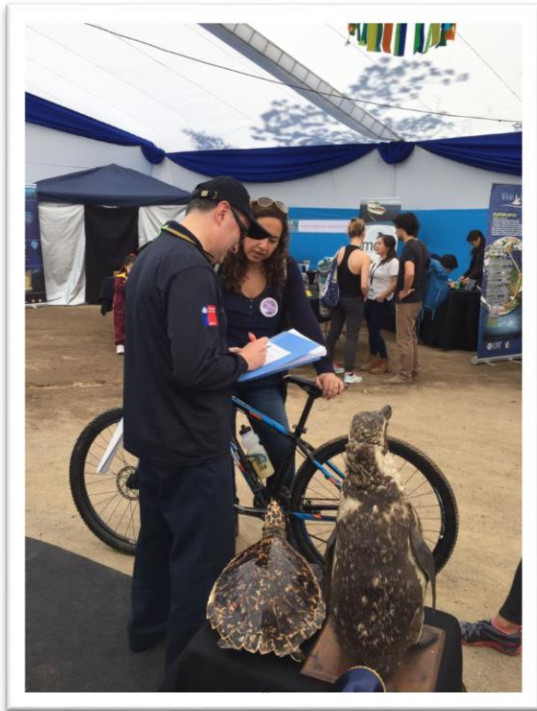




Informe Resultados Consulta Ciudadana 2017
“Conocer la penetración de las campañas de difusión
dirigidas a la ciudadanía”
Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

1. Introducción.-

El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura en el marco de las actividades de Participación Ciudadana, realizó la tercera Consulta Ciudadana, cuyo objetivo fue conocer el grado de penetración y evaluación que hace la ciudadanía sobre las campañas de difusión que realiza Sernapesca, tales como las divulgación de las vedas de especies emblemáticas “Paremos el merluceo”, el cuidado de las especies marinas protegidas y el programa de consumo responsable Sello Azul, entre otras, realizadas durante el año.



La consulta se realizó en el marco de la XI Fiesta de la Ciencia y la Tecnología (7 y 8 de octubre), que este año giró en torno a la temática “Sumérgete en las maravillas de los océanos”. En la actividad, realizada en el Parque Metropolitano y organizada por el programa Explora CONICYT, Sernapesca participó con un stand donde aplicó la consulta a los asistentes a la feria.

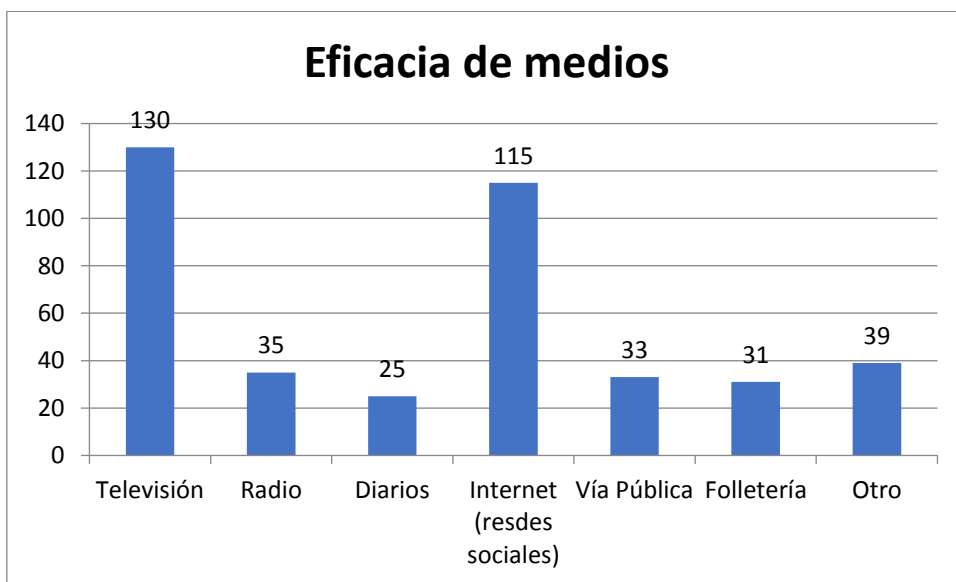
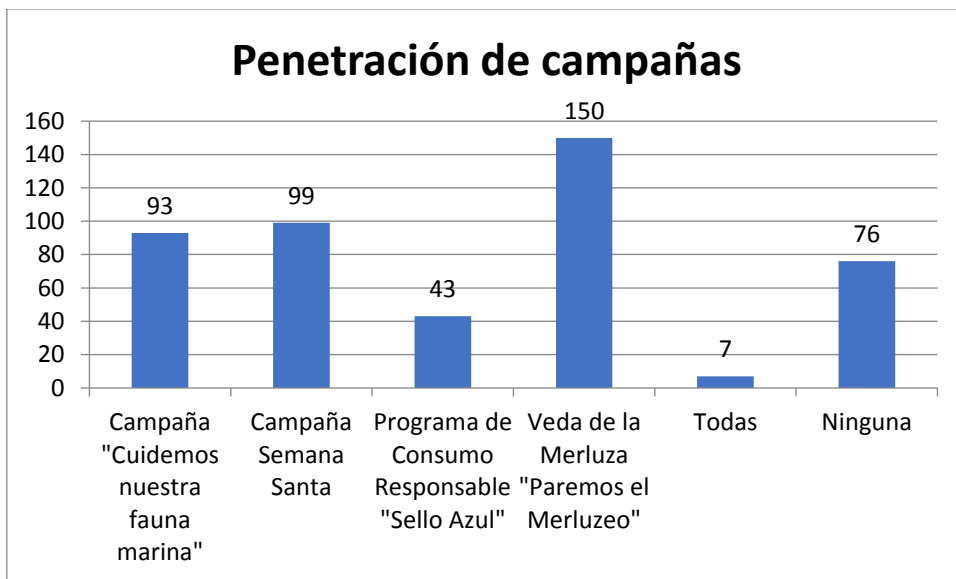
En la foto: funcionario de Sernapesca realizando la consulta ciudadana durante el evento.

2.- Resultados

Se debe indicar que la encuesta fue respondida por un total de 302 personas, en su mayoría profesionales y estudiantes. Los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

Total de encuestas realizadas		302
Sexo:	Hombres	147
	Mujeres	151
	<i>No contesta</i>	4
Actividad/Ocupación	Estudiante	85
	Profesional	129
	Independiente	32
	Empleado	24
	Dueña de Casa	25
	<i>No contesta</i>	7
Edad	0-18	26
	19-30	56
	31-60	154
	>60	11
	<i>No contesta</i>	55
¿Conoce alguna de estas campañas de Sernapesca?	Campaña "Cuidemos nuestra fauna marina"	93
	Campaña Semana Santa	99
	Programa de Consumo Responsable "Sello Azul"	43
	Veda de la Merluza "Paremos el Merluceo"	150
	Todas	7
	Ninguna	76
¿Por qué medios conoció estas campañas?	Televisión	130
	Radio	35
	Diarios	25
	Internet (resdes sociales)	115
	Vía Pública	33
	Folletería	31
	Otro	39

3.- Gráficos:



4.- Conclusiones de la Consulta:

El principal rango de edad que accedió a responder la consulta fueron personas entre los 31 y los 60 años.

La campaña más conocida por los usuarios es “Paremos el Merluzeo”, conocida por prácticamente la mitad de las personas que respondieron la consulta. La menos conocida es el programa Sello Azul, probablemente porque no ha sido objeto de difusión masiva, y trata de un tema más específico como es la acreditación de locales de ventas de productos del mar, a diferencia de lo que ocurre con la merluza común, que es de consumo masivo. También se visualiza una correspondencia entre el nivel de inversión y el grado de penetración de las campañas. De este modo, se percibe que la campaña con mayor financiamiento es también la más conocida.

Respecto de la eficacia de los medios utilizados, se mantiene la televisión como el medio de mayor penetración para las temáticas pesqueras, probablemente por la potencia de las imágenes que evocan la vida marina y las actividades de pesca, en el imaginario colectivo. De igual modo, se acrecienta la tendencia de las Redes Sociales como estrategia útil de difusión normativa.