



**Informe resultados consulta ciudadana
“Conocer la opinión sobre la
campana de la veda de la merluza común”
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 la opinión sobre la campaña de difusión “Que no le vendan la pescá” sobre la veda de la merluza común y la sobreexplotación de este recurso en el país, efectuada en el mes de septiembre de 2014 entre las regiones de Coquimbo y Los Ríos.

En la oportunidad se consultó sobre los siguientes tópicos:

¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

- Si
- No

¿A través de qué medios de comunicación se enteró de la veda de la merluza común?

- Televisión
- Radio
- Diarios
- Internet (redes sociales)
- Vía pública
- Folletería
- Otro

¿Cómo evalúa esta campaña?

- Buena
- Regular
- Mala

La opinión de la ciudadanía y en especial de los usuarios es muy importante para la institución, ya que esto permite mejorar las acciones de difusión y distribuir los recursos de mejor forma.

2. Resultados.-

La consulta ciudadana se efectuó en dos modalidades presencial respondiendo 582 personas y virtual donde se recibieron 28 opiniones.

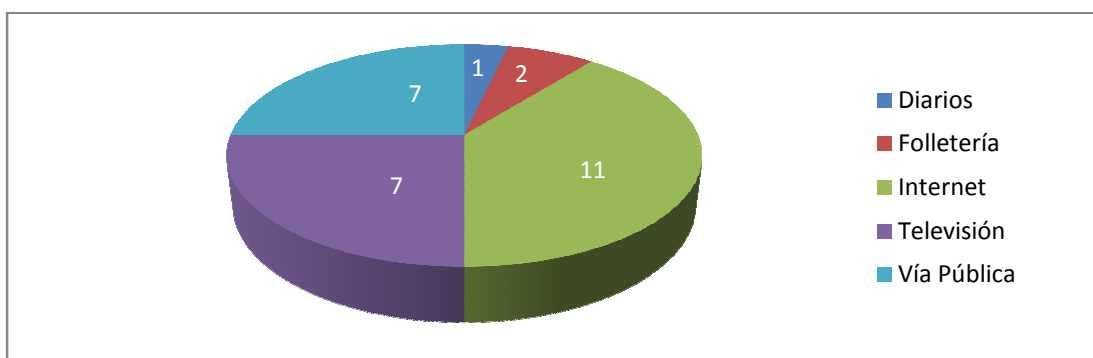
En cuanto a la distribución por género de la totalidad de participantes el 69% fueron hombres, mientras que el 31% fueron mujeres. Esto responde principalmente a que gran parte de las encuestas fueron realizadas en caletas y mercados pesqueros, donde existe una marcada predominancia del sexo masculino en el rubro.

2.1 Resultados consulta virtual:

▪ ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Del total de personas que emitieron su opinión sobre esta pregunta (28), el 100% de ellas respondieron que sí habían escuchado sobre la campaña “Que no le vendan la pescá”.

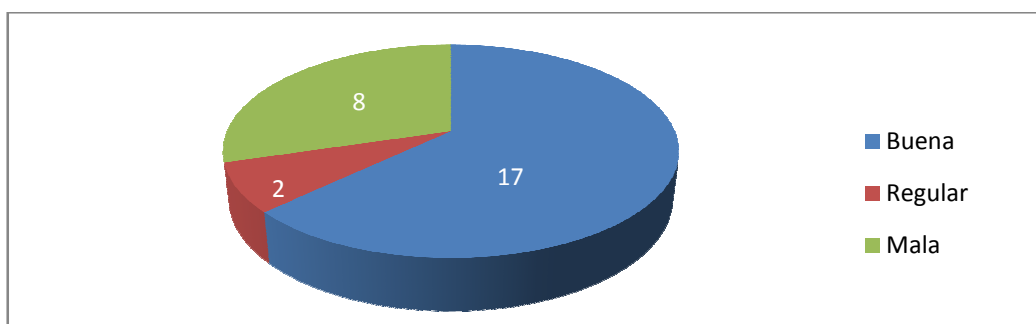
▪ ¿A través de qué medios de comunicación se enteró de la veda de la merluza común?



El 39% de las personas que se informaron sobre la veda de la merluza común lo hicieron a través de Internet, especialmente en las redes sociales de Twitter y Facebook que posee el Servicio.

El 25% de las personas señaló que la publicidad en televisión y la vía pública fueron sus fuentes de información para conocer sobre la campaña; el 7% se enteró a través de folletería y el 4% por los diarios nacionales y locales.

▪ ¿Cómo evalúa esta campaña?



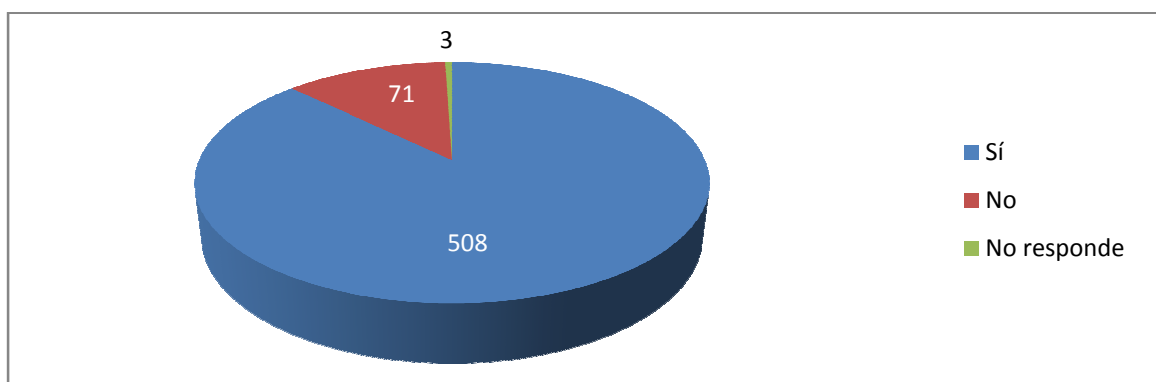
Las personas que calificaron la campaña de “buena”, señalaron que esta “motivó especialmente a los niños”, “permite conocer el problema y denunciar” y “permite tomar conciencia”. Además sugirieron “efectuar la veda por más tiempo y extenderla a otras especies” y “hacer la difusión más masiva y en otros medios”.

Las personas que calificaron la campaña de “regular” opinaron que la “campaña se desinfló en los medios”, faltó difusión e información sobre alternativas de consumo” y “es necesario extender la veda”.

Las personas que calificaron la campaña de “mala” señalaron que “más que una campaña falta fiscalización” y que “el chileno compra igual, por lo que no es efectiva la difusión”.

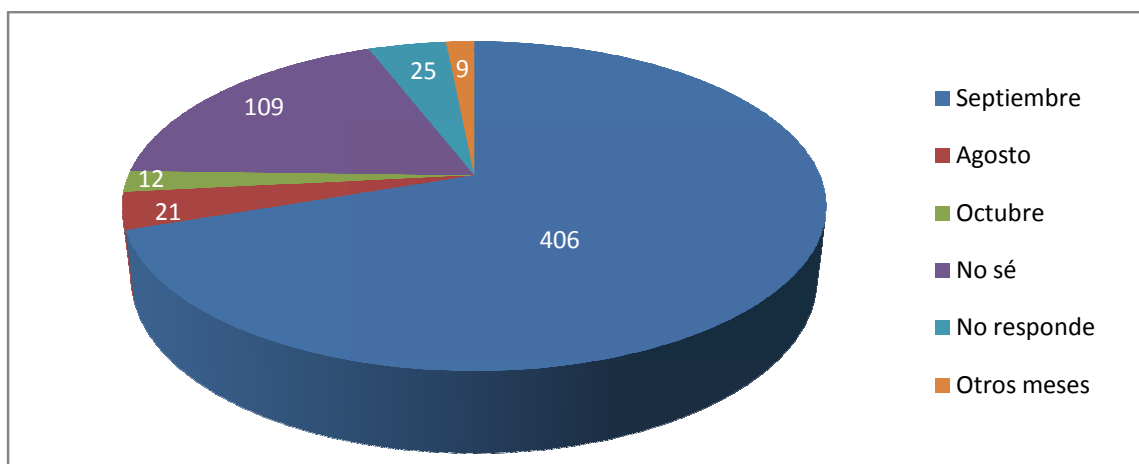
2.2 Resultados consulta presencial:

▪ ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

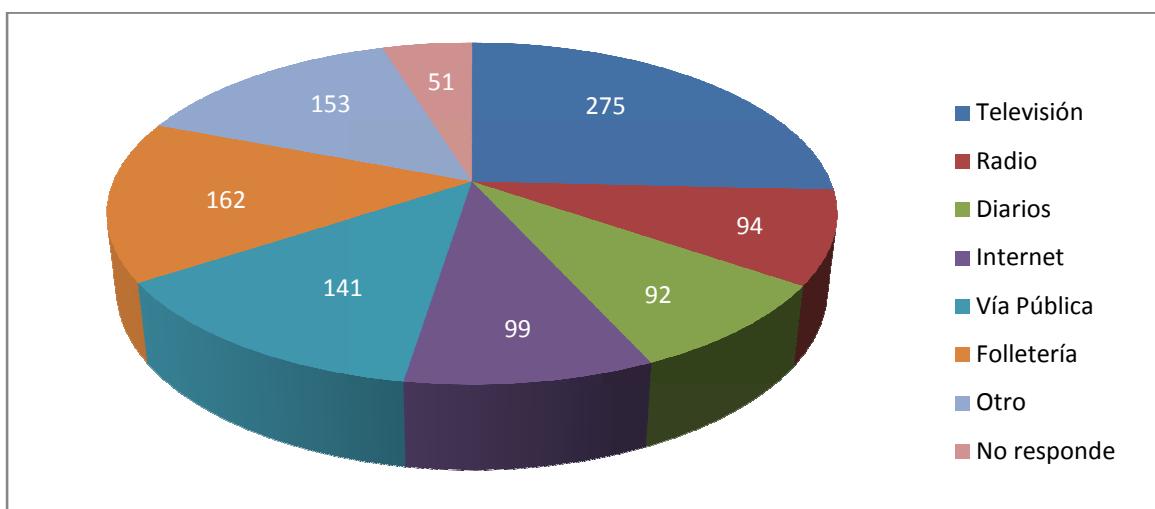


De un total de 582 respuestas, el 87% de las personas responden de forma positiva, un 12% desconoce la existencia de una veda de la merluza común y el 1% no responde.

En relación a la pregunta anterior se consultó por el periodo en el que se extiende la veda, dando como opciones los meses de agosto, septiembre y octubre. El 70% eligió la opción correcta que corresponde a septiembre.

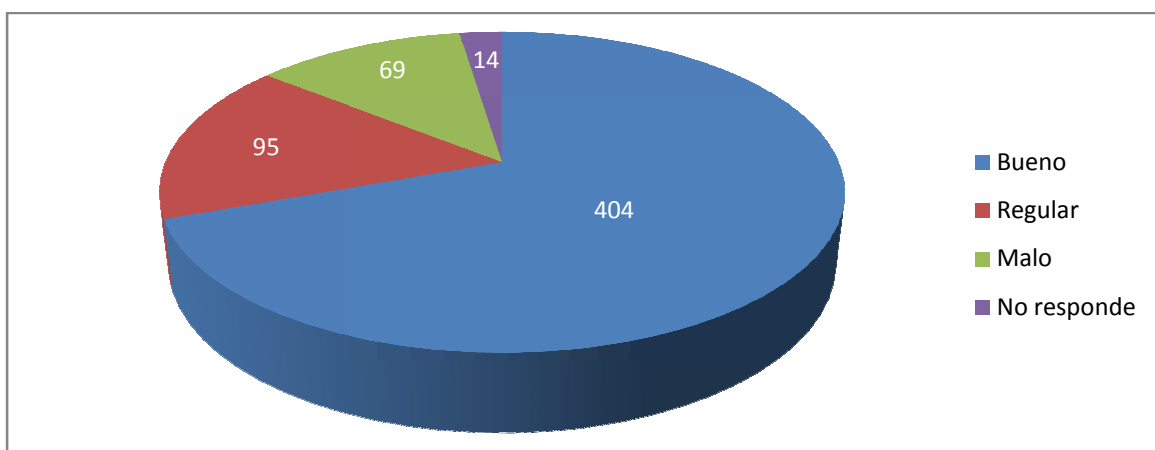


▪ **¿A través de qué medios de comunicación se enteró de la veda de la merluza común?**



Las personas que participaron podían marcar más de una opción, frente a esto el 29% se enteró de la veda de la merluza por televisión, el 15% por folletería, el 14% por la opción “otro” (reuniones sindicatos o asociaciones de pescadores y por contacto directo con personal de SERNAPESCA, el 13% por vía pública y un 9% se enteró a través de radios, diarios e Internet, este último considera las redes sociales.

▪ **¿Cómo evalúa esta campaña?**



Un 70% de las personas opinaron que la campaña fue “buena”, lo que se condice con los resultados sobre el conocimiento del periodo de la veda, lo que nos lleva a una primera conclusión de que quienes se informaron adecuadamente. En tanto, un 16% de las personas consideró la campaña “regular” y un 12% “mala”, en ambos casos los entrevistados consideran que la veda debería durar más tiempo y la fiscalización debería ser más estricta.

3. Conclusiones.-

Considerando la información obtenida de la Consulta Ciudadana, tanto virtual como presencial, respecto de la campaña “Que no le vendan la pescá” sobre la campaña de la veda de la merluza común, es posible concluir lo siguiente:

- a) El 94% de las personas que participaron en la consulta conoce o escucho sobre la veda de la merluza. De ellos el 70% sabe que dicha medida de administración se aplica durante el mes de septiembre.
- b) El 71% de las personas que respondieron la consulta ciudadana, se informaron de la campaña por los medios de comunicación (televisión, diarios y radio). Mientras que el 17% lo hizo por la información disponible en la vía pública y el 12% por Internet.
- c) El 71% de las personas que participaron en la consulta, calificaron la campaña como “buena”, principalmente por que permite conocer la situación de desmedro en la que se encuentra esta pesquería, tomar conciencia y denunciar.
- d) El 16% de las personas consideró que la campaña fue “regular” debido a que consideran que la veda de la merluza común debiera extenderse por más tiempo, la difusión de la veda debiera haber sido más difundida y entregar información sobre alternativas de consumo.
- e) El 13% de las personas calificó la campaña de “mala” porque consideran que debiera existir más fiscalización para que estas iniciativas tengan resultado.

La campaña fue bien evaluada como iniciativa para dar a conocer la situación de esta pesquería y promover el consumo responsable de este producto. Los resultados de esta Consulta Ciudadana serán considerados en el diseño de la campaña del año 2015.

ANEXOS CONSULTA CIUDADANA PRESENCIAL

A continuación, se presenta el desglose de las respuestas sobre la campaña de la veda de la merluza común, desagregada por regiones.

Región de Coquimbo

Total de encuestas: 85

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
61	24	0

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
1	19	11	27	25	2

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
75	9	1

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	52
Radio	11
Diarios	16
Internet	17
Vía Pública	12
Folletería	18
Otro	11
No Responde	6

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
3	60	1	19	1	1

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
66	9	8	2

Región de Valparaíso

Total de encuestas: 104

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
75	28	1

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
3	20	14	28	36	3

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
93	10	1

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	52
Radio	17
Diarios	21
Internet	18
Vía Pública	17
Folletería	43
Otro	21
No Responde	7

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
4	77	4	12	4	3

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
82	15	3	4

Región Metropolitana

Total de encuestas: 74

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
63	11	0

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
0	15	22	23	14	0

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
67	7	0

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	37
Radio	8
Diarios	19
Internet	21
Vía Pública	17
Folletería	31
Otro	20
No Responde	3

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
4	53	1	13	2	1

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
53	13	6	2

Región del Maule

Total de encuestas: 181

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
107	72	2

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
7	32	43	43	55	1

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
154	27	0

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	82
Radio	32
Diarios	23
Internet	21
Vía Pública	66
Folletería	31
Otro	76
No Responde	23

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
3	131	0	31	0	16

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
115	27	39	0

Región del Biobío

Total de encuestas: 105

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
69	35	1

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
2	12	23	33	32	3

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
91	13	1

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	38
Radio	17
Diarios	10
Internet	31
Vía Pública	22
Folletería	30
Otro	21
No Responde	8

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
6	65	6	24	2	2

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
63	26	11	5

Región de Los Ríos

Total de encuestas: 33

1.- Sexo:

Masculino	Femenino	No responde
25	8	0

2.- Edad:

15-20	21-30	31-40	41-50	50 o más	No responde
1	6	12	8	6	0

3.- ¿Ha escuchado sobre la campaña de veda de la merluza común?

Sí	No	No responde
28	5	0

4.- ¿A través de qué medios se entero de la veda de la merluza común?

Televisión	14
Radio	9
Diarios	3
Internet	9
Vía Pública	7
Folletería	9
Otro	4
No Responde	4

5.- La veda de la merluza se produce en:

Agosto	Septiembre	Octubre	No sé	Otros	No responde
1	20	0	10	0	2

6.- ¿Cómo evalúa esta campaña?

Bueno	Regular	Malo	No responde
25	5	2	1