

1. Introducción

El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura en el marco de las actividades de Participación Ciudadana, realizó la Consulta Ciudadana para conocer el grado de penetración y evaluación que hace la ciudadanía sobre la campaña de difusión que realiza Sernapesca en su Programa Especial de Aguas Continentales.

La consulta se realizó de manera on line invitando a responder por las redes sociales institucionales y de manera presencial a quienes adquirieron su licencia de Pesca Recreativa en las Plataformas de Atención de Usuarios de las regiones de la macrozona sur, entre los días 29 de octubre y 15 de noviembre de 2018.

2. Resultados

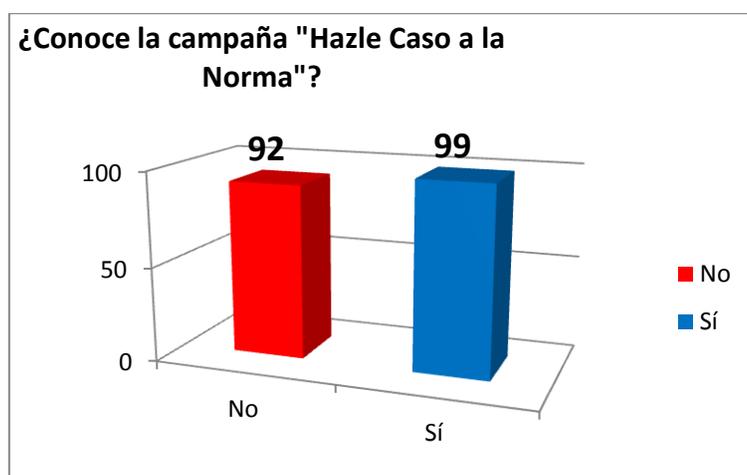
Se debe indicar que la encuesta fue respondida por un total de 191 personas, 122 en formato on line, y 69 de manera presencial en las oficinas de Sernapesca de la macrozona sur (Biobío a Magallanes), con excepción de las Región de Los Lagos, que no aplicó en formato papel.

Cabe mencionar que no en todos los casos los encuestados respondieron correctamente a lo que se les indicaba, en el sentido en que marcaron más o menos de las alternativas que se les solicitó. Sin embargo, todas las respuestas se contabilizaron de tal manera de tener una idea más clara acerca de la tendencia frente a un grupo de opciones.

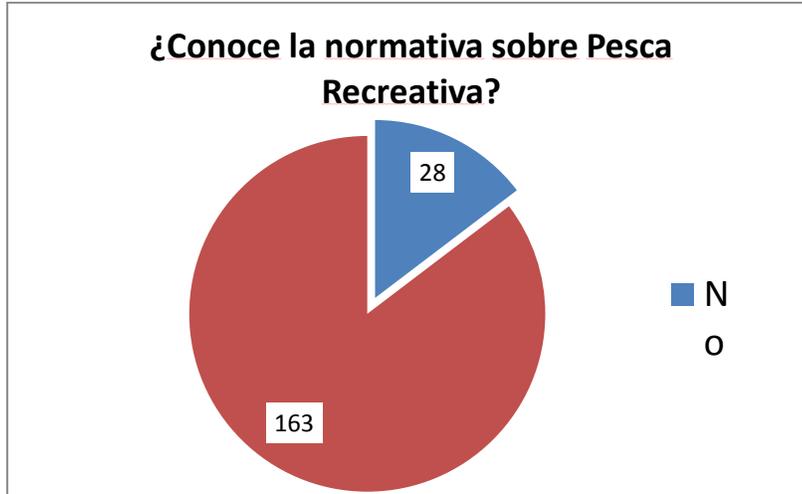
3. Respuestas y Gráficos

Ante la pregunta **Número 1:**

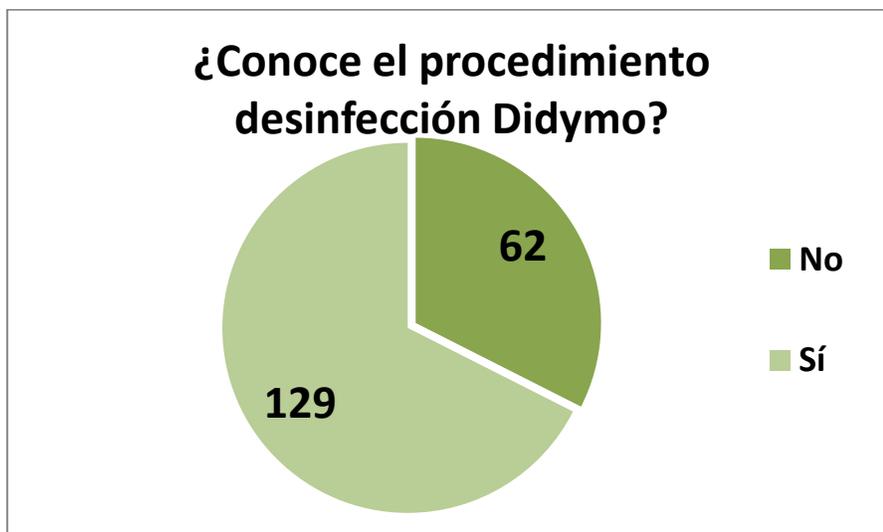
¿Conoce la campaña "Hazle caso a la norma" de Sernapesca? Fueron 99 los encuestados quienes respondieron que Sí y 92 que No.



Frente a la pregunta **Número 2: ¿Conoce la normativa sobre pesca recreativa?** 28 personas contestaron que No, mientras que 163 respondieron Sí conocerla.



En cuanto a la interrogante **Número 3: ¿Conoce el procedimiento de desinfección del didymo?** Se registró un total de 62 respuestas negativas, mientras que 129 afirmativas.

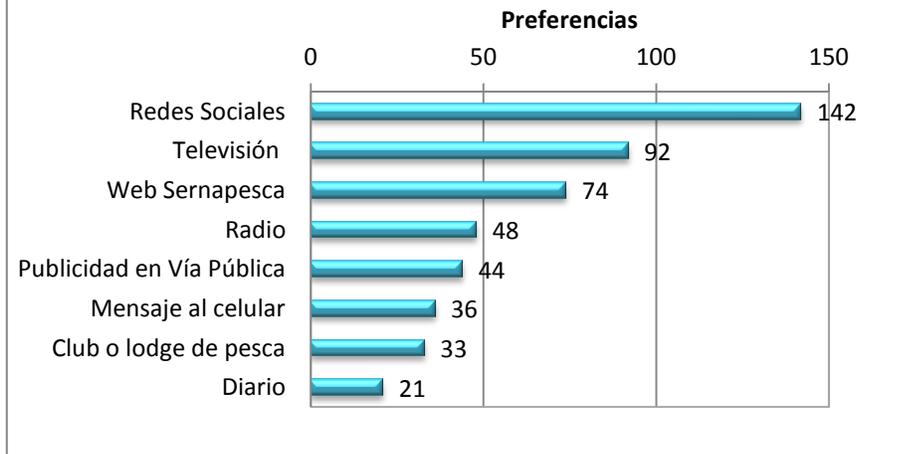


En la **Cuarta consulta: ¿La difusión de Sernapesca le parece llamativa y con un lenguaje apropiado?** Se recibieron 123 respuestas afirmativas y 68 negativas.



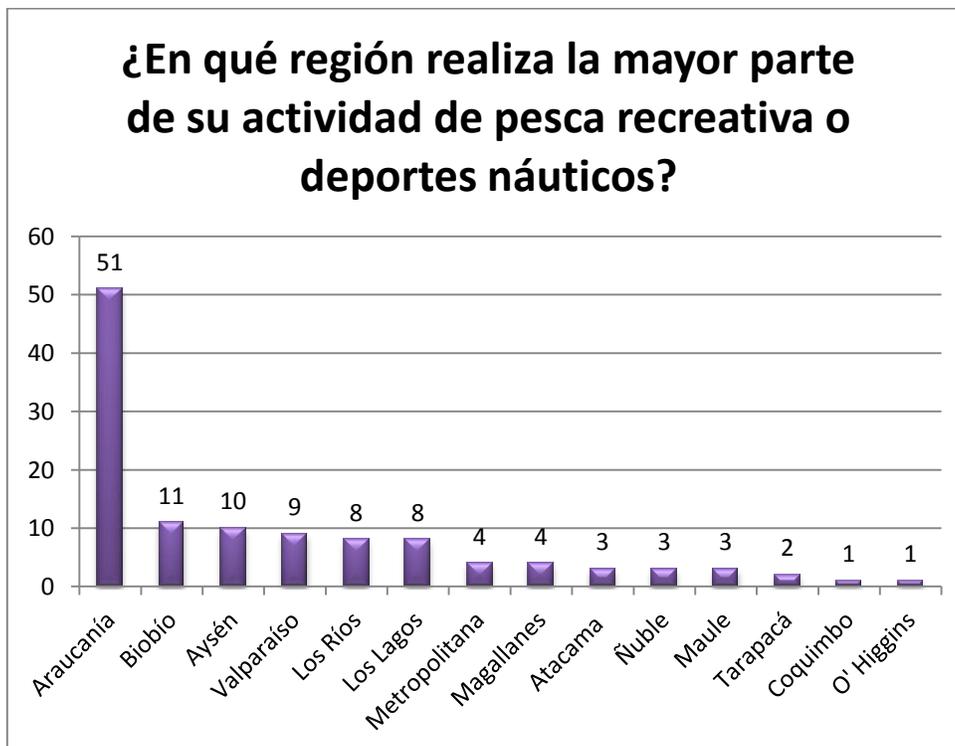
Con respecto a la pregunta **Número 5: ¿Qué medios prefiere para informarse de estos temas? (marque máximo 3 alternativas)** Se debe aclarar que se contabilizaron todas las marcas hechas por los encuestados, aunque algunas excedían la instrucción de marcar sólo tres y en otros casos sólo se marcó una.

¿Qué medios prefiere para informarse de estos temas?



Ante la consulta **Número 6: ¿En qué región realiza la mayor parte de su actividad de pesca recreativa o deportes náuticos?** En la cual pese a que no se solicita expresamente en la encuesta, en varios casos se respondió con varias preferencias y en otro no marcaron ninguna.

¿En qué región realiza la mayor parte de su actividad de pesca recreativa o deportes náuticos?



4. Conclusiones

La campaña Hazle caso a la norma, comenzó el año 2017, junto con el trabajo del programa especial de aguas continentales en la macrozona sur-sur austral, pero con un foco especial en las regiones de Araucanía y Aysén, dados que son estas dos regiones las que mayor difusión realizan de las temáticas de pesca recreativa y control de plaga didymo.

Los productos publicitarios de campaña contemplaron: spot radial, manual de pesca, afiches, adhesivos, spot audiovisual para redes sociales, trípticos, letreros, entre otros.

En 2018, la campaña se replicó durante la temporada de pesca recreativa (noviembre a mayo) en la macrozona de Biobío a Magallanes, y para conocer la percepción de los usuarios de pesca recreativa se aplicó la breve encuesta.

Entre las principales conclusiones, destacan:

- Respecto de la **pregunta Número 1**, sobre si conocen o no la campaña “hazle caso a la norma”, las respuestas están divididas. Casi la mitad de los encuestados conoce la campaña. Respecto a quienes respondieron vía on line o en papel, no se logra registrar diferencias determinantes.
- En cuanto a la **pregunta Número 2**, sobre si conocen la normativa de pesca recreativa, los encuestados que son en su mayoría personas que acceden a la compra de licencia de pesca recreativa contestaron con una tendencia mayoritaria a Sí conocerla. Cabe destacar además, que el foco de la campaña hazle caso a la norma, ha estado centrada en promover la adquisición y portar la licencia de pesca, dado que ese es el primer paso del usuario para conocer la normativa.

- Frente a la **consulta Número 3**, acerca de si conocen el procedimiento de desinfección del Didymo, baja un poco la tendencia, sin embargo un buen número afirma Sí conocerla. En ese aspecto también es importante hacer hincapié en que la campaña de aguas continentales, en cuanto al control de la plaga didymo ha estado centrada en la difusión del protocolo de desinfección.
- En la **pregunta Número 4**, sobre si el lenguaje de la campaña le parece llamativo y amigable, una cantidad mayoritaria considera que sí, lo que por supuesto se vincula con el grupo que en la pregunta 1 responde afirmativamente a conocer la campaña.
- Con la información que arroja la **pregunta Número 5**, se puede apuntar correctamente el medio a través del que llegamos correctamente a los usuarios. Esta es la pregunta que aborda más directamente la opinión del público objetivo del mensaje que Sernapesca quiere hacer llegar. Por un importante número de preferencia son las Redes Sociales el medio elegido por los usuarios. Luego está la televisión y la página Web de Sernapesca. En este punto, cabe hacer nota que la campaña Hazle caso a la norma, tiene difusión periódica a través de las cuentas de Twitter institucional, ha tenido spot audiovisual en meses de temporada de pesca recreativa en las regiones del sur, y no ha estado visibilizada a través del sitio web en 2017 y 2018.
- El resultado de la **pregunta Número 6**, apunta que el lugar ampliamente preferido por los usuarios para realizar sus actividades náuticas o de pesca recreativa es la región de la Araucanía. Lo anterior, se condice con que es una de las regiones de la macrozona que mayor potencial turístico tiene en aguas continentales, y donde mayores esfuerzos se han realizado en materia de difusión.
- Para la temporada 2019-2020, se hace necesario seguir difundiendo la campaña masivamente, poniendo énfasis en los territorios de la macrozona de manera más homogénea. Se espera abordar esto con la planificación desarrollada por el Programa de Aguas continentales, que han fijado metas de hitos comunicacionales para aumentar la visibilización de la campaña.