



INFORME FINAL

Contrato FIPA 2018-02

Estudio "Evaluar y mejorar los estándares del Sello Azul para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y el incentivo del consumo responsable de los productos del mar en la población nacional"

GDO Consultores SpA



GDO

CONSULTORES

Gestión • Economía • Tecnología

INFORME FINAL

Estudio “Evaluar y mejorar los estándares del Sello Azul para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y el incentivo del consumo responsable de los productos del mar en la población nacional”, Contrato FIPA 2018-02

Mandante: Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Oferente: GDO Consultores SpA.

Director de Proyecto: Leonardo Núñez M.

24 diciembre, 2020

Resumen ejecutivo

El presente documento constituye el Informe Final del estudio "Evaluar y mejorar los estándares del "Sello Azul" para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y el incentivo del consumo responsable de los productos del mar en la población nacional", encargado por Fondo de Investigación Pesquera, FIPA, dependiente de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura a la empresa GDO Consultores.

El estudio tuvo como objetivo general evaluar y mejorar los estándares del "Sello Azul" para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico del consumo responsable a nivel nacional, del actual programa denominado "Sello Azul" y de los estándares internacionales que contribuyan a la trazabilidad.
- Desarrollar una propuesta de mejora para el "Sello Azul", en base a las brechas detectadas en el diagnóstico del consumo responsable y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA.
- Elaborar una guía de buenas prácticas dirigidas al sector pesquero artesanal, que establezca recomendaciones a la cadena productiva, en términos de sustentabilidad, manipulación, preservación y medio ambiente.
- Evaluar la factibilidad técnica y económica para la implementación de las mejoras propuestas al "Sello Azul".

La estrategia metodológica consistió en estructurar un mapa de actores claves asociado a la gestión y uso público del "Sello Azul" para conocer su parecer respecto de la iniciativa y establecer su predisposición a participar en ella; la identificación de brechas en el quehacer de la organización que administra el Sello en el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (SERNAPESCA); la experiencia de gestión del "Sello Azul" en restaurant en las ciudades de Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Algarrobo y Puerto Montt; indagar sobre el consumo responsable y conocimiento del "Sello Azul" a nivel nacional mediante el desarrollo de una encuesta nacional on-line y la revisión internacional de iniciativas similares.

Con la ponderación y comprensión de los resultados de cada una de las actividades descritas, se elaboró un diagnóstico orientado a identificar brechas del "Sello Azul" con estándares internacionales de iniciativas similares y buscar cuales serían en el contexto nacional los desafíos para renovar el modelo y transformarlo en una herramienta moderna de gestión para generar prácticas de consumo responsable privilegiando el abastecimiento de pescados y mariscos en establecimientos de expendio y consumo de origen legal en consonancia con la regulación pesquera vigente.

Los principales resultados del diagnóstico muestran que a nivel nacional se reconocen por parte de SERNAPESCA debilidades en su gestión, tales como carencia de recursos financieros para

aumentar el control del "Sello Azul"; falta de difusión a la comunidad nacional y el hecho de no encontrarse integrado a su sistema oficial de trazabilidad. No obstante, el "Sello Azul" representa para esta institución un instrumento de gestión que inhibe y desincentiva la compra y distribución de productos del mar provenientes de la pesca ilegal.

La encuesta nacional de consumo responsable realizada para este estudio muestra que el "Sello Azul" es de escaso conocimiento de la población y los encuestados no tienen el hábito de consultar respecto del origen legal del producto que están comprando o consumiendo. Lo anterior, es independiente del grupo de ingresos o edad; los encuestados en general compran y consumen productos del mar en lugares donde reciben una boleta o recibo autorizado por el Servicio de impuestos internos (SII) y el grupo etario entre 25 y 50 años, presenta mayor interés por acceder a información adicional sobre el producto del mar que compra y/o consume, que los otros grupos etarios encuestados finalmente. En cuanto a las preferencias de lugares de compras, los resultados de la encuesta indicarían que tanto en la zona sur como centro del país las compras de productos del mar se hacen de preferencia en supermercados y ferias libres, no así en la zona norte donde se hacen de preferencia en caletas. En segundo lugar, de preferencia los encuestados indican en las zonas sur y centro los restaurantes y en el norte en los terminales pesqueros.

En términos comparativos con experiencias internacionales, fue posible constatar que el "Sello Azul" no se encuentra normado bajo criterios de certificación alineados con las directrices de FAO (*Food and Agriculture Organization*) para la Certificación de Productos del Mar ni con los principios de credibilidad de ISEAL Alliance (*Global membership association for credible sustainability standards*) como referentes internacionales. En este sentido, se ha elaborado una propuesta de mejoramiento del "Sello Azul" en base a estándares internacionales para fortalecer su credibilidad, estableciendo como pilar fundamental para su eficacia la incorporación de los consumidores en el proceso de evaluación y promoción de aquellos agentes que utilizan el Sello, la consideración de planes comunicacionales con mensajes adecuados que consigan una sociabilización y sensibilización efectiva con foco en restaurantes, salas de ventas, casinos de alimentación, carros de venta de ferias libres y caletas de la pesca artesanal asociados a cadenas cortas de distribución con trazabilidad verificable.

En el marco de las entrevistas con actores claves, los informantes entrevistados, en su totalidad, subrayaron la importancia del sector privado para una implementación exitosa de la acreditación con Sello Azul. Esta valoración no mostró diferencias significativas entre los distintos sectores (público, privado y sociedad civil). Se vislumbra que, en relación con las decisiones estratégicas, la creación y la ejecución de los distintos procesos en el marco de la implementación de la acreditación, el sector privado parece no haber recibido la consideración suficiente. Para promover una participación más amplia, se requiere construir mecanismos participativos y establecer criterios claros y consensuados.

Durante estas mismas entrevistas surgieron nuevos actores que podrían jugar un rol no menor al momento de controlar y promover las buenas prácticas en relación al consumo responsable de los productos del mar, tal es el caso de los municipios como la autoridad competente de las ferias

libres, que podrían jugar un rol muy importante por parte del sector público en aspectos de promoción y fiscalización. Se podría pensar en la creación de alianzas estratégicas con aquellos municipios que proactivamente promueven la certificación de los carros de venta de pescados y mariscos de las ferias libres que representan en la actualidad cerca del 50% del total de los productos del mar que se expenden directamente al consumidor en Chile.

Para el desarrollo de la propuesta de mejora, estrategia y factibilidad de implementación del nuevo Sello Azul se tuvo en consideración que en la actualidad en nuestro país se ha generado un escenario político que propicia el aumento de consumo de pescados y mariscos, distintas instancias públicas y/o privadas tales como el programa de gobierno “Elige Vivir Sano”, el Plan Estratégico “Del mar a mi mesa” de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, la promoción de desarrollar sistemas alimentarios sustentables, a través del programa de consumo responsable y las nuevas directrices de la JUNAEB para propiciar el aumento del consumo de pescado en los menús del Programa de Alimentación Escolar. Además, se ha constituido desde el año 2017 la Corporación PROPESCADO de carácter privado, que tiene la meta de transformarse en el líder en la gestión para el fomento del consumo de pescado a nivel nacional, con el apoyo de financiamiento público y privado. Así mismo, se encuentran operativos en el país una serie de sellos de certificación que generan sinergias importantes para la implementación del nuevo Sello Azul, tal es el caso del “Sello S” propiciado por Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR, que acredita a los establecimientos que privilegian la práctica de conductas que favorecen el sustentabilidad medio ambiental; y el “Sello 100K” gestionado por la Asociación Nacional de Chef de Chile que promueve la sostenibilidad económica de las pequeñas comunidades que producen insumos alimenticios, acreditando con un Sello a aquellos restaurantes que se proveen de insumos desde localidades a una distancia no mayor a 100 kilómetros de su establecimiento.

En este sentido, la propuesta de mejoramiento del “Sello Azul” descrita en este informe sobre la base de los lineamientos estratégicos del aumento del consumo de pescado y mariscos; la aplicación de los estándares internacionales para fortalecer su credibilidad para los consumidores; el desarrollo de alianzas público-privadas; el aprovechamiento de sinergias con otras iniciativas similares y la consideración de planes comunicacionales con mensajes adecuados que permitan su sociabilización y sensibilización efectiva del consumidor, representa una iniciativa viable para promover el consumo responsable de recursos marinos a través de la implementación de un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal en establecimientos de expendio y consumo, asociado a cadenas cortas de distribución que facilitarían su control e implementación, en restaurante, salas de venta de Retail carros de venta de ferias libres, casinos y caletas de la pesca artesanal.

Cabe destacar, la Guía de Buenas Prácticas Pesqueras para la pesca artesanal elaborada en este proyecto, es una contribución para iniciar un proceso de empoderamiento de este subsector de la pesca artesanal de prácticas responsables en su quehacer, por su rol clave en la seguridad alimentaria nacional en su rol de proveedores para la cadena de comercialización y distribución de pescados y mariscos, facilitando la implementación del Sello azul.

La estrategia de implementación del nuevo modelo del "Sello Azul", reconoce en los siguientes factores como los estructurales para su gestión:

- ✓ **Trazabilidad:** El establecimiento de un vínculo operativo y funcional entre los usuarios del Sello y sus proveedores, incorporando elementos que permiten la verificación física de la cadena de comercialización mediante el uso de tecnologías modernas para el etiquetado y seguimiento desde el origen a los puntos de consumo, fomentando la creación de cadenas cortas de comercialización que facilitan la trazabilidad. En este sentido, una de las propuestas incluye un modelo de herencia del sello Azul, esto es que el comercializador que compra a un proveedor acreditado con el Sello Azul, hereda para todos los efectos el Sello, esperando con ello reducir en alguna medida los esfuerzos de la trazabilidad.
- ✓ **Gradualidad:** El modelo de certificación del "Sello Azul" distingue dos áreas de intervención donde los esfuerzos y metodologías para la implementación del Sello serán distintas, por un lado, tenemos los establecimientos instalados donde se expendien y consumen productos del mar y por otro, los territorios adscritos a las Caletas.

La estrategia de implementación propuesta promueve una acreditación basada en criterios claros antes de buscar una implementación más masiva que finalmente no logre transmitir bien el objetivo último que busca representar el Sello, ya que inevitablemente llevaría a una menor credibilidad y confiabilidad frente a los (posibles) participantes y consumidores.

El plan de implementación se propone entonces sea abordado en una fase inicial con énfasis en supermercados y restaurantes y luego un trabajo más paulatino con las caletas y ferias libres.

- ✓ **Alianzas estratégicas:** Con el objeto de potenciar la cobertura e impacto de los mensajes, se propone la formalización de convenios de cooperación para el acceso a la información general y específica de consumo responsable de pescados y mariscos entre el SERNAPESCA y los gobiernos locales, asociaciones de productores pesqueros y organizaciones de fomento del consumo alimentos y turismo.
- ✓ **Comunicación:** El proceso de difusión y promoción se considera estratégico y central para el éxito del proceso de implementación y mantención en el tiempo del "Sello Azul". La política de difusión y promoción que se propone se basa principalmente en el concepto de la nueva Economía Participativa, donde las opiniones de los consumidores en las redes sociales generan sinergias que gatillan el éxito o fracaso comercial de los negocios.

La aplicación del Sello azul como un estándar voluntario de consumo responsable en los establecimientos de venta y consumo de pescados y mariscos, debería en el mediano plazo reducir significativamente el impacto de la pesca ilegal sobre la sustentabilidad del sector

pesquero y generar los siguientes beneficios para aquellos establecimientos que se acrediten:

- ✓ **Contar con la preferencia del consumidor:** El programa de promoción del consumo responsable asociado al Sello Azul comprende el desarrollo de campañas permanentes de comunicación y promoción orientadas a la sensibilización de los consumidores hacia la preferencia por la compra de productos del mar en establecimientos o caletas acreditadas con el Sello Azul.
- ✓ **Presencia permanente de marca en redes sociales:** EL establecimiento adherido al Sello azul tendrá una presencia permanente en redes sociales y páginas web que promueven el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente.
- ✓ **Imagen de la empresa:** El uso del Sello Azul permite a la empresa cumplir con acciones de responsabilidad social empresarial orientadas a minimizar sus impactos nocivos sobre el medio ambiente, posicionándose en la opinión pública como una empresa "amigable con el medio ambiente"
- ✓ **Eficacia de los esfuerzos de marketing:** El esquema colaborativo entre los consumidores previsto en la estrategia para la sostenibilidad del Sello Azul genera enormes beneficios para la difusión y eficacia de las campañas propias de marketing de los establecimientos y caletas que cuenten con la acreditación.

Por su parte, la evaluación de factibilidad técnica y económica de implementar el Sello Azul indicaría que del punto de vista normativo no existirían limitaciones para su puesta en marcha, toda vez que ya se encuentra en la actualidad instalado como parte del programa "Consumo Responsable" del SERNAPESCA operando bajo el alero del Departamento de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera. En cuanto a la disponibilidad de infraestructura física y tecnológica no habría restricciones para su implementación, pues se utilizarían las mismas dependencias que ha dispuesto el Servicio para estos efectos.

En cuanto a los aspectos económicos, el actual programa de "Consumo Responsable" del SERNAPESCA no cuenta con un presupuesto propio y su operación se financia con escasos recursos provenientes del presupuesto del programa de fiscalización preventiva y en la actualidad solo cuenta con un profesional jornada completa ubicado en el nivel central para desarrollar las actividades inherentes a la administración y gestión del Sello Azul.

La valorización de los costos asociados a la implementación y operación en régimen del nuevo Sello Azul indican que los ítems de costos más relevantes son el gasto en personal, las campañas de comunicación y difusión que incluyen gestión de medios, impresión de material gráfico, administración de redes sociales, la actualización de los diseños de spots publicitarios para radios y material visual, capacitación y en menor medida los gastos para movilización del personal. El gasto total anual estimado para la operación en régimen del Sello ascendería a \$ 250.084.344, valor que se compone en más de un 90% en gasto en personal que incluye un total de diez funcionarios con dedicación exclusiva distribuidos a nivel de todo el país, y el restante 10% corresponde a gastos asociados al desarrollo de las campañas comunicacionales y de difusión , capacitación de los

potenciales usuarios del Sello Azul y gastos menores asociados a traslado de los funcionarios para el desarrollo de reuniones y visitas a las instalaciones de los potenciales usuarios del Sello.

El costo asociado al personal no debiera constituir un aumento en los gastos del Sernapesca, pues se espera que este personal sea reasignado desde otras funciones que estén desarrollando al interior del Servicio en el área de la fiscalización pesquera. Asimismo, los gastos asociados a la infraestructura física y tecnológica no fueron incorporados en las valorizaciones por considerar que el Sernapesca ya cuenta con dichos elementos a disposición del personal que sería asignado a estas nuevas funciones.

En relación al diferencial de presupuesto requerido para la puesta en marcha y operación en régimen del nuevo Sello Azul, respecto del presupuesto actual del programa de "Consumo Responsable", este sería del 100%, pues este programa en la actualidad no cuenta con presupuesto propio.

Executive Summary

This document constitutes the Final Report of the study "Evaluate and improve the standards of the "Blue Seal "to promote the traceability of fishery products at a national level and the encouraging of responsible consumption of seafood in the national population", commissioned by the Fisheries Research Fund, FIPA, reporting to the Undersecretary of Fisheries and Aquaculture of Chile to the company GDO Consultants.

The study has the general objective of evaluating and improving the standards of the "Blue Seal" to promote the traceability of fishery products at a national level and has set out the following specific objectives:

- Carry out a diagnosis of responsible consumption at a national level, of the current program called "Blue Seal" and of international standards that contribute to traceability.
- Develop a proposal for improvement for the "Blue Seal", based on the gaps detected in the diagnosis of responsible consumption and a linking strategy with the SERNAPESCA traceability platform.
- Prepare a guide of good practices aimed at the artisanal fishing sector, which establishes recommendations for the production chain, in terms of sustainability, handling, preservation and the environment.
- Evaluate the technical and economic feasibility for the implementation of the proposed improvements to the Sello Azul.

The methodological strategy consisted of structuring a map of key actors associated with the management and public use of the "Blue Seal" to find out their opinion regarding the initiative and establish their predisposition to participate in it; gap identification in the work of the organization that administers the Seal in the National Fisheries and Aquaculture Service (SERNAPESCA); the experience of managing the "Blue Seal" in a restaurant in the cities of Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Algarrobo and Puerto Montt; investigate responsible consumption and knowledge of the "Blue Seal" at a national level by developing a national online survey and the international review of similar initiatives.

With the weighing and understanding of the results of each of the activities described, a diagnosis was carried out aimed at identifying gaps in the "Blue Seal" with international standards of similar initiatives and looking for what would be the challenges in the national context to renew the model and transform it into a modern management tool to generate responsible consumption practices, privileging the supply of fish and shellfish in establishments of sale and consumption of legal origin in line with current fishing regulations.

The main results of the diagnosis show that SERNAPESCA recognizes weaknesses in its management at the national level, such as lack of financial resources to increase control of the "Blue Seal"; lack of dissemination to the national community and the fact that it was not integrated into its official traceability system. However, the "Blue Seal" represents for this institution a

management instrument that inhibits and discourages the purchase and distribution of seafood from illegal fishing.

The national survey of responsible consumption carried out for this study shows that the "Blue Seal" is hardly known by the population and respondents do not have the habit of consulting in regard to the legal origin of the product they are buying or consuming. The above does not depend on the income or age group; Respondents generally buy and consume seafood in places where they receive a ticket or receipt authorized by the Internal Revenue Service (SII) and the age group between 25 and 50 years of age, are more interested in accessing additional information on about seafood products that they buy and / or consume, than the other age groups finally surveyed. Regarding the preferences of shopping places, the results of the survey would indicate that both in the southern and central areas of the country purchases of seafood are made preferably at supermarkets and fairs, but not in the northern area where they do preferably at fishing coves. In second place, the respondents indicate restaurants in the southern and central areas, and the fishing terminals in the north.

In comparative terms with international experiences, it was possible to verify that the "Blue Seal" is not regulated under certification criteria aligned with the guidelines of the FAO (Food and Agriculture Organization) for the Certification of Seafood, nor with the credibility principles of ISEAL Alliance (Global membership association for credible sustainability standards) as international benchmarks. In this sense, a proposal for the improvement of the "Blue Seal" based on international standards has been prepared to strengthen its credibility, establishing the incorporation of consumers in the process of evaluation and promotion of those agents who use the Seal as a fundamental pillar for its effectiveness, the consideration of communication plans with adequate messages that achieve effective socialization and awareness focusing on restaurants, sales rooms, fair food trucks and small-scale fishing coves associated with short distribution chains with verifiable traceability.

In the framework of the interviews with key actors, informants interviewed, in its entirety, underlined the importance of the private sector for a successful implementation of the Blue Seal accreditation. This assessment did not show significant differences between the different sectors (public, private and civil society). It is seen that, regarding strategic decisions, the creation and execution of the different processes within the framework of the accreditation implementation, the private sector seems to have not received sufficient consideration. To promote broader participation, it is necessary to build participatory mechanisms and establish clear and agreed criteria.

During these same interviews, new actors emerged who could play a leading role when controlling and promoting good practices in relation to the responsible consumption of seafood, such as the municipalities as the competent authority of fairs that could play a very important role on behalf of the public sector in matters concerning promotion and inspection. You could think of creating strategic alliances with those municipalities that proactively promote the certification of fish and

shellfish carts from the fairs that currently represent close to 50% of the total seafood products that are directly sold to the consumers in Chile.

For the development of the proposal for improvement, strategy and feasibility of implementation of the new Blue Seal, it was taken into account that currently in our country a political scenario has been generated that favors the increase of fish and shellfish consumption, different public entities and / or private such as the government's program "Choose to Live Healthy", the Strategic Plan "From the sea to my table" of the Undersecretary of Fisheries and Aquaculture, the promotion of developing sustainable food systems, through the program of responsible consumption and the new JUNAEB guidelines to promote increased fish consumption on the menus of the School Feeding Program. In addition, the Private PROPESCADO Corporation has been established since 2017, with the goal of becoming the leader in management for the promotion of fish consumption at the national level, with the support of public and private financing. Likewise, a series of certification seals are operating in the country that generate important synergies for the implementation of the new Blue Seal, such is the case of the "S Seal" promoted by the National Tourism Service, SERNATUR, which accredits establishments that privilege the practice of behaviors that favor environmental sustainability; and the "100K Seal" managed by the National Chef Association of Chile that promotes the economic sustainability of the small communities that produce food supplies, accrediting those restaurants with a Seal, those which get their supplies from locations with a distance no greater than 100 kilometers from their establishment.

In this sense, the proposal to improve the "Blue Seal" described in this report based on the strategic guidelines to increase the consumption of fish and shellfish; the application of international standards to strengthen its consumer credibility; the development of public-private partnerships; The use of synergies with other similar initiatives and taking into consideration communication plans with adequate messages that allow their effective socialization and consumer awareness, represent a viable initiative to promote responsible consumption of marine resources through the implementation of a management system to the supply of legal fishing in retail and consumption establishments, associated with short distribution chains that would facilitate its control and implementation, in restaurants, Retail stores, fair food carts and casinos located at artisan fishing coves.

It should be noted, the Guide to Good Fishing Practices for artisanal fishing prepared in this project, is a contribution to initiate a process of empowerment of this subsector of artisanal fishing with responsible practices in its work, for its key role in national food security in its role as suppliers for the marketing and distribution chain of fish and shellfish, facilitating the implementation of the "Blue seal".

The implementation strategy for the new "Blue Seal" model recognizes the following factors as structural for its management:

- ✓ **Traceability:** The establishment of an operational and functional link among users of the Seal and their suppliers, incorporating elements that allow physical verification of the

marketing chain through the use of modern technologies for the labeling, and monitoring from the origin to the points of consumption, promoting the creation of short marketing chains that facilitate traceability. In this sense, one of the proposals includes a model of inheritance of the Blue Seal, where the merchant that buys from an accredited Blue Seal supplier inherits the Seal for all purposes, hoping by this to reduce to some extent the efforts of traceability.

- ✓ **Graduality:** The "Blue Seal" certification model distinguishes two areas of intervention where the efforts and methodologies for the implementation of the Seal will be different, on the one hand, we have the establishments installed where seafood is sold and consumed, and on the other hand the territories assigned to the fishermen's cove.

The proposed implementation strategy promotes an accreditation based on clear judgement before seeking a more massive implementation that at the end fails to correctly convey the ultimate goal that the Seal seeks to represent, as it would inevitably lead to less credibility and reliability to the (possible) participants and consumers.

The implementation plan is therefore proposed to be addressed in an initial phase with an emphasis on supermarkets and restaurants, and then a more gradual work with coves and fairs.

- ✓ **Strategic alliances:** In order to reinforce the coverage and impact of the messages, formalizing cooperation agreements is proposed to access general and specific information on responsible consumption of fish and shellfish between SERNAPESCA and local governments, associations of fish producers and civil organizations oriented to the promotion of food consumption and tourism.
- ✓ **Communication:** The dissemination and promotion process are considered strategic and fundamental for a successful implementation and maintenance process of the "Blue Seal" in time. The proposed dissemination and promotion policy are mainly based on the concept of a new economy, "Participatory Economics", where the opinions of consumers on social media generate synergies that trigger the commercial success or failure of a business.

The application of the Blue Seal in establishments for the sale and consumption of fish and shellfish as a voluntary standard of responsible consumption should, in the mid-term, significantly reduce the impact of illegal fishing on the sustainability of the fishing sector and generate the following benefits for those establishments that are accredited:

- ✓ **Consumer preference:** The program for promoting responsible consumption associated with the Blue Seal includes the development of permanent communication and promotion campaigns aimed to raise consumer awareness to prefer buying seafood in establishments or coves accredited with the Blue Seal.

- ✓ **Permanent brand presence on social media:** The establishment adhered to the Blue Seal will have a permanent presence on social media and web pages that promote responsible consumption and caring of the environment.
- ✓ **Company image:** The use of the Blue Seal allows the company to comply with corporate social responsibility actions aimed to minimizing its harmful impacts on the environment, positioning itself in public opinion as an "environment friendly" company.
- ✓ **Marketing efforts effectiveness:** The collaborative scheme among consumers considered in the Blue Seal sustainability strategy generates enormous benefits for the diffusion and effectiveness of their own marketing campaigns of accredited establishments and coves.

For its part, the evaluation of the technical and economic feasibility of implementing the Blue Seal indicates that from a regulatory point of view, there would be no limitations for its implementation, since it is currently installed as part of the "Responsible Consumption" program of SERNAPESCA operating under the Department of Management of Fisheries Control Programs. Regarding the availability of physical and technological infrastructure, there would be no restrictions for its implementation, since the same premises that the Service has provided for these purposes would be used.

Regarding the economic aspects, SERNAPESCA's current "Responsible Consumption" program does not have its own budget and its operation is financed with scarce resources from the budget of the preventive control program and currently only has one professional full-time to develop the activities inherent to the administration and management of the Blue Seal nationwide.

The valuation of the costs associated with the implementation and operation under the new Blue Seal indicate that the most relevant cost items are personnel expenses, communication and dissemination campaigns that include media management, printing of graphic material, administration of social networks, updating the design of advertising spots for radio and visual material, training and the expenses for mobilizing personnel. The total estimated annual expense for the operation of the Blue Seal system would be of \$ 250 million of Chilean pesos, a value that is made up of more than 90% in personnel expenses that includes a total of ten full-time employees distributed throughout the country, and the remaining 10% corresponds to expenses associated with the development of communication and dissemination campaigns, training of potential users of the Blue Seal and minor expenses associated with the transfer of officials for the development of meetings and visits to potential facilities. Seal users.

The cost associated with the personnel should not constitute an increase in the expenses of the Sernapesca, since it is expected that these personnel will be reassigned from other functions that they are developing within the Service in the area of fisheries supervision. Likewise, the expenses associated with the physical and technological infrastructure were not included in the valuations, considering that Sernapesca already has these elements available to the personnel who would be assigned to these new functions.

In relation to the budget differential required for the start-up and operation under the new Blue Seal, compared to the current budget of the "Responsible Consumption" program, this would be of a 100%, as this program currently does not have its own budget.

CONTENIDO

<u>1</u>	<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>1</u>
<u>2</u>	<u>ANTECEDENTES</u>	<u>2</u>
<u>3</u>	<u>METODOLOGÍA DE TRABAJO POR OBJETIVO</u>	<u>5</u>
3.1	METODOLOGÍA PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1	5
3.1.1	CARACTERIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN/COMERCIALIZACIÓN RECURSOS PESQUEROS A NIVEL NACIONAL	5
3.1.2	LEVANTAMIENTO DEL CONSUMO RESPONSABLE DE PESCADOS Y MARISCOS	8
3.1.3	TALLER CON GRUPOS FOCALES	10
3.1.4	DIAGNÓSTICO DEL "SELLO AZUL"	10
3.1.5	LEVANTAMIENTO DE INICIATIVAS SIMILARES Y EXPERIENCIA INTERNACIONAL	11
3.2	METODOLOGÍA PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2	11
3.2.1	DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE MEJORA DEL "SELLO AZUL".	12
3.2.2	ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS MEJORAS AL "SELLO AZUL"	12
3.2.3	EVALUACIÓN, ESTABLECIMIENTO Y ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTÁNDARES SANITARIOS PARA EL "SELLO AZUL".	13
3.3	METODOLOGÍA PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 3	14
3.3.1	CONSIDERACIONES DE DISEÑO	14
3.3.2	DESARROLLO DE CONTENIDOS	14
3.3.3	IMPRESIÓN DE MATERIAL ASOCIADO AL "SELLO AZUL", LA GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS Y LA CARTILLA CON LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS.	15
3.3.4	DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS CON LOS AGENTES INVOLUCRADOS.	16
3.4	METODOLOGÍA PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 4	16
<u>4</u>	<u>RESULTADOS POR OBJETIVO</u>	<u>18</u>
4.1	RESULTADOS OBTENIDOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1	18
4.1.1	CARACTERIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN/COMERCIALIZACIÓN RECURSOS PESQUEROS A NIVEL NACIONAL	18
4.1.2	MAPA DE ACTORES DE ACTORES CLAVES EN LA CADENA DE VALOR	20
4.1.3	LEVANTAMIENTO DEL CONSUMO RESPONSABLE DE PESCADOS Y MARISCOS	26
4.1.4	GRUPOS FOCALES	48
4.1.5	DIAGNÓSTICO DEL "SELLO AZUL"	49
4.1.6	LEVANTAMIENTO DE INICIATIVAS SIMILARES Y EXPERIENCIA INTERNACIONAL	58
4.2	RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2	78
4.2.1	PROPUESTA DE MEJORA PARA EL "SELLO AZUL"	78
4.2.2	ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DEL NUEVO MODELO "SELLO AZUL"	86
4.2.3	PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL SELLO AZUL	99

4.2.4	ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTÁNDARES SANITARIOS PARA EL “SELLO AZUL”	103
4.3	RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 3	109
4.3.1	EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PESQUERAS EN LAS CALETAS DE TONGOY PORTALES Y NIEBLA	109
4.3.2	VALIDACIÓN DE CONTENIDO Y FORMATO DE LA GUÍA DE BUENAS PRACTICAS PESQUERAS (GBPP)	109
4.3.3	PRESENTACIÓN DE LA GUÍA DE BUENAS PRACTICAS	110
4.3.4	IMPRESIÓN DEL MATERIAL ASOCIADO AL "SELLO AZUL", LA GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS Y LA CARTILLA CON LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS.	110
4.3.5	DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS CON LOS AGENTES INVOLUCRADOS.	110
4.4	RESULTADOS DEL OBJETIVO 4	111
4.4.1	SITUACIÓN ACTUAL	111
4.4.2	VALORIZACIÓN DEL NUEVO SELLO AZUL	111
4.4.3	COSTOS FIJOS	111
4.4.4	COSTOS VARIABLES	112
4.4.5	GASTO ASOCIADO A LA FASE DE IMPLEMENTACIÓN	114
5	<u>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</u>	116
5.1	MAPA DE ACTORES	116
5.2	DIAGNÓSTICO “SELLO AZUL”	118
5.3	LEVANTAMIENTO DE CONSUMO RESPONSABLE DE PESCADOS Y MARISCOS	120
5.3.1	EN REFERENCIA AL CONSUMO RESPONSABLE DE PRODUCTOS DEL MAR	120
5.3.2	EN REFERENCIA AL PROGRAMA “SELLO AZUL”	121
5.4	LEVANTAMIENTO DE INICIATIVAS SIMILARES Y EXPERIENCIA INTERNACIONAL	122
5.5	PROPUESTA DE MEJORA, ESTRATEGIA Y FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN Y FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTÁNDARES SANITARIOS PARA EL “SELLO AZUL”.	123
5.6	GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PESQUERAS	126
5.7	FACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA VERSIÓN SELLO AZUL 2.0.	127
6	<u>CONCLUSIONES</u>	128
7	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	130
7.1	ANTECEDENTES	130
7.2	MAPEO DE ACTORES	130
7.3	ANÁLISIS DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS Y MARISCOS EN CHILE	130
7.4	LEVANTAMIENTO DE INICIATIVAS SIMILARES	130
7.5	ANÁLISIS ENCUESTA ON-LINE	132
7.6	ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DEL NUEVO MODELO DEL “SELLO AZUL”	132
	<u>ANEXOS</u>	133

ANEXO 1 - REGISTRO DOCUMENTAL Y GRAFICO	133
ANEXO 2 - CUESTIONARIO ENTREVISTAS PARA INFORMANTES CLAVES	133
ANEXO 3 - DISEÑO DE ENCUESTA ON-LINE Y GRUPOS FOCALES	133
ANEXO 4 - ENTREVISTA INFORMANTES CLAVES	133
ANEXO 5 - SISTEMATIZACIÓN RESPUESTAS DE USUARIOS “SELLO AZUL”	133
ANEXO 6 - SEGUIMIENTO FOTOGRÁFICO VISUALIZACIÓN “SELLO AZUL”	133
ANEXO 7 - PRESENTACIÓN PROPUESTA DE MEJORA AL “SELLO AZUL”	133
ANEXO 8 - RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LOS TALLERES	133
ANEXOS 9 – MATERIAL GRÁFICO DE DIFUSIÓN “SELLO AZUL”.	133
ANEXOS 10 – ACTAS DE REUNIÓN CON CONTRAPARTE TÉCNICA.	133
ANEXO 11 – LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE CALETAS.	133
ANEXO 12 – GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS.	133
ANEXO 13 - CARTA FIPA, RESPUESTA A FIPA Y VALIDACIÓN MATERIAL.	133
ANEXO 14 - CARTA ENTREGA IMPRESO RECIBIDO OFICINA PARTES + GUÍA DESPACHO + AVISO ENTREGA	133

Índice de Tablas

Tabla 1. Esquema general para la construcción de la matriz de actores. Fuente: EC-FAO, 2006....	7
Tabla 2. Listado de actores claves descritos en función de su rol, su relación predominante y su nivel de poder para influir en la gestión de apoyo al desempeño del "Sello Azul". Fuente: elaboración propia.	23
Tabla 3. Resumen de respuestas para la pregunta P101: Por favor indique la región del país donde reside.....	26
Tabla 4. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique el grupo de edad al cual pertenece.....	27
Tabla 5. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique si Usted es quién generalmente realiza las compras de alimentos en su hogar.....	27
Tabla 6. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique el nivel de ingresos de su hogar.	28
Tabla 7. Conteos resultantes entre las opciones de selección múltiple de las preguntas P202 y P201. Al tratarse de tablas de doble entrada de los pares de alternativas de ambas preguntas, cada par se lee como sigue: Si - Si, las personas eligen ambas alternativas; Si - No o No - Si, las personas eligen una de las alternativas por pregunta; No - No, las personas no eligieron ninguna de las alternativas. Fuente: elaboración propia.	30
Tabla 8. Tabla marginal entre preguntas P201 y P202. Fuente: elaboración propia.....	32
Tabla 9. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por zona geográfica. Fuente: elaboración propia.	33
Tabla 10. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por rango etario. Fuente: elaboración propia.	33
Tabla 11. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por nivel de ingresos por hogar. Fuente: elaboración propia.	34
Tabla 12. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por zona geográfica. Fuente: elaboración propia.	34
Tabla 13. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por rango etario. Fuente: elaboración propia.	35
Tabla 14. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por nivel de ingresos por hogar. Fuente: elaboración propia.	35
Tabla 15. Resultados con los valores del test de Chi-cuadrado de Pearson. A valores más alto, más asociadas se encuentran las alternativas. Fuente: elaboración propia.	36
Tabla 16. P-valores ajustados resultantes de análisis de Bonferroni entre las opciones de selección múltiple de las preguntas P202 y P201. Fuente: elaboración propia.	37
Tabla 17. Resumen de respuestas para la pregunta P301: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted estaría de acuerdo en que lo conoce? Fuente: elaboración propia.	42

Tabla 18. Resumen de respuestas para la pregunta P302: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda con que un sello es una buena forma de apoyar el cuidado o protección de los recursos marinos? Fuente: elaboración propia.	42
Tabla 19. Resumen de respuestas para la pregunta P303: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda en preferir un local establecido que posea éste u otro tipo de sello que apoye la pesca sostenible? Fuente: elaboración propia.	43
Tabla 20. Resumen de respuestas para la pregunta P304: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted pagaría más por un producto en un local establecido que cuente con éste sello?	44
Tabla 21. Resumen de respuestas para la pregunta P305: Respecto del sello que se le mostró y la calidad e inocuidad de un producto, ¿a usted le agradaría si este sello también identifica a un local establecido que tiene buenas prácticas en la manipulación de los productos que ofrece?	44
Tabla 22. Resumen de respuestas para la pregunta P306: Por último, del sello que se le mostró, ¿Usted lo recordaría como distintivo asociado a la pesca sostenible?.....	45
Tabla 23. Sellos para productos marinos.	73
Tabla 24. Sellos según su cobertura geográfica.....	75
Tabla 25. Etiquetas ecológicas según el origen de la organización.	76
Tabla 26. Carga de trabajo asignada a las distintas instancias de gestión técnica y administrativa del "Sello Azul". Fuente. elaboración propia.	89
Tabla 27. Propuesta de Requisitos para el Proceso de Trazabilidad del "Sello Azul" por Segmento Objetivo. Fuente: elaboración propia.	91
Tabla 28. Preferencias de lugares de compra de pescados y mariscos a nivel regional por zonas geográficas. Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta de Consumo Responsable, GDO Consultores 2019.	95
Tabla 29. Variables para priorizar intervención en fases de implementación (Fuente: Elaboración propia a partir de información obtenida desde estudios de SERNAPESCA y encuesta propia realizada on-line año 2019.	96
Tabla 30. Propuesta de plan de implementación. Fuente: elaboración propia.....	96
Tabla 31. Continuación tabla anterior.....	97
Tabla 32. Programación de actividades propuestas para primera fase de implementación del Sello Azul. Fuente: elaboración propia.....	103
Tabla 33. Valorización de los gastos en personal asociado a la operación del Sello Azul. Fuente: sitio oficial www.sernapesca.cl transparencia activa.	112
Tabla 34. Total de gastos anuales asociados a los costos directos de operación del Sello Azul. Fuente: elaboración propia.	113
Tabla 35. Costo total de la fase de implementación del nuevo Sello Azul. Fuente: elaboración propia.	114

Índice de Figuras

Figura 1. Etapas para el análisis de actores. Fuente: adaptado de Reed et al. 2009.	7
Figura 2. Descripción de los canales de distribución y comercialización de recursos pesqueros nacionales. Fuente: modificado de Villena, M., 2012.	19
Figura 3. Mapa de actores según el grado de influencia para la implementación exitosa del “Sello Azul”. Fuente: elaboración propia.	23
Figura 4 Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P203, agrupados por ingreso por hogar y por grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.	38
Figura 5. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P204, agrupados por ingreso por hogar y grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.	39
Figura 6. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P205, agrupados por ingreso por hogar y grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.	40
Figura 7. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P203, P204 y P205, agrupados por ingreso del hogar. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.	41
Figura 8. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por zona geográfica (Norte, Centro-Sur, Sur). Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.	46
Figura 9. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por grupos etarios. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.	47
Figura 10. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por niveles de ingreso del hogar declarado por los encuestados. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.	48
Figura 11. Descripción de los lineamientos estratégicos y atributos de la nueva versión del “Sello Azul”. Fuente: elaboración propia.	81
Figura 12. Descripción de la propuesta de posición de la nueva versión del “Sello Azul” en los establecimientos de consumo y expendio en las cadenas cortas de distribución y comercialización de los pescados y mariscos a nivel nacional. Fuente: elaboración propia.	84

1 Introducción

El presente documento constituye el Informe Final del estudio "Evaluar y mejorar los estándares del "Sello Azul" para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y el incentivo del consumo responsable de los productos del mar en la población nacional", encargado por Fondo de Investigación Pesquera, FIPA, dependiente de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura a la empresa GDO Consultores.

Objetivo general

Evaluar y mejorar los estándares del "Sello Azul" para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional.

Objetivos específicos

- 1) Realizar un diagnóstico del consumo responsable a nivel nacional, del actual programa denominado "Sello Azul" y de los estándares internacionales que contribuyan a la trazabilidad.
- 2) Desarrollar una propuesta de mejora para el "Sello Azul", en base a las brechas detectadas en el diagnóstico del consumo responsable y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA.
- 3) Elaborar una guía de buenas prácticas dirigidas al sector pesquero artesanal, que establezca recomendaciones a la cadena productiva, en términos de sustentabilidad, manipulación, preservación y medio ambiente.
- 4) Evaluar la factibilidad técnica y económica para la implementación de las mejoras propuestas al "Sello Azul".

2 Antecedentes

El presente documento es el Informe Final del proyecto denominado "Evaluar y mejorar los estándares del "Sello Azul", para propender a la trazabilidad de los productos pesqueros a nivel nacional y el incentivo del consumo responsable de los productos del mar en la población nacional", licitación pública FIPA 2018-0, código ID-4728 57LP18.

Los estándares voluntarios de sostenibilidad adoptados por los productores tienen el potencial de generar impactos que van más allá de las operaciones individuales certificadas y afectan a cambios sistémicos más amplios. Por ejemplo, en el caso de la pesca, la certificación del estándar del sello *Marine Stewardship Council*, certifica que la explotación del *stock* del recurso marino objetivo tiene niveles de explotación sustentables en el tiempo, las operaciones de pesca son realizadas con efectos de bajo riesgo para el ecosistema y la gobernanza de la pesquería realiza evaluaciones y toma decisiones de administración en base a conocimiento en forma oportuna y transparente.

De acuerdo a una reciente investigación realizada por *World Wildlife Fund* (WWF) e *ISEAL Alliance*, ha descrito que la adopción de estándares de sustentabilidad de los productores, permite la creación de un escenario propicio, para el suministro de los productos pesqueros, por ejemplo, en el tiempo que sea predecible y la cadena de valor, en sus etapas de distribución y comercialización es fortalecida, pero además tiene un impacto positivo en el consumidor, puesto que ayuda a crear un entorno adecuado para las buenas prácticas de producción y consumo responsable, que benefician a las personas y al planeta, y contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en específico el objetivo 14 protección de la vida submarina y el objetivo 12 de producción y consumo responsable (ONU, 2015).

En este sentido, podrían tener impactos tangibles, como la creación de políticas públicas y privadas o nuevas asociaciones, que colaboren para mantener el cumplimiento de estos estándares creando confianza e influyendo en actitudes socioculturales.

En consecuencia y desde una perspectiva sistémica, la implementación de los estándares de sostenibilidad en operaciones productivas, facilitan:

- i) La colaboración de los grupos de interés: Los procesos de implementación y adopción de las normas ayudan a crear capital social, facilitando el diálogo entre las partes interesadas en un sector productivo, fortaleciendo su coordinación y a la implementación de estrategias y asociaciones para abordar problemas de sostenibilidad. Además, paralelamente ayuda a generar confianza, influir en las actitudes y empoderar a actores, que a menudo son excluidos de las decisiones que los afectan, contribuyendo a fortalecer de la gestión sustentable en la administración de la actividad productiva.
- ii) La creación de políticas públicas y corporativas en las compañías productoras y comercializadoras: El establecimiento de una instancia de involucramiento con las empresas, el gobierno y el sector financiero, los estándares influyen en las políticas tanto en el sector público como en el privado. Las campañas de difusión, también pueden influir en la opinión pública y en el comportamiento corporativo. Los cambios en la política

pública pueden ser particularmente importantes, ayudando a eliminar las malas prácticas y crear un escenario nivelado para las operaciones de producción, distribución y comercialización responsables, a través de la cadena de valor.

En este contexto, se identificó el Programa de Consumo Responsable y Pesca Sustentable desarrollado por el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura - denominado "Sello Azul" - que acredita, distingue y reconoce personas naturales y jurídicas, de comercio especializado en productos del mar y restaurant, que el expendio en estos lugares de productos del mar son de origen legal y consecuencia es un instrumento que inhibe y desincentiva la compra y distribución de recursos hidrobiológicos provenientes de la pesca ilegal. En la actualidad, este sello se ha implementado en 74 locales comerciales con foco en restaurants (67) y en salas de venta (7) (SERNAPESCA, 2018). La incorporación a este sello es gratuita y los deberes para el acreditado, de acuerdo a lo establecido en la Resolución Exenta N° 4215/02.06.2016 del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura son:

- i) Difundir sus beneficios, manteniendo informado al público en su sitio web si lo tuviese y en la operación diaria del recinto, a través de la exhibición del "Sello Azul".
- ii) Mantener un registro físico en el recinto (libro de registro) con la información detallada diaria de las compras, ventas y saldos de los recursos hidrobiológicos y sus productos derivados.

En una revisión preliminar, en función de los antecedentes descritos precedentemente y de acuerdo a lo solicitado en los objetivos específicos de este proyecto, se identifican los siguientes desafíos para el mejoramiento del "Sello Azul":

- Fortalecimiento del "Sello Azul" como un instrumento clave, para la trazabilidad de los productos pesqueros en su control de la normativa pesquera que rige su extracción, distribución y comercialización bajo la Ley de Pesca y Acuicultura y el Código Sanitario, en el marco de la cadena de distribución y comercialización de pescados y mariscos a nivel nacional.
- Ampliación en cobertura de su uso en Restaurant y su cobertura de uso en la red de Supermercados a nivel nacional y fortalecimiento del uso del sello como ventaja competitiva, a través de la factibilidad de implementar convenios de colaboración con las cámaras de comercio regionales y de iniciativas de posicionamiento en el ámbito nacional e internacional que incentiven la adopción de este sello y represente una ventaja competitiva para aquellos que lo adopten.
- Estructuración de un modelo de cooperación y vinculación con el Servicio Nacional de Salud, para incorporar la variable sanitaria al "Sello Azul".
- Diseño a nivel de proceso de una aplicación computacional de registro en línea del movimiento de recursos o productos pesqueros en los recintos con "Sello Azul" vinculado a la plataforma de trazabilidad del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura.

- Exploración de la incorporación de la trazabilidad física (marcaje de productos), en aquellos recursos posibles para su control, a través de la cadena de valor y su verificación en los recintos acreditados con el "Sello Azul".
- Evaluación técnica y económica de la implementación de la auditoria de control de tercera parte, para la verificación in-situ de la operación del "Sello Azul" en el recinto acreditado.
- Desarrollo de mecanismos de validación ciudadana, a través de campañas de difusión y educación cívica de consumo responsable de productos pesqueros.

Cada uno de los desafíos descritos, representan piezas de mejoramiento para el "Sello Azul", para estructurar un modelo operacional -evaluada técnica y económicamente - que permita contribuir a la sustentabilidad, se ajuste a un estándar internacional, por ejemplo, de ISEAL Alliance (Asociación global público-privada cuya misión es el fortalecimiento de los sistemas de estándares de sustentabilidad para el beneficio de la comunidad y el ambiente) y al reconocimiento de la comunidad nacional. Estos también, deberán ser vinculados con las iniciativas privadas y gubernamentales nacionales, para el aumento de consumo de pescados y mariscos en forma sustentable como la Corporación para la promoción del consumo de los productos del mar (PROPESCA DO) con su programa "Yo como Pescado" y la estrategia del "Mar a mi mesa" de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, respectivamente.

Estos desafíos, representan un marco inicial para ser evaluados, analizados y validados por los actores que participan de la cadena de valor en la producción, distribución, comercialización y consumo de productos pesqueros. En especial, se considera fundamental la visación y validación del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, como agencia estatal responsable de su administración.

En este contexto, el contenido del documento describe el avance de los objetivos específicos del citado proyecto, que están referidos a realizar un diagnóstico de consumo responsable a nivel nacional y de los estándares internacionales que contribuyan la trazabilidad (Objetivo Específico 1) y el desarrollo de una propuesta de mejoramiento del "Sello Azul" (Objetivo Específico 2).

3 Metodología de trabajo por objetivo

3.1 Metodología para el objetivo específico 1

Se adjunta en detalle la metodología utilizado para el cumplimiento del objetivo específico 1, denominado "Realizar un diagnóstico del consumo responsable a nivel nacional, del actual programa denominado "Sello Azul" y de los estándares internacionales que contribuyan a la trazabilidad".

3.1.1 Caracterización de la distribución/comercialización recursos pesqueros a nivel nacional

La descripción de la cadena de distribución y comercialización, para definir el conjunto interrelacionado de intermediarios que intervienen en la comercialización de los pescados y mariscos a nivel nacional, desde la producción pesquera hasta el consumidor final, se realizó en base al estudio denominado "Diagnóstico del consumo interno de productos pesqueros en Chile", de Marcelo Villena del 2012. Mapeo de actores claves en la cadena de valor.

En esta parte del trabajo de consultoría, se contempló la confección de un mapa de actores claves en la cadena de valor de la producción, distribución, comercialización y consumo de los productos del mar a nivel nacional, identificando sus vinculaciones, intereses y nivel de participación e influencia en el ámbito de la sustentabilidad del consumo responsable de pescados y mariscos.

Para ejecutar esta actividad, se utilizó la metodología propuesta por Tapella (2007) y elementos de *Capacity WORKS* (2014), que es un modelo de gestión para diseñar y generar cambios sociales sustentables, para así construir el Mapa de Actores Claves (MAC). Lo anterior, también se complementó, en lo que corresponda con lo propuesto por Reed et al. (2009). La información recopilada, fue fundamental para organizar y diseñar la estrategia más adecuada de los talleres solicitados en esta consultoría.

Las principales sub-actividades realizadas para el Mapeo de Actores fueron:

Reuniones: Con la contraparte (Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura) en la cual se definió una lista de actores que el mandante consideró claves (Ver apartado E del Anexo 1); para una elaboración de una primera versión de un mapa de actores (Estado, Sociedad civil y Sector privado) en torno a las dos dimensiones abordadas en el diagnóstico: ¿cuáles son actores clave que inciden/pueden incidir en el consumo responsable a nivel nacional? y ¿cuáles son los actores clave en la implementación del actual programa denominado "Sello Azul"?

Entrevistas: Una vez que se estableció la lista de actores relevantes, se identificaron las funciones, roles y potenciales conflictos que cada actor podría tener con otros involucrados, con el fin de perfilar su potencialidad para conformar una red orientada a facilitar el uso del "Sello Azul". La recopilación de información, se realizó mediante entrevistas semi-estructuradas lo que permitió

conocer la perspectiva del sujeto estudiado, sus interpretaciones y sus percepciones. Estas entrevistas cualitativas tuvieron como características principales la realización de una conversación presencial: a) provocada por el entrevistador; b) realizada a los actores identificados c) guiada por el entrevistador; y f) con un esquema de preguntas flexible y no estandarizado.

Por otra parte, las entrevistas entregaron la posibilidad de recabar información que no se encuentra en los datos estadísticos recogidos generalmente, ya que permitió otorgar mayor libertad a las preguntas y recoger la profundidad de las respuestas (Bericat, 1998), lo que facilitó la obtención de una visión más precisa de lo que está ocurriendo en el sector pesquero relacionado con el funcionamiento del "Sello Azul".

Las entrevistas fueron diseñadas bajo el método semi-estructurada y una parte abierta (Ver Anexo 4). La parte semi-estructurada, se orientó a recoger datos más precisos que se necesitan recabar, información específica sobre la aplicación y uso de sellos de sustentabilidad, como el "Sello Azul" y su contribución para gestionar las pesquerías en forma sustentable. Al mismo tiempo, se otorgó libertad para que los entrevistados tuvieran la posibilidad de interpretar lo que han observado y entregaran su visión fundamentada de lo que ocurre a ese respecto.

La sección abierta de la entrevista permitió recoger la visión del estado general del funcionamiento del sistema productivo, dejando a los entrevistados mayor libertad para representar la realidad que ellos viven. Esta parte de la entrevista apuntó directamente a conseguir una representación cabal de las relaciones sociales que se producen en la cadena de valor de la producción, distribución, comercialización y consumo de pescados y mariscos e identificar y priorizar brechas de información y conocimiento del "Sello Azul".

Análisis de actores: Mediante un análisis cualitativo de los diferentes actores y con relación al proceso participativo iniciado. Se adoptaron dos categorías: a) relaciones predominantes entre los actores, con énfasis en el nivel de interés, y b) niveles de poder o influencia sobre otros actores. Las etapas para el análisis de actores se resumen en la Figura 1 que se muestra a continuación.



Figura 1. Etapas para el análisis de actores. Fuente: adaptado de Reed et al. 2009.

Elaboración de Mapa de Actores Claves (MAC): La elaboración de la matriz para construir el MAC y que permitió ordenar la información recopilada de las entrevistas, se realizó en base a la Tabla 1.

Tabla 1. Esquema general para la construcción de la matriz de actores. Fuente: EC-FAO, 2006.

Grupo de Actores Sociales	Actor	Rol	Relación Predominante	Poder
Clasificación de los diferentes actores sociales en un espacio preciso.	Conjunto de personas con intereses comunes.	Funciones que desempeña cada actor y objetivo de su quehacer.	Relaciones de afinidad (confianza) frente a opuestos (conflicto): 1. A favor 2. Indiferente 3. En contra	Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones: 1. Alto 2. Medio 3. Bajo

3.1.2 Levantamiento del consumo responsable de pescados y mariscos

En paralelo al Mapeo de Actores Claves, se realizó el levantamiento de información respecto del consumo responsable de pescados y mariscos, para lo cual se implementó una consulta de opinión a nivel nacional. Con el objeto de lograr una mayor cobertura para esta consulta de opinión se utilizó un modelo de consultas on-line. (Ver Anexo 3).

Para la construcción de la encuesta, se usó tecnología *on-line* por medio de las herramientas disponibles de Google, las cuales permiten un acceso fácil para responder y es amigable tanto para el encuestador como para el encuestado.

Para la determinación de la muestra, se definió como población objetivo los adultos que posean un poder adquisitivo que les permita consumir estos tipos de productos, dentro del grupo etario entre los 25 – 70 años, luego esto presenta un sesgo de diseño.

En ese contexto, la encuesta se orientó al 40% de los hogares nacionales, asumiendo los dos últimos quintiles en base al ingreso *per cápita* del hogar, que corresponden a los más altos con un ingreso disponible *per cápita* de \$471.577 y \$1.367.448, respectivamente, esto de acuerdo a la VIII Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF)¹ (INE, 2018).

En consecuencia, la población total (N) que corresponde al rango etario señalado previamente se encuentra alrededor de 6.010.173 personas, sin embargo, al filtrar por ingresos la población se reduce a 2.455.689 personas, por lo que utilizo este último valor.

Luego, el tamaño de la muestra fue de un n de 384 personas a consultar. Sin embargo, esto fue posteriormente distribuido de acuerdo a la representatividad poblacional de cada región.

3.1.2.1 Implementación de la encuesta on-line

La encuesta tuvo un carácter anónimo, exploratorio, distribuida por medio de redes sociales (Facebook, WhatsApp, email y otros), auto-administrada (por medio de un formulario en la web de Google), y las respuestas fueron ponderadas por población y rangos etarios de la misma, junto a los sesgos introducidos en el diseño de la encuesta, por ejemplo: no se incluyeron las personas menores de 25 años, se priorizó un nivel alto de ingresos por hogar, en particular para la consulta sobre el "Sello Azul", se utilizó el logotipo del sello para realizar las preguntas, entre otros. Cabe señalar, que las ponderaciones calculadas, solo tienen efectos al momento de realizar cálculos distintos a los conteos (frecuencias), por ejemplo: medias, medianas, intervalos de confianza, etc.

La encuesta constó de un total de 16 preguntas (ver Anexo 3), las cuales fueron consensuadas con el mandante. Las primeras cuatro corresponden a preguntas de tipo informativas. Estas preguntas

¹ INE (Instituto Nacional de Estadísticas). 2018. Informe de Principales Resultados VIII Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), Departamento de Presupuestos Familiares.
<http://www.ine.cl/estadisticas/ingresos-y-gastos/epf>

se utilizaron para generar grupos y/o filtros dentro del grupo poblacional muestreado. La quinta y sexta pregunta correspondieron a preguntas categóricas de selección múltiple, las cuales se usaron para evaluar la relación entre preferencia de compra de productos del mar con cualidades que el consumidor da importancia al momento de comprar. Lo anterior, se realizó por medio del *test* SMPI (*Simultaneous Pairwise Marginal Independence*), que analiza la independencia de pares de respuestas en forma simultánea, entregando un indicador del nivel de relación entre las respuestas. Estas dos preguntas, sirven además como *proxys* sobre el lugar físico y cualidades que pueden servir para la promoción del “Sello Azul”. De la séptima a la décima pregunta, son preguntas relacionadas con el consumo responsable y la percepción del encuestado respecto a la legalidad y origen del producto. Este tipo de respuestas nos entregan una idea del nivel de interés o responsabilidad de las personas al momento de comprar y/o consumir. Estas preguntas al ser de tipo Likert, se utilizaron gráficas y tablas para la presentación de resultados. De la décima pregunta en adelante, son preguntas de tipo Likert referentes al “Sello Azul”. Las respuestas a estas preguntas describen aspectos del “Sello Azul” y otros relacionados con los sellos y la protección de los recursos marinos, así como también, la opinión de los encuestados sobre el alcance del “Sello Azul”, en lo que respecta de comprar en un local establecido y/o pagar más por productos con “Sello Azul”, y/o también, que éste último este asociado a buenas prácticas que aseguren la calidad e inocuidad de los productos.

Junto a lo anterior, se profundizó el análisis segmentando o agrupando las respuestas de acuerdo a zonas del país (Norte, Centro, Centro-Sur y Sur) y por grupo etario. Lo anterior, permitió dar una recomendación más dirigida, respecto del esfuerzo de difusión y promoción necesario del “Sello Azul”, de acuerdo, a los patrones de consumo y puntos débiles que se pudieron identificar de las respuestas de la encuesta.

3.1.2.2 Modificaciones a criterios poblacionales

Se realizaron dos modificaciones importantes a los criterios poblacionales para realizar el análisis de la encuesta:

1. Se agregó el grupo etario “71 y más”, el cual se encontraba presente en las respuestas.
2. Se agregó el grupo de ingresos “475.001 a 594.500”, cubriéndose así los seis últimos percentiles de ingreso por hogar, el cual se encontraba presente en las respuestas.

3.1.2.3 Técnicas analíticas y software utilizado

Para los análisis se utilizó el software estadístico R (R Core Team 2019). Para el diseño de la encuesta, la realización de las ponderaciones post-diseño (*raking*) de la encuesta, la obtención de medias y errores estándar por pregunta, se utilizaron los “paquetes” *survey* y *srvyr* (Lumley 2004, 2019; y Freedman Ellis 2019).

Por su parte, para el análisis de respuestas categóricas múltiples, se utilizó el “paquete” MRCV (Koziol and Bilder 2014), mientras que, para analizar y obtener las gráficas y proporciones de las

preguntas tipo Likert, se utilizaron los "paquetes" *likert* y *ggplot2* (Bryer and Speerschneider 2016; y Wickham 2016).

3.1.2.4 Consistencia interna de las respuestas

Se utilizó el estadístico alfa de Cronbach para probar la consistencia interna de las preguntas, el cual se probó con las preguntas P302 a P305, debido a que poseen una escala Likert con una orientación similar. Para obtener el estadístico se utilizó el "paquete" *psych* (Revelle 2018).

3.1.2.5 Salida on-line del cuestionario

La encuesta estuvo *on-line* entre los días 2019-07-25 12:05:13 y 2019-10-10 17:07:02, sumando en total 77 días. El total de respuestas fue de 642, de las cuales 569 se usaron en este análisis, ya que son las que corresponden con los criterios predeterminados previamente (ver documento de diseño de encuesta en Anexo 3). Como se señaló anteriormente, el total de respuestas necesarias para la encuesta fue determinado en 384.

3.1.3 Taller con Grupos Focales

Se utilizaron dinámicas de trabajo grupal para recoger la opinión de 10 consumidores de productos marinos de la Región de Valparaíso. Estas opiniones estuvieron enfocadas principalmente al consumo responsable de productos pesqueros y al tema de los sellos, en particular al "Sello Azul".

Los participantes fueron consumidores hombres y mujeres, de distintas edades, niveles educacionales y estratos socioeconómicos.

3.1.4 Diagnóstico del "Sello Azul"

En paralelo a la actividad anterior, se realizó un diagnóstico del estado actual de funcionamiento y resultados obtenidos del "Sello Azul", el cual se enfocó en dos áreas; el institucional y en los usuarios del "Sello Azul".

- i) **En el área institucional:** Se realizó el diagnóstico del "Sello Azul", a través de un taller con el Jefe de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera de SERNAPESCA y de su equipo; representantes de 2 Direcciones Regionales y representantes del Departamento de Pesca Artesanal, para analizar el funcionamiento del "Sello Azul" en su perspectiva operativa asociado a su control y su relevancia como un elemento clave en la plataforma de trazabilidad institucional y alcance estratégico. Esta actividad, se abordó mediante la metodología FODA:
 - **Primera etapa:** Se definió en conjunto la imagen objetivo del "Sello Azul", es decir su condición más óptima y para luego identificar los impedimentos, que no permiten en la actualidad sea trascendente en su aporte a la sustentabilidad de la pesca nacional. Cada una de las actividades descritas, fueron conducidas por un facilitador del equipo de trabajo y con un sistema de tarjetas, cada uno de los participantes expresó por escrito sus aportes

y luego en plenario se consensuó, la imagen objetivo del "Sello Azul" y luego los impedimentos más relevantes.

- **Segunda etapa:** El equipo del proyecto analizó y clasificó los impedimentos en debilidades y amenazas y se discutió en plenario del taller para su validación, se utilizó como base para construir un diagnóstico desde la institucionalidad pesquera.
- ii) **En el área de los usuarios del "Sello Azul":** Se realizaron en la ciudad de Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Algarrobo y Puerto Montt, entrevistas semi-estructuradas presenciales o telefónicas con los administradores o dueños de restaurantes y salas de venta, con el fin de obtener su percepción de los beneficios para su negocio del uso del "Sello Azul", dificultades que identifican y mejoras para su uso.

3.1.5 Levantamiento de iniciativas similares y experiencia internacional

En forma simultánea se realizó un levantamiento y análisis de iniciativas similares a nivel internacional en lo referente al "Sello Azul", para lo cual se realizaron las siguientes sub actividades:

- **Información de fuentes primarias:** Se revisaron las orientaciones y experiencias de los programas de gobierno para el fomento del consumo de pescado de Perú y México con relación a la implementación de sellos distintivos de sustentabilidad para el consumo responsable de pescados y mariscos. Estos países junto a Chile, conforman la Alianza latinoamericana para la seguridad alimentaria, a través de la pesca sustentable (ALPESCAS), su presidencia está en Chile. A través de esta instancia y mediante una entrevista de tipo semi-estructurada, fue consultada para obtener su percepción del uso del "Sello Azul" como una herramienta de sustentabilidad y de las experiencias de los países descritos en iniciativas similares.
- **Información de fuentes secundarias:** Como regla general la búsqueda de información internacional, se orientó a indagar sobre las políticas, instrumentos e implementación de buenas prácticas, para conformar un diagnóstico de los modelos de gestión asociados a prácticas sustentables, para su evaluación y aplicabilidad en el contexto nacional mediante el fortalecimiento del "Sello Azul".

3.2 Metodología para el objetivo específico 2

Se adjunta en detalle la metodología utilizado para el cumplimiento del objetivo específico 2, denominado "Desarrollar una propuesta de mejora para el "Sello Azul", en base a las brechas detectadas en el diagnóstico del consumo responsable y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA".

3.2.1 Desarrollo de una propuesta de mejora del "Sello Azul".

Sobre la base de los resultados obtenidos del diagnóstico de la situación actual del funcionamiento y percepción del "Sello Azul", se procedió a desarrollar una propuesta de mejora y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA.

Para estos efectos, el equipo consultor diseñó dinámicas de trabajo grupal, con la metodología *World café*, para el desarrollo de dos talleres con el grupo de actores sectoriales relevantes escogidos en la primera parte del trabajo.

Se realizó un taller para el análisis y la discusión de los principales resultados del diagnóstico para fines de establecer y priorizar los aspectos más críticos a resolver.

En un segundo taller de trabajo con el grupo sectorial, se desarrolló una dinámica de trabajo, con la metodología *Word café*, para la consecución de ideas fuerza para el desarrollo de las propuestas de mejora, para luego trabajar en detalle, mediante un proceso de "lluvias de ideas", el diseño de soluciones que configuraron finalmente en una propuesta general de mejoramiento de aspectos normativos y procedimentales del "Sello Azul".

De manera especial, se trabajó en aspectos de diseño de elementos de control de los procedimientos asociados al "Sello Azul", de modo tal de introducir modificaciones y nuevos elementos que permitan la trazabilidad y seguimiento de cada uno de los procesos normativos y restricciones vinculadas al uso del sello. Para estos fines, se conversó con los especialistas de la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA en el proceso de diseño y conceptualización de propuestas de mejoras.

En cuanto al proceso de seguimiento y control del uso y respecto de las normas que rigen el sello, se analizó la factibilidad de incluir como parte de las mejoras un proceso de un sistema de gestión para el gobierno del "Sello Azul".

3.2.2 Estrategia de implementación de las mejoras al "Sello Azul"

Definición de una estrategia de implementación de las mejoras al "Sello Azul". La metodología utilizada para la definición de la estrategia consistió primero en la revisión bibliográfica de modelos similares que han sido exitosos a nivel mundial, el análisis en detalle de las conclusiones obtenidas a partir del diagnóstico realizado a propósito de este mismo estudio con directivos de Sernapesca, actores relevantes del sector pesquero nacional, usuarios del Sello Azul, grupo de potenciales consumidores y muy especialmente, las conclusiones y recomendaciones emanadas desde las reuniones de trabajo con el grupo sectorial con el cual se realizaron jornadas de reflexión respecto del mejoramiento del Sello Azul.

3.2.3 Evaluación, establecimiento y análisis de factibilidad de la implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul".

En esta misma línea de trabajo de diseño de mejoras, se desarrolló un trabajo de investigación de casos internacionales y de consultas con los organismos de salud pertinentes en Chile para evaluar la factibilidad de implementar estándares sanitarios para el "Sello Azul".

Este trabajo contempló en primer lugar una revisión normativa de patrones sanitarios, tales como:

- Reglamento Sanitario de los Alimentos DN 977/96 del Ministerio de Salud.
- Programa de Aseguramiento de Calidad (PAC)
- Normativa del Instituto Nacional de Normalización (INN).

En segundo lugar, sobre la base del levantamiento de información sobre iniciativas similares y experiencia internacional, se definió la relación de estos otros sellos con estándares sanitarios.

En tercer lugar, se realizó una mesa de trabajo con profesionales a lo menos de las siguientes instituciones:

- Departamento de Nutrición y Alimentos de la División de Políticas Públicas Saludables y Promoción del Ministerio de Salud.
- Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria.
- Instituto Nacional de Normalización (INN).
- Servicio Nacional de Pesca.
- Subsecretaría de Pesca y Acuicultura.
- Universidades relacionadas con el tema.
- Corporación Para la Promoción del Consumo de Productos del Mar.
- Confederación Gremial Nacional de Organización de Ferias Libres y Afines.

El análisis de factibilidad de la implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul" se realizó sobre la base a lo menos de los siguientes elementos (podrían incluirse otros elementos a partir de la información obtenida de la mesa de trabajo anteriormente señalada):

- 1) Competencias sanitarias de la entidad pública a cargo de la implementación del sello.
- 2) Herramientas para ejecución y control de estándares sanitarios.
- 3) Convenios interinstitucionales para ejecución y control de estándares sanitarios.
- 4) Análisis de normativas y ámbitos de acción de las entidades públicas en relación al control sanitario de los productos pesqueros.

El análisis de factibilidad se definió como elementos de juicio pertinente y justificado, si es factible o no implementar un estándar sanitario vinculado al "Sello Azul". Además, para el caso de no poder implementarse un estándar sanitario, se señalarán cuáles son las barreras técnicas, de ordenamiento jurídico, económicas, etc., que dificultan su implementación, con el fin de definir si son o no salvables de lograr superar mediante determinadas acciones.

3.3 Metodología para el objetivo específico 3

3.3.1 Consideraciones de diseño

Para la estructuración de la Guía de Buenas Prácticas Pesqueras (GBPP) dirigidas al sector pesquero artesanal, se orientó a establecer recomendaciones a la cadena productiva, en el ámbito de la biología pesquera - ambiental, aspectos legales y sanitarios para establecer recomendaciones de buenas prácticas dirigidas a cada eslabón de esta cadena. La guía se editó en un lenguaje simple y directo y su visualización es en formato de libro para su comprensión e internalización.

Los criterios generales para la identificación y definición de las recomendaciones fueron:

- a) **Efectividad:** Debe ser un medio eficaz para lograr que se acepten las recomendaciones a la cadena productiva, en términos de sustentabilidad, manipulación, preservación de los recursos pesqueros y del medio ambiente.
- b) **Sostenibilidad:** Las recomendaciones deben ser sostenibles en el tiempo desde una perspectiva ambiental, económica y social.
- c) **Técnicamente posible:** Que sea fácil de aprender y aplicar.

En términos específicos en la guía de buenas prácticas, se priorizaron los siguientes contenidos:

- Antecedentes de regulación pesquera, identificando las fuentes de información.
- Prácticas de manejo ambiental para el manejo adecuado de residuos para minimizar el impacto ambiental.
- Aspectos sanitarios de manipulación, transporte y almacenamiento en los procesos de captura y post- captura.
- Bioseguridad para el caso del Covid-19.

3.3.2 Desarrollo de contenidos

Se recopiló antecedentes de fuentes primarias, a través de la caracterización del funcionamiento de caletas pesqueras artesanales, para establecer un diagnóstico de las brechas identificadas y priorizar las recomendaciones para la estructuración de la GBPP. Para este fin, se visitaron las siguientes caletas:

- Caleta Tongoy de la Región de Coquimbo.
- Caleta Portales de la Región de Valparaíso.
- Caleta Niebla de la Región de Los Ríos.

En las caletas descritas se caracterizaron los siguientes aspectos:

- Infraestructura general para el trabajo de los pescadores.
- Lugares designados para desembarque de productos pesqueros.

- Instalaciones y condiciones para la comercialización mayoristas y minorista de los productos.
- Presencia de fauna, plagas y animales domésticos en las instalaciones.
- Disposiciones sanitarias generales de las instalaciones.
- Uso de utensilios e implementos de trabajo.
- Manejo de los desechos sólidos.
- Conductas de trabajo de los pescadores.

La validación del contenido de la Guía de Buenas Practicas Pesqueras, se realizó a través de la revisión de la contraparte técnica de la Unidad de Pesca Artesanal en la Subsecretaria de Pesca y Acuicultura y posteriormente por consulta electrónica (esta modalidad fue acordada con el Fondo de Investigación Pesquera y Acuicola), a través de un cuestionario se recopilaron los comentarios, sugerencias y recomendaciones de los siguientes validadores:

- Antonia Biggs S. Consumo y producción sustentable. Ministerio de Medio Ambiente
- Emma Plotnek. Encargada de pesquerías en la World Wildlife Fund (WWF)
- Franklin Zepeda. Presidente Asociación Gremial de pescadores artesanales y buzos mariscadores de caleta San Pedro.
- Ricardo Norambuena C. Director de transferencia y difusión de COPAS Sur Austral. Universidad de Concepción.

3.3.3 Impresión de material asociado al "Sello Azul", la Guía de Buenas Prácticas y la Cartilla con los beneficios económicos.

Para la difusión asociado al "Sello Azul", la Guía de Buenas Prácticas y la Cartilla con los beneficios económicos se ha impreso el siguiente material:

Guía de buenas prácticas.

- ✓ Formato: 24 x 17 cm cerrado
- ✓ Tiraje: 5.000 ejemplares
- ✓ Impresión: Offset Cuatricromía T/R. Papel Couché 200 gr. para interior y tapas.
- ✓ Encuadernación: Corchete al lomo

Cartilla de Beneficios Económicos.

- ✓ Formato: 18 x 26 cm cerrado
- ✓ Tiraje: 1.000 ejemplares
- ✓ Impresión: Offset Cuatricromía T/R. Papel Couché 200 gr. para interior y tapas.
- ✓ Encuadernación: Corchete al lomo

Díptico.

- ✓ Formato: 28 x 21 cm abierto
- ✓ Tiraje: 10.000 ejemplares
- ✓ Impresión: Offset Cuatricromía T/R. Papel Couché 200 gr. Pisado y doblado.

Afiche.

- ✓ Formato: 63 x 43 cm
- ✓ Tiraje: 1.000 ejemplares
- ✓ Impresión: Offset Cuatricromía tiro / 0 retiro. Papel Couché 200 gr.

Volante.

- ✓ Formato: 14 x 21 cm
- ✓ Tiraje: 10.000 ejemplares (5.000 ejemplares (tiro/retiro) y 5.000 ejemplares (retiro)
- ✓ Impresión: Offset Cuatricromía tiro /retiro. Papel Couché 200 gr.

Gigantografía.

- ✓ Formato: 2 x 4 mt.
- ✓ Tiraje: 10 ejemplares
- ✓ Impresión: Digital Color tiro. Tela PVC 130 onzas para exterior. Ojetillos perimetrales

Luneta buses.

- ✓ Formato: 2 x 1 mt (Medida tipo estimada)
- ✓ Tiraje: 100 ejemplares
- ✓ Impresión: Digital Color tiro. Adhesivo PVC para exterior.

Luneta paraderos.

- ✓ Formato: 0,8 x 1,5 mt
- ✓ Tiraje: 50 ejemplares
- ✓ Impresión: Digital Color tiro. Papel saturado alta definición.

Logos.

- ✓ Formatos: 10 cm y 12 cm. de diámetro auto adhesivo
- ✓ Tiraje: 1.000 ejemplares de cada uno

3.3.4 Difusión de los resultados con los agentes involucrados.

Para la difusión de los resultados con los agentes involucrados, estaba programado el lanzamiento con la propuesta de mejora del "Sello Azul" mediante una serie de actividades de difusión, pero debido a la situación sanitaria del país, mediante carta de fecha 03 de abril del 2020 y respuesta del mandante de fecha 14 de abril del 2020 (ver Anexo 13), fueron reemplazadas estas actividades de difusión por un video descriptivo y explicativo de la propuesta de mejoramiento del Sello Azul, los canales de comunicación, su formato y guion fueron validados por la contraparte técnica del proyecto.

3.4 Metodología para el objetivo específico 4

Con el objeto de evaluar la factibilidad técnica y económica de implementar las mejoras propuestas para el Sello Azul se procedió en primer lugar a revisar la situación presupuestaria del programa Consumo Responsable bajo el cual se ampara actualmente el Sello Azul al interior del SERNAPESCA. En la misma línea de evaluación se procedió a constatar la existencia de las capacidades humanas requeridas para enfrentar el nuevo desafío, la disponibilidad de infraestructura física y tecnológica, todo ello por medio de entrevistas con el Jefe del

Departamento de Fiscalización Pesquera y de la revisión de documentación presupuestaria e informes de gestión Institucional.

Para la evaluación económica se identificaron partidas de costos fijos y variables asociados a la operación en régimen del nuevo Sello Azul, todos los cuales fueron valorizados a precios de mercado al mes de mayo del año 2020. Para la valorización de los costos fijos, representados especialmente por el gasto en personal, se revisó el costo de las remuneraciones del personal requerido para el Sello Azul y que actualmente desempeña labores similares al interior del Servicio, utilizando para el efecto los informes de gestión del SERNAPESCA y se estableció el nivel de gasto anual asociado a la partida de recursos humanos.

Por su parte, los costos variables representados principalmente por los gastos asociados a la contratación de servicios de terceros para el diseño y desarrollo de campañas de difusión y comunicaciones para promocionar el nuevo Sello fueron valorizados a partir del establecimiento de los requerimientos por parte de un especialista y luego fueron cotizados a precios de mercado con proveedores las regiones metropolitana y quinta. En la misma línea se valorizó el costo del desarrollo de programas de capacitación para potenciales usuarios del sello Azul por la vía de plataformas de *e-learning*.

En cuanto al uso de infraestructura física y tecnológica, para lo fines de esta evaluación no se valorizaron, ello en vista a que serían recursos con los cuales ya cuenta la Institución y en la actualidad ya están a disposición del programa Consumo Responsable desde donde se gestionará el nuevo Sello Azul.

4 Resultados por objetivo

4.1 Resultados obtenidos para el objetivo específico 1

Para el cumplimiento del Objetivo Especifico 1, denominado "Realizar un diagnóstico del consumo responsable a nivel nacional, del actual programa denominado "Sello Azul" y de los estándares internacionales que contribuyan a la trazabilidad", se ha obtenido el siguiente resultado "*Diagnóstico del consumo responsable, del "Sello Azul" y de los estándares internacionales asociados al consumo de recursos pesqueros*", el cual está dividido en los siguientes capítulos:

4.1.1 Caracterización de la distribución/comercialización recursos pesqueros a nivel nacional

La distribución y comercialización de pescados y mariscos frescos y procesados a nivel nacional para consumo humano, se muestra en la Figura 2. En términos generales, se describe el conjunto de interrelaciones de intermediarios que intervienen en la comercialización desde su origen, en caletas de pescadores artesanales de recursos capturados por la flota artesanal o de la flota industrial que son destinados al consumidor final, en fresco o como producto terminado en variedad de formatos.

En el caso de la pesca artesanal, los recursos provenientes de su captura son destinados a la comercialización en fresco vía intermediarios a mercados mayoristas, específicamente el Terminal Pesquero Metropolitano desde el cual, se distribuye a Ferias libres, *Retail* y Restaurante hasta el consumidor final. Paralelamente, también existe abastecimiento de la pesca artesanal hacia las plantas de proceso.

Los recursos provenientes de la pesca industrial y considerando el aporte de la pesca artesanal y las importaciones de recursos, representan la materia prima, que es ingresada a las plantas de proceso, para las diferentes líneas de producción. Los canales de comercialización incluyen intermediarios y centros de distribución, que finalmente son destinados al *Retail* y restaurant para consumo nacional y exportación a mercados internacionales.

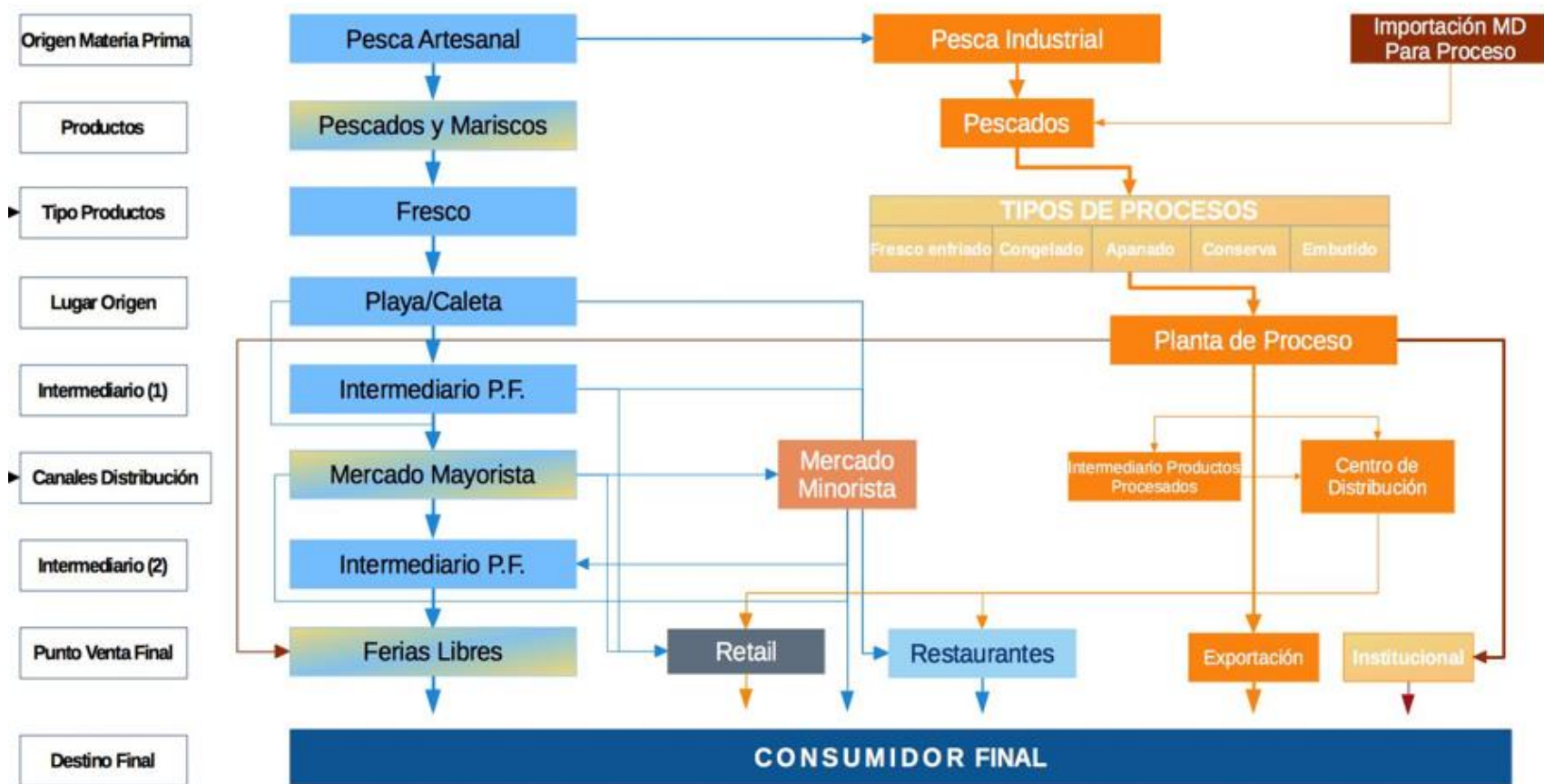


Figura 2. Descripción de los canales de distribución y comercialización de recursos pesqueros nacionales. Fuente: modificado de Villena, M., 2012.

En este contexto, 21 puntos de venta finales (salas de venta y restaurantes) que están distinguidos por el "Sello Azul" fueron entrevistados para evaluar su experiencia con esta distinción e indagar mejoras para su funcionamiento y se realizó una encuesta al consumidor final para conocer su conocimiento sobre el "Sello Azul" y los hábitos de compra de pescados y mariscos a nivel nacional.

4.1.2 Mapa de actores de actores claves en la cadena de valor

El análisis de actores que se describe, representa el resultado de la revisión de la información secundaria que estuvo al alcance del equipo y de la información primaria recopilada en base de las entrevistas con informantes clave (Anexo 4). No representa opiniones particulares, sino busca sintetizar los elementos transversales, según la información obtenida, para ofrecer así un panorama que apoye a la toma de decisiones.

Para el análisis de actores, se entrevistó a un total de 10 informantes claves, previamente acordados con el mandante (la completa de aquellos actores que se identificó inicialmente con algún grado de relevancia, ver Apartado E del Anexo 1).

- 4 informantes claves del Sector Público: SERNAPESCA, SUBPESCA, MMA, SERNATUR
- 3 informantes claves del Sector Privados: PROPESCA, SONAPESCA, CODEMA
- 3 informantes claves de la Sociedad Civil: MSC, EDF, WWF

Se aplicó un cuestionario semi-estructurado y al finalizar de las entrevistas, se pidió a la persona entrevistada evaluar la respectiva relevancia de los actores previamente identificados en base a una escala Likert.

En un segundo paso, se discutió el diagnóstico preliminar y el mapeo de actores levantado en base a las entrevistas en el marco de un taller presencial el día 25.09.2019 con representantes de las siguientes instituciones (ver Apartado O del Anexo 1):

- SERNAPESCA
- SUBPESCA
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE
- CENCOSUD
- ASOF
- WWF-CHILE

En términos generales, se observó por parte de todos los entrevistados que existe poca claridad respecto a lo que efectivamente certifica el "Sello Azul", siendo que en la actualidad el sello, "tiene por objeto hacer partícipe a toda la comunidad de nuestro país, en el cuidado y conservación de los recursos hidrobiológicos. Este programa acredita, reconoce y distingue a las personas naturales y jurídicas, de locales comerciales, restaurantes o expendios directos de pescados y mariscos, salas de venta y pescaderías que promueven la extracción y consumo responsable, así como el combate

a la pesca ilegal, ya que expende a todo público recursos hidrobiológicos que tiene un origen legal, y por tanto no existe problema alguno en su comercialización a distintos niveles.”

En las entrevistas resalta que se asocia con el “Sello Azul” tres enfoques distintos, los cuales por su naturaleza requerirían la participación de actores diferentes:

Dimensión A: Se asocia la certificación a la producción y al consumo responsable, incluyendo principalmente aspectos como la trazabilidad de los productos y, por lo tanto, la seguridad de que el producto no provenga de la pesca ilegal. Esta dimensión sería la que más se acerca al objetivo vigente del “Sello Azul”. Siendo que, en la actualidad, para certificarse no es una condición “sine qua non” estar incorporado en el sistema de trazabilidad, el “Sello Azul”, en estricto rigor, no alcanza a cumplir en la actualidad con esta expectativa.

Dimensión B: Los actores entrevistados automáticamente solían asociar la certificación a aspectos como el cumplimiento de las normas sanitarias y una alimentación saludable.

Dimensión C: El “Sello Azul” como certificación que distingue la calidad propiamente tal del producto.

En este sentido, en el mapa que reúne a los actores identificados en base a las entrevistas realizadas y el taller presencial de septiembre, se entiende a los actores relacionados a la dimensiones (B) y (C) como actores secundarios, es decir, actores que están vinculados al propósito de manera indirecta con menor grado de influencia, ya que no son considerados cruciales en la toma de decisiones estratégicas sobre la implementación de la certificación propiamente tal, sino principalmente como posibles aliados que en el marco de otros programas e iniciativas podrían fortalecer y/o complementar el “Sello Azul” desde un punto de vista p. ej. comunicacional.

Se clasificó los actores identificados en tres categorías, según su nivel de vinculación con el propósito del “Sello Azul” de promover la extracción y el consumo responsable:

Actores Clave (C): Son todos aquellos actores que están vinculados directamente con el propósito y los cuales además cuentan con cierto poder de decisión al momento de implementar una certificación como el “Sello Azul” (p. ej. boicotear o dificultar la implementación del sello).

Sector Público: SERNAPESCA; SUBPESCA; INDESPA

Sector Privado: CONAPACH; ASOF, AGC-Chile; RETAIL y Asociación de Supermercadistas de Chile A.G.; SONAPESCA; PROPESCA, Terminal Pesquero Metropolitano (TPM), Mercado Central (MC).

Sociedad Civil: No hay

Actores Primarios (P): Son aquellos actores que están vinculados con el propósito, pero los cuales, en estricto rigor, no tienen poder de decisión al momento de implementar la certificación. Sin embargo, pueden ejercer un cierto grado de influencia por lo que pueden considerarse socios estratégicos para la implementación del "Sello Azul".

Sector Público: SERNATUR; Municipios

Sector Privado: Fundación PEBRE; Hoteles, restaurantes y Cafés en general (HORECA)

Sociedad Civil: MSC; FAO; EDF; WWF

Actores Secundarios (S): Resume a todos aquellos actores que están relacionado al propósito de manera indirecta y los cuales pueden ejercer algún tipo de influencia de manera menos significativa. Por ejemplo, pueden jugar un rol estratégico en la comunicación y la visibilidad del "Sello Azul", pero no en la implementación propiamente tal. Normalmente tampoco tienen la capacidad de vetar decisiones u obstaculizar la implementación de la certificación.

Sector Público: MMA; Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático; CORFO; Instituto Nacional de Normalización (INN); MINSAL; JUNAEB; Comisión Regional de Uso del Borde Costero (CRUBC); Dirección General del Territorio Marítimo (DGTM)

Sector Privado: ALPESCAS; Instituciones educativas (p. ej. INACAP, DUOC);

Sociedad Civil: Fundación COCINAMAR; Fundación ECHINUOCO; Otras organizaciones ambientalistas.

De acuerdo a lo descrito precedentemente, en la Figura 3, se grafica el nivel de influencia de los actores identificados en relación al objetivo, es decir, en relación a la implementación exitosa de la certificación "Sello Azul". De acuerdo al análisis de la información secundaria, de la percepción de los 10 actores entrevistados (análisis cualitativo de las entrevistas semi-estructuradas y evaluación de su valoración de la respectiva importancia de los demás actores en base a una escala likert) y de las conclusiones recopiladas en el marco del taller de validación (25.09.2019), se ordenó los actores en función de las tres categorías anteriormente descritas (actores clave (C), actores primarios (P) y actores secundarios (S)).

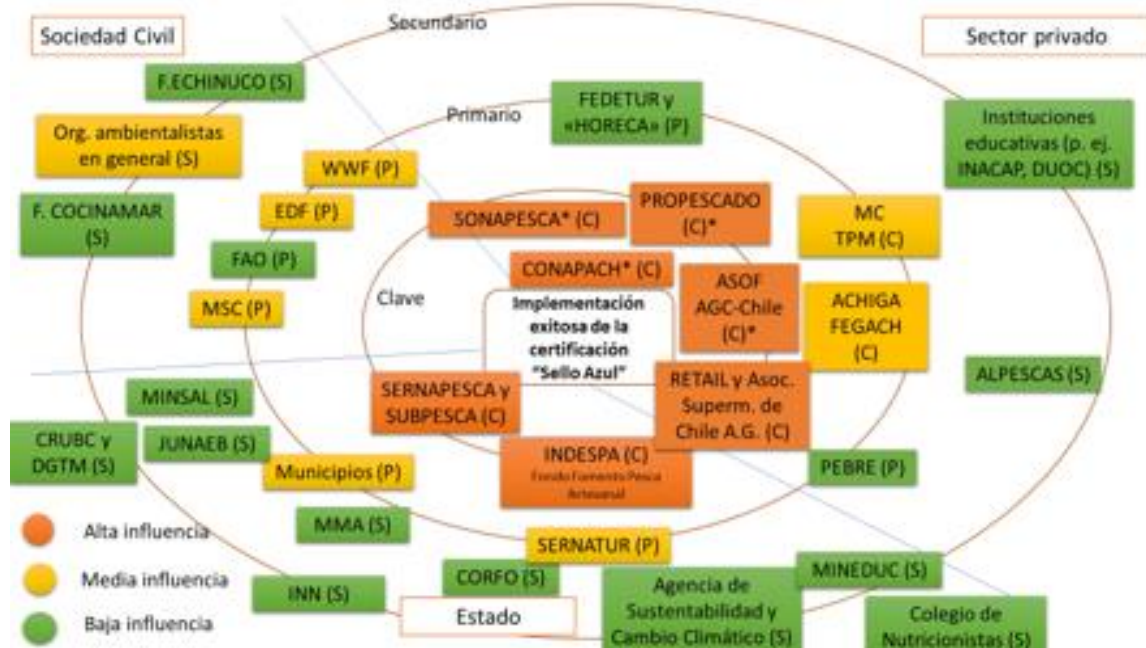


Figura 3. Mapa de actores según el grado de influencia para la implementación exitosa del "Sello Azul". Fuente: elaboración propia.

En términos complementarios en la Tabla 2, se describen los actores que fueron considerados primordiales para una exitosa implementación de una certificación del "Sello Azul" ("actores claves").

Tabla 2. Listado de actores claves descritos en función de su rol, su relación predominante y su nivel de poder para influir en la gestión de apoyo al desempeño del "Sello Azul". Fuente: elaboración propia.

Grupo de Actores Sociales (Clasificación de los diferentes actores)	Actor (Conjunto de personas con intereses comunes).	Rol (Funciones que desempeña cada actor y objetivo de su quehacer)	Relación Predominante Relaciones de afinidad (confianza) frente a opuestos (conflicto): - A favor - Indiferente - En contra	Poder Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones: - Alto - Medio - Bajo
Sector Público	SERNAPESCA SUBPESCA INDESPA	Regulación y fiscalización Trazabilidad de los productos hidrobiológicos Promoción de la pesca sustentable y generación de incentivos económicos para una pesca sustentable	A favor	Alto
Sector Privado -Pesca Artesanal-	CONAPACH	Representación de la Pesca Artesanal (formal)	En tendencia "A favor", pero con potencial conflicto de interés. Es considerado un actor clave que por un interés propio debería promover una iniciativa como el	Alto

Grupo de Actores Sociales (Clasificación de los diferentes actores)	Actor (Conjunto de personas con intereses comunes).	Rol (Funciones que desempeña cada actor y objetivo de su quehacer)	Relación Predominante Relaciones de afinidad (confianza) frente a opuestos (conflicto): - A favor - Indiferente - En contra	Poder Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones: - Alto - Medio - Bajo
			<p>“Sello Azul”; Sin embargo, por la naturaleza que implica el desafío de la lucha contra la pesca ilegal, podría causar una tensión interna (pesca artesanal formal/legal vs. Pesca informal/ilegal), la cual podría generar oposición al “Sello Azul”. En este sentido parece recomendable sensibilizar al actor.</p> <p>Adicionalmente, existe un potencial conflicto al momento de certificar también a la pesca industrial y otorgarle el distintivo de “pesca sustentable”, lo que generaría con alta probabilidad un rechazo hacia la certificación por parte de los pescadores artesanales.</p>	
Sector Privado -Pesca Industrial-	SONAPESCA PROPECADO	Representación de la pesca Industrial	A favor [2]	Alto
Sector Privado -Distribución-	ASOF AGC-Chile	Representación de distribuidores/feriantes	En tendencia “A favor”, pero con un potencial conflicto que se podría generar si la certificación no es percibida como un proceso transparente con criterios claros (p. ej. fiscalización y criterios de quienes cuentan con el “Sello Azul” vs aquellos vendedores que no cuentan con él)	Alto
	Terminal Pesquero Metropolitano Mercado Central	Representación de distribuidores/feriantes	En tendencia “A favor”, pero con un potencial conflicto (económico) por parte de aquellos distribuidores que generan ganancias sobre la base de la pesca ilegal.	Medio

Grupo de Actores Sociales (Clasificación de los diferentes actores)	Actor (Conjunto de personas con intereses comunes).	Rol (Funciones que desempeña cada actor y objetivo de su quehacer)	Relación Predominante Relaciones de afinidad (confianza) frente a opuestos (conflicto): - A favor - Indiferente - En contra	Poder Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones: - Alto - Medio - Bajo
Sector Privado	ACHIGA FEGACH "HoReCa"	Representación de la gastronomía	A favor; siempre y cuando el proceso de la certificación sea transparente y con criterios claros.	Alta - Medio

[1] <http://www.SERNAPESCA.cl/programas/programa-de-consumo-responsable-y-pesca-sustentable-sello-Azul>

[2] "En Chile, de acuerdo a la más reciente estimación del Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA), la extracción ilegal de productos del mar representa 324.000 toneladas, lo que equivale aproximadamente a US\$ 397 millones en transacciones fraudulentas al año. En esa línea, la pesca no declarada es uno de los principales problemas que afecta al sector pesquero industrial y artesanal, ya que supera las cuotas recomendadas y atenta contra la sustentabilidad de los recursos; perjudica injustamente a los actores que proceden legalmente pescando solo su cuota y hace más vulnerable a las comunidades costeras, al amenazar su principal sustento económico."

Fuentes: Publicación SONAPESCA en <https://www.sonapesca.cl/324-000-toneladas-de-pesca-ilegal-sonapesca-califica-de-grave-situacion-y-entrega-10-propuestas-para-combatirla>;

Diario el Día - <http://www.diarioeldia.cl/economia/pesca/sonapesca-propone-10-medidas-para-combatir-pesca-ilegal-en-region-pais>;

4.1.3 Levantamiento del consumo responsable de pescados y mariscos

Los resultados para este apartado, se obtuvieron de acuerdo a lo señalado en la metodología, ver apartado 3.1.2.

Los resultados de las preguntas utilizan la codificación disponible en el Anexo 3. El diseño de la encuesta con sus preguntas se encuentra disponible en el Anexo 3, el cual fue revisado, corregido y validado por la contraparte técnica del proyecto.

El tamaño muestral de la encuesta *on-line* fue de 569 respuestas con un margen de error del 4,6%.

4.1.3.1 Consistencia interna de las respuestas

El estadístico *alfa de Cronbach* entregó como resultados al ser probado contra las preguntas P302 a P305 un valor de 0,62 (0,57 - 0,67, intervalo de confianza inferior y superior, respectivamente). Este valor, si bien es bajo, puede ser aceptado dado el carácter exploratorio de la encuesta realizada, permitiendo una resolución aceptable dentro de la escala usada en las preguntas. Se utilizaron estas preguntas (P302 a P305) debido a que presentan una escala parecida de respuestas.

4.1.3.2 Resumen de respuestas para preguntas descriptoras de población

4.1.3.2.1 Pregunta P101

Las regiones con mayor número de respuestas corresponden a las regiones Metropolitana y de Valparaíso, con 185 y 166 respuestas respectivamente. Para el caso de la región de Valparaíso, el número de respuestas produce un desbalance del resultado general, debido al aumento de la representatividad de este grupo en específico. Sin embargo, lo anterior tendría un efecto al momento de calcular estadísticos sobre el total de la población encuestada, lo cual se puede subsanar por medio de la asignación de pesos (*raking*) de acuerdo a la población regional establecida en el último Censo realizado en 2017. La Tabla 3, muestra el número de respuestas y su proporción respecto del total.

Tabla 3. Resumen de respuestas para la pregunta P101: Por favor indique la región del país donde reside.

P101	Total (N=569)
Región de Arica y Parinacota	5 (0,9%)
Región de Tarapacá	21 (3,7%)
Región de Antofagasta	14 (2,5%)
Región de Atacama	12 (2,1%)
Región de Coquimbo	21 (3,7%)
Región de Valparaíso	167 (29,3%)
Región de O'Higgins	12 (2,1%)

P101	Total (N=569)
Región del Maule	12 (2,1%)
Región de Ñuble	20 (3,5%)
Región del Biobío	18 (3,2%)
Región de la Araucanía	26 (4,6%)
Región de Los Ríos	10 (1,8%)
Región de Los Lagos	24 (4,2%)
Región de Aysén	10 (1,8%)
Región de Magallanes y Antártica chilena	11 (1,9%)
Región Metropolitana	186 (32,7%)

4.1.3.3 Pregunta P102

Desde el punto de vista de los grupos etarios, las respuestas fueron principalmente desde el rango entre 25 a 54 años, seguido por el de 55 a 70 años, con 369 y 161 respuestas respectivamente. Se decidió incluir al grupo mayor de 70 años, si bien solo representan el 6.2% del total encuestado (ver Tabla 4).

Tabla 4. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique el grupo de edad al cual pertenece.

P102	Total (N=569)
14 - 24	0 (0,0%)
25 - 54	372 (65,4%)
55 - 70	162 (28,5%)
71 y más	35 (6,2%)

4.1.3.3.1 Pregunta P103

En general la mayoría de la población encuestada (81.9%) corresponde al grupo que se encarga de realizar las compras de alimentos en su hogar, por lo que, desde este punto vista, podemos considerar que las opiniones recogidas en la encuesta las realizaron personas con conocimiento de causa en lo que respecta de los hábitos de consumo del hogar (ver Tabla 5).

Tabla 5. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique si Usted es quién generalmente realiza las compras de alimentos en su hogar.

P103	Total (N=569)
No	103 (18,1%)
Sí	466 (81,9%)

4.1.3.3.2 Pregunta P104

Por su parte, desde el punto de vista de los rangos de ingresos, casi la mitad de las respuestas (45.7%) corresponden al grupo de mayores ingresos, seguido prácticamente en partes iguales, por los dos deciles previos (22 y 21.3%, respectivamente). Se incluyeron dentro de la encuesta, dos niveles más bajos con el fin de capturar mayor variabilidad en la encuesta. Estos dos estratos corresponden al 11.1% del total de las respuestas (ver Tabla 6).

Tabla 6. Resumen de respuestas para la pregunta P102: Por favor indique el nivel de ingresos de su hogar.

P104	Total (N=569)
181.000 a 374.000	0 (0,0%)
374.001 a 475.000	0 (0,0%)
475.001 a 594.500	25 (4,4%)
594.501 – 733.000	38 (6,7%)
733.001 a 1.200.000	125 (22,0%)
1.200.001 a 1.787.000	121 (21,3%)
1.787.001 o más.	260 (45,7%)

4.1.3.4 Resumen de respuestas para preguntas sobre consumo responsable

4.1.3.4.1 Preguntas P201 y P202

4.1.3.4.1.1 Sobre análisis de independencia marginal (SMPI)

Por recomendaciones de los autores del paquete MRCV, no se debe usar el tradicional análisis Chi-cuadrado de Pearson para probar independencia, debido a la dependencia intra-sujeto entre las respuestas (un sujeto aporta a más de una respuesta). Para lo anterior, los autores proponen usar una versión modificada del estadístico de Pearson, para realizar el test por medio de procedimientos de *bootstrapping* para aproximarse a la distribución de la muestra. Junto a lo anterior, se utilizaron además un ajuste de primer y segundo orden para ser usados para una aproximación a la distribución Chi-cuadrada. Un ajuste de *Bonferroni*, se propone para realizar el test cuando el grupo conjunto de respuestas para sujetos individuales no está disponible.

Por lo tanto, hay que fijarse si los test rechazan el SPMI (*Simultaneous Pairwise Marginal Independence*). Para nuestro caso, los tres test dan $p - valores \ll 0.05$ (*Bootstrap, Rao-Scott de 2do orden y Bonferroni*), lo que permitiría señalar que se rechaza la hipótesis de independencia entre las preguntas, eso quiere decir, que las respuestas a las preguntas si se encuentran asociadas. En más detalle los resultados son los que siguen.

4.1.3.4.1.2 Conteo de respuestas por pares de alternativas para ambas preguntas

Del conteo de alternativas pareadas por pregunta (P201 y P202), se presenta una tabla de doble entrada (ver Tabla 7), en donde se puede observar el número de selecciones realizada por los encuestados en cada par de alternativas.

La tabla, se codifico con colores para facilitar su lectura, en donde, el verde representa el par Si-Si, que señala la elección de ambas alternativas por los encuestados. Por su parte, el color naranja claro representa el par No-No, que señala la no elección de las alternativas. El color gris claro, representa el par Si-No, mientras que el cuadro blanco su opuesto. Ambas opciones, se refieren a que los encuestados eligieron una de las alternativas para ese par.

Es interesante señalar que la alternativa higiene de la pregunta P202, no fue correspondida con ninguna alternativa de la pregunta P201, salvo un solo encuestado.

Este resultado no se presenta en porcentajes, ya que no se recomienda debido a que los encuestados aportan a más de una alternativa a la vez.

El total de respuestas fue de 569, por lo que cada cuadro interno suma esa cantidad, por ejemplo, el par Calidad-Caleta de pescadores (201 + 197 + 78 + 93) suma 569.

Tabla 7. Conteos resultantes entre las opciones de selección múltiple de las preguntas P202 y P201. Al tratarse de tablas de doble entrada de los pares de alternativas de ambas preguntas, cada par se lee como sigue: Si - Si, las personas eligen ambas alternativas; Si - No o No - Si, las personas eligen una de las alternativas por pregunta; No - No, las personas no eligieron ninguna de las alternativas. Fuente: elaboración propia.

Alternativas	P202 Calidad		P202 Frescura		P202 Higiene		P202 Inocuidad		P202 Origen		P202 Precio		P202 Tamaño		
	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	
	No		Si		No		Si		No		Si		No		
P201 Caletas de pescadores	No	201	197	100	298	397	1	331	67	303	95	207	191	365	33
	Si	78	93	17	154	171	0	127	44	118	53	75	96	141	30
P201 Delivery	No	265	264	109	420	528	1	432	97	393	136	267	262	472	57
	Si	14	26	8	32	40	0	26	14	28	12	15	25	34	6
P201 Ferias libres	No	213	221	99	335	433	1	357	77	318	116	227	207	393	41
	Si	66	69	18	117	135	0	101	34	103	32	55	80	113	22
P201 Locales especializados	No	231	199	94	336	429	1	346	84	321	109	212	218	384	46
	Si	48	91	23	116	139	0	112	27	100	39	70	69	122	17
P201 Mercados especializados	No	247	246	110	383	492	1	400	93	374	119	243	250	438	55
	Si	32	44	7	69	76	0	58	18	47	29	39	37	68	8
P201 Restoranes establecidos	No	197	137	75	259	333	1	283	51	265	69	178	156	298	36
	Si	82	153	42	193	235	0	175	60	156	79	104	131	208	27
P201 Supermercados	No	131	87	37	181	218	0	195	23	161	57	128	90	188	30
	Si	148	203	80	271	350	1	263	88	260	91	154	197	318	33
P201 Terminal pesquero	No	250	247	109	388	496	1	397	100	378	119	250	247	446	51
	Si	29	43	8	64	72	0	61	11	43	29	32	40	60	12
P201 Vendedor ambulante	No	272	280	115	437	551	1	446	106	408	144	275	277	492	60
	Si	7	10	2	15	17	0	12	5	13	4	7	10	14	3

4.1.3.4.1.3 Tabla marginal entre preguntas P201 y P202

Si bien no se recomienda el uso de este tipo de tablas, a continuación, se muestra una tabla marginal² entre las preguntas P201 y P202 (ver Tabla 8). El porcentaje mostrado, corresponde a la proporción del conteo respecto del valor total de respuestas, que en este caso son 569. Si se suman los valores en forma vertical, estos no suman el total de respuestas o 100%, debido a que existe más de una respuesta de los encuestados por categorías.

² Una tabla marginal es una tabla cruzada en la cual se muestran frecuencias relativas con relación al total de cada fila o columna.

Tabla 8. Tabla marginal entre preguntas P201 y P202. Fuente: elaboración propia.

Alternativas	P202 Calidad		P202 Frescura		P202 Higiene		P202 Inocuidad		P202 Origen		P202 Precio		P202 Tamaño	
	conteo	%	conteo	%	conteo	%	conteo	%	conteo	%	conteo	%	conteo	%
P201 Caletas de pescadores	93	16,34	154	27,07	0	0,00	44	7,73	53	9,31	96	16,87	30	5,27
P201 <i>Delivery</i>	26	4,57	32	5,62	0	0,00	14	2,46	12	2,11	25	4,39	6	1,05
P201 Ferias libres	69	12,13	117	20,56	0	0,00	34	5,98	32	5,62	80	14,06	22	3,87
P201 Locales especializados	91	15,99	116	20,39	0	0,00	27	4,75	39	6,85	69	12,13	17	2,99
P201 Mercados especializados	44	7,73	69	12,13	0	0,00	18	3,16	29	5,10	37	6,50	8	1,41
P201 Restoranes establecidos	153	26,89	193	33,92	0	0,00	60	10,54	79	13,88	131	23,02	27	4,75
P201 Supermercados	203	35,68	271	47,63	1	0,18	88	15,47	91	15,99	197	34,62	33	5,80
P201 Terminal pesquero	43	7,56	64	11,25	0	0,00	11	1,93	29	5,10	40	7,03	12	2,11
P201 Vendedor ambulante	10	1,76	15	2,64	0	0,00	5	0,88	4	0,70	10	1,76	3	0,53

4.1.3.4.1.4 Tablas marginales para preguntas P201 y P202 agrupadas por zona geográfica, rango etario y nivel de ingresos del hogar

Al igual que la tabla anterior, se construyó una tabla marginal por pregunta agrupada por zona geográfica, rango etario y nivel de ingresos del hogar. Sin embargo, los porcentajes mostrados corresponden a la proporción del conteo respecto del valor por categoría de agrupación (n) y no sobre el total de respuestas (N).

Primero se muestran las tablas marginales agrupadas para la pregunta P201 en el orden especificado previamente (ver Tabla 9, Tabla 10 y Tabla 11).

Tabla 9. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por zona geográfica. Fuente: elaboración propia.

Zona geográfica	P201 Caletas de pescadores			P201 <i>Delivery</i>		P201 Ferias libres		P201 Locales especializados		P201 Mercados especializados		P201 Restoranes establecidos		P201 Supermercados		P201 Terminal pesquero		P201 Vendedor ambulante	
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
Sur	81	17	20,99	3	3,70	13	16,05	27	33,33	19	23,46	27	33,33	40	49,38	8	9,88	3	3,70
Centro Sur	415	115	27,71	35	8,43	109	26,27	98	23,61	50	12,05	185	44,58	286	68,92	27	6,51	12	2,89
Norte	73	39	53,42	2	2,74	13	17,81	14	19,18	7	9,59	23	31,51	25	34,25	37	50,68	2	2,74

Tabla 10. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por rango etario. Fuente: elaboración propia.

Rango Edad	P201 Caletas de pescadores			P201 <i>Delivery</i>		P201 Ferias libres		P201 Locales especializados		P201 Mercados especializados		P201 Restoranes establecidos		P201 Supermercados		P201 Terminal pesquero		P201 Vendedor ambulante	
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
25 - 54	372	126	33,87	38	10,22	93	25,00	86	23,12	44	11,83	187	50,27	247	66,40	49	13,17	16	4,30
55 - 70	162	38	23,46	2	1,23	37	22,84	42	25,93	27	16,67	44	27,16	89	54,94	20	12,35	1	0,62
71 y más	35	7	20,00	0	0,00	5	14,29	11	31,43	5	14,29	4	11,43	15	42,86	3	8,57	0	0,00

Tabla 11. Tabla marginal para pregunta P201 agrupada por nivel de ingresos por hogar. Fuente: elaboración propia.

Nivel ingresos hogar	P201 Caletas de pescadores		P201 Delivery		P201 Ferias libres		P201 Locales especializados		P201 Mercados especializados		P201 Restoranes establecidos		P201 Supermercados		P201 Terminal pesquero		P201 Vendedor ambulante		
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
475.001 a 594.500	25	9	36,00	1	4,00	10	40,00	8	32,00	5	20,00	10	40,00	10	40,00	6	24,00	0	0,00
594.501 a 733.000	38	14	36,84	1	2,63	7	18,42	7	18,42	4	10,53	6	15,79	21	55,26	4	10,53	1	2,63
733.001 a 1.200.000	125	39	31,20	9	7,20	32	25,60	22	17,60	16	12,80	50	40,00	64	51,20	16	12,80	6	4,80
1.200.001 a 1.787.000	121	43	35,54	7	5,79	33	27,27	27	22,31	19	15,70	45	37,19	71	58,68	21	17,36	4	3,31
1.787.001 o más.	260	66	25,38	22	8,46	53	20,38	75	28,85	32	12,31	124	47,69	185	71,15	25	9,62	6	2,31

A continuación, se muestran las tablas marginales agrupadas para la pregunta P202 en el orden especificado previamente (ver Tabla 12, Tabla 13 y Tabla 14).

Tabla 12. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por zona geográfica. Fuente: elaboración propia.

Zona geográfica	P202 Calidad		P202 Frescura		P202 Higiene		P202 Inocuidad		P202 Origen		P202 Precio		P202 Tamaño		
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
Sur	81	37	45,68	64	79,01	0	0,00	19	23,46	23	28,4	37	45,68	4	4,94
Centro Sur	415	215	51,81	325	78,31	1	0,24	87	20,96	105	25,3	211	50,84	47	11,33
Norte	73	38	52,05	63	86,30	0	0,00	5	6,85	20	27,4	39	53,42	12	16,44

Tabla 13. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por rango etario. Fuente: elaboración propia.

Rango Edad	P202 Calidad			P202 Frescura		P202 Higiene		P202 Inocuidad		P202 Origen		P202 Precio		P202 Tamaño	
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
25 - 54	372	190	51,08	304	81,72	0	0,00	89	23,92	108	29,03	205	55,11	53	14,25
55 - 70	162	85	52,47	120	74,07	1	0,62	21	12,96	37	22,84	73	45,06	10	6,17
71 y más	35	15	42,86	28	80,00	0	0,00	1	2,86	3	8,57	9	25,71	0	0,00

Tabla 14. Tabla marginal para pregunta P202 agrupada por nivel de ingresos por hogar. Fuente: elaboración propia.

Nivel ingresos hogar	P202 Calidad			P202 Frescura		P202 Higiene		P202 Inocuidad		P202 Origen		P202 Precio		P202 Tamaño	
	n	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%	Conteo	%
475.001 a 594.500	25	12	48,00	22	88,00	0	0,00	4	16,00	5	20,00	13	52,00	4	16,00
594.501 a 733.000	38	19	50,00	27	71,05	0	0,00	4	10,53	5	13,16	20	52,63	2	5,26
733.001 a 1.200.000	125	55	44,00	103	82,40	0	0,00	26	20,80	33	26,40	71	56,80	15	12,00
1.200.001 a 1.787.000	121	53	43,80	95	78,51	1	0,83	26	21,49	38	31,40	61	50,41	13	10,74
1.787.001 o más.	260	151	58,08	205	78,85	0	0,00	51	19,62	67	25,77	122	46,92	29	11,15

4.1.3.4.1.5 Test de Chi-cuadrado modificado

A continuación se presentan los resultados no-ajustados del test de independencia Chi-cuadrado de Pearson por pares de alternativas ($X_S^2. ij$) de las preguntas P201 y P202 (ver Tabla 15), que se establecen como independientes, es decir, los encuestados no les dieron una asociación (solo se señalan los más relevantes):

- Frescura - *Delivery* ($X_S^2. ij = 0,01$)
- Higiene - Caletas de pescadores ($X_S^2. ij = 0,01$)
- Higiene - Supermercados ($X_S^2. ij = 0,01$)
- Inocuidad - Locales especializados ($X_S^2. ij = 0,00$)
- Origen - Supermercados ($X_S^2. ij = 0,02$)
- Precio - Locales especializados ($X_S^2. ij = 0,01$)
- Tamaño - Mercados especializados ($X_S^2. ij = 0,00$)

Tabla 15. Resultados con los valores del test de Chi-cuadrado de Pearson. A valores más alto, más asociadas se encuentran las alternativas. Fuente: elaboración propia.

Preguntas	P202 Calidad	P202 Frescura	P202 Higiene	P202 Inocuidad	P202 Origen	P202 Precio	P202 Tamaño
P201 Caletas de pescadores	1,144	16,883	0,007	6,029	3,155	3,178	10,399
P201 <i>Delivery</i>	3,391	0,008	1,565	6,576	0,356	2,504	0,674
P201 Ferias libres	0,001	5,663	0,075	3,633	0,489	5,508	4,906
P201 Locales especializados	15,477	1,816	0,064	0,001	0,400	0,047	0,251
P201 Mercados especializados	1,685	6,920	0,512	0,974	6,725	0,108	0,027
P201 Restoranes establecidos	32,029	1,774	0,040	9,252	12,036	4,508	0,071
P201 Supermercados	17,293	2,788	0,016	18,058	0,003	11,849	2,596
P201 Terminal pesquero	2,529	4,508	0,575	0,939	8,719	0,863	2,620

4.1.3.4.1.6 P-valores ajustados

Del test de independencia marginal (SPMI), los p-valores fueron ajustados por medio del método de *Bonferroni*, de cuyos resultados (ver Tabla 16), es interesante resaltar que existe una asociación significativa entre las siguientes alternativas de respuestas:

- Frescura - Caleta de Pescadores ($p. ij. adj = 0,0032$)
- Calidad - Locales especializados ($p. ij. adj = 0,0044$)
- Calidad - Supermercados ($p. ij. adj = 0,0029$)
- Calidad - Restaurantes establecidos ($p. ij. adj = 0,0000$)
- Inocuidad - Supermercados ($p. ij. adj = 0,0021$)
- Origen - Restaurantes establecidos ($p. ij. adj = 0,0327$)
- Precio - Supermercados ($p. ij. adj = 0,0220$)

Tabla 16. P-valores ajustados resultantes de análisis de Bonferroni entre las opciones de selección múltiple de las preguntas P202 y P201. Fuente: elaboración propia.

Preguntas	P202 Calidad	P202 Frescura	P202 Higiene	P202 Inocuidad	P202 Origen	P202 Precio	P202 Tamaño
P201 Caletas de pescadores	1,000	0,003	1,000	0,886	1,000	1,000	0,079
P201 Delivery	1,000	1,000	1,000	0,651	1,000	1,000	1,000
P201 Ferias libres	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
P201 Locales especializados	0,005	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
P201 Mercados especializados	1,000	0,537	1,000	1,000	0,599	1,000	1,000
P201 Restoranes establecidos	0,000	1,000	1,000	0,148	0,033	1,000	1,000
P201 Supermercados	0,002	1,000	1,000	0,001	1,000	0,036	1,000
P201 Terminal pesquero	1,000	1,000	1,000	1,000	0,198	1,000	1,000

4.1.3.4.2 Preguntas P203, P204 y P205

Para la pregunta P203 que corresponde al caso cuando se compra pescados o mariscos, ¿qué tan seguida consulta o averigua si el producto que está adquiriendo o consumiendo proviene desde la pesca ilegal?, podemos inferir que el valor medio (tratando a las respuestas en forma numérica, donde, 1 corresponde a "Nunca", 3 a "Solo a Veces" y 5 a "Siempre") se encuentra cercano a la opción 2, que corresponde a "Casi Nunca". Esto se puede apreciar en la Figura 4.

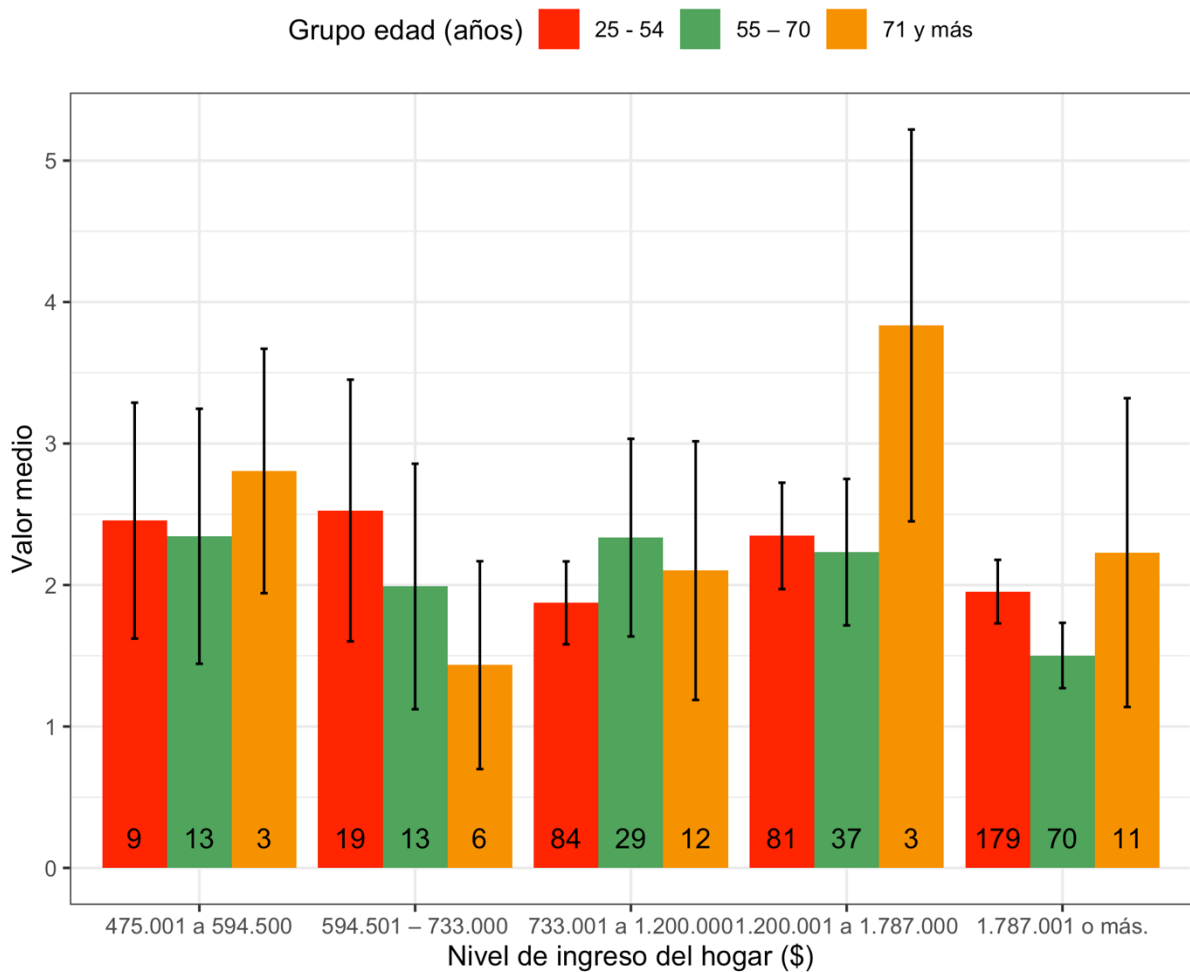


Figura 4 Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P203, agrupados por ingreso por hogar y por grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P203, es de $2,045 \pm 0,066$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a dos (2), que equivale a “Casi Nunca”, confirmando lo anterior. (**Nota: SE significa Error Estándar**).

Media	SE
2,05	0,066

De igual manera la pregunta P204, que se refiere al caso cuando se compra o consume pescados o mariscos, ¿con qué frecuencia usted recibe una boleta o recibo valido del SII?, las respuestas tienen un valor medio entre el valor tres (3) y cuatro (4), que corresponden a “Frecuente” y “Muy Frecuente”, respectivamente. Es decir, en general las personas encuestadas compran productos con boleta o recibo, independientemente del grupo etario y el nivel de ingresos. Ver Figura 5.

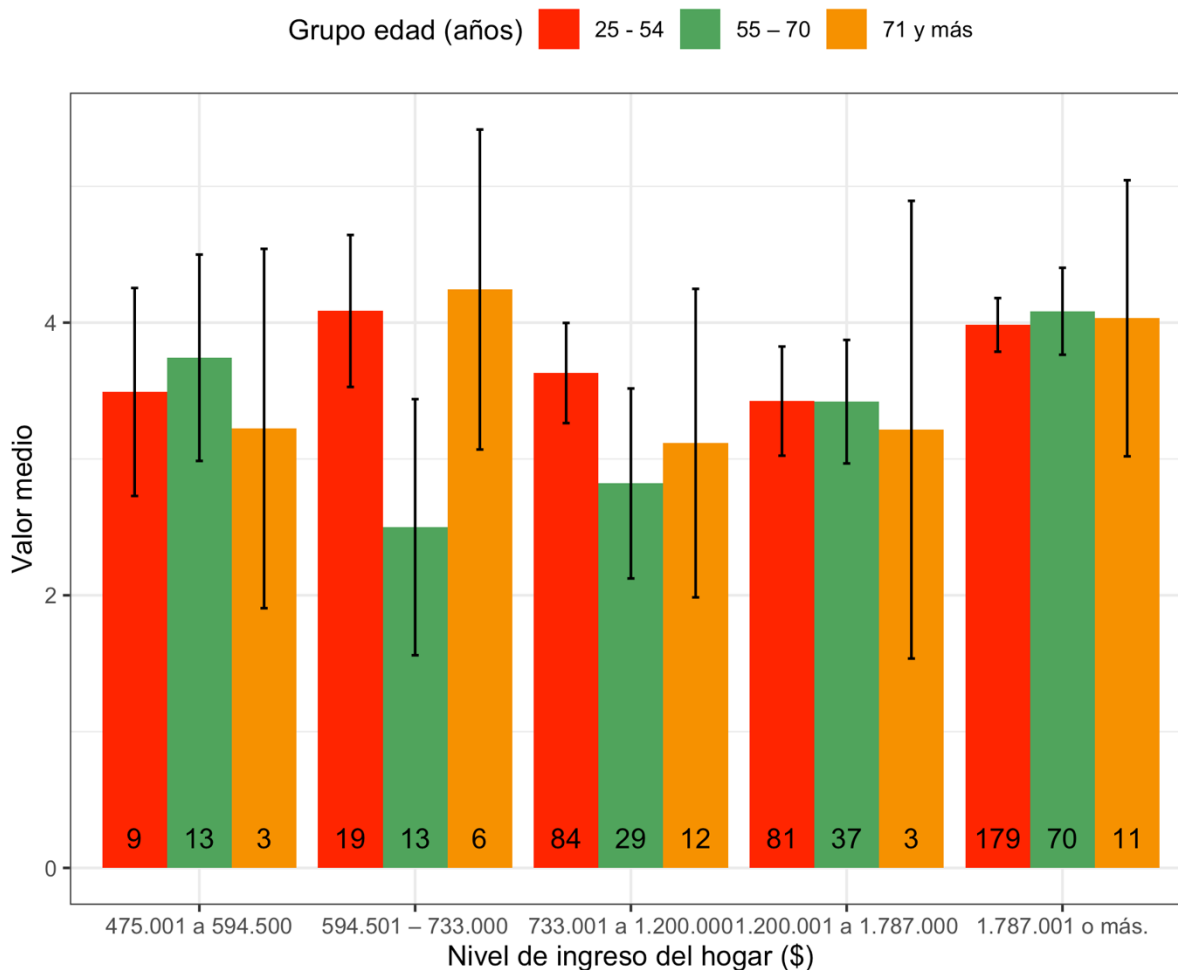


Figura 5. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P204, agrupados por ingreso por hogar y grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P204, es de $3,731 \pm 0,064$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a cuatro (4), que equivale a "Frecuente", confirmando la tendencia.

Media	SE
3,726	0,064

Por su parte la pregunta P205, que se refiere a ¿cuál diría Usted que es su nivel de interés por conocer más sobre los productos del mar que compra o consume? (Por ejemplo, dónde y cómo se pescan, qué flotas han emprendido acciones para su conservación, etc.), las respuestas se orientan entre los valores tres (3) y cuatro (4), que corresponden a "Neutro" e "Interesado" respectivamente. Un aspecto a señalar, es que en general el grupo etario "más joven", presenta un mayor interés que

el resto de los grupos por nivel de ingreso, mientras que el grupo de "55 a 70" años, muestra un interés creciente a medida que aumenta el nivel de ingresos del hogar. Ver Figura 6.

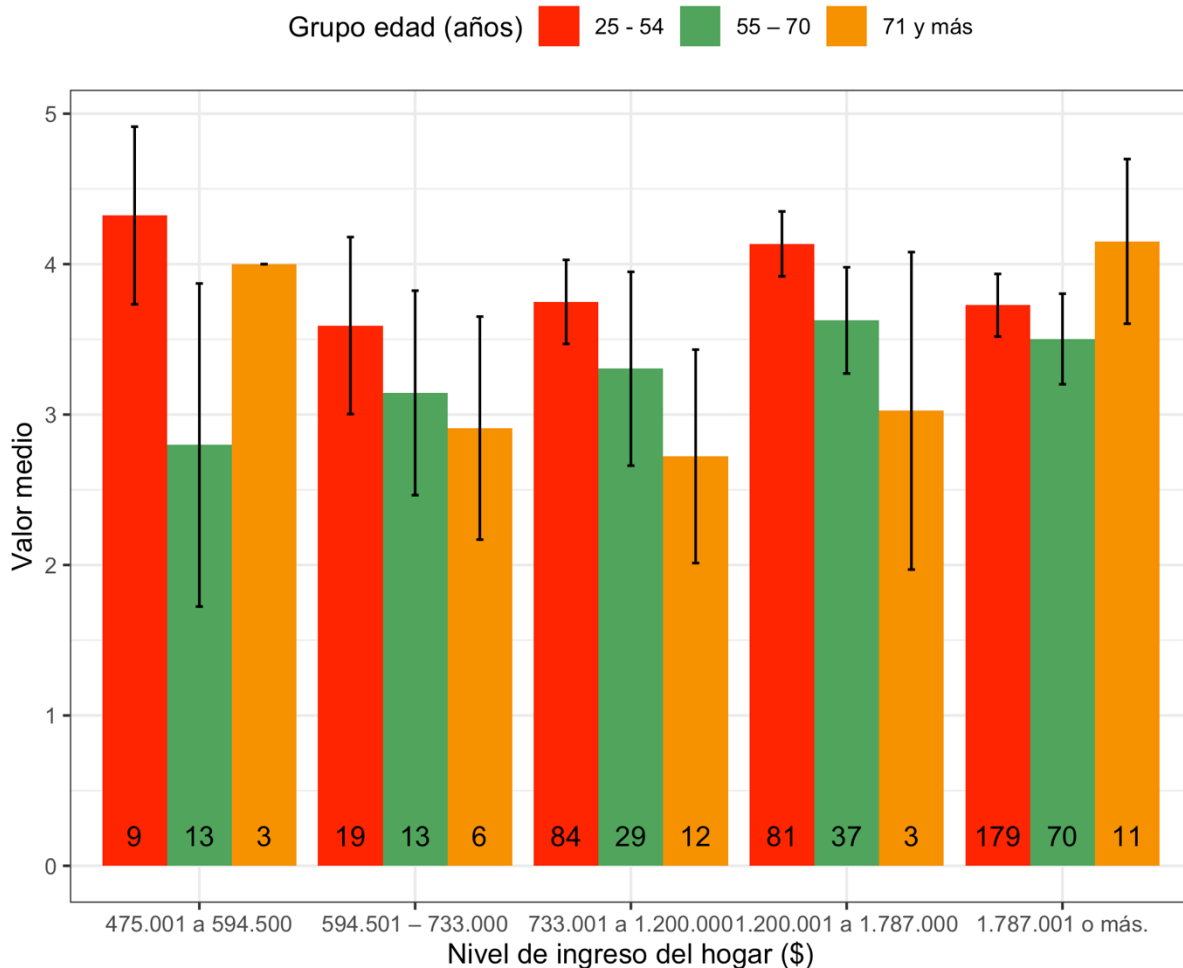


Figura 6. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para la pregunta P205, agrupados por ingreso por hogar y grupo etario. Los bigotes indican los intervalos de confianza. Los números indican la cantidad de respuestas para cada rango. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P205, es de $3,679 \pm 0,059$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a cuatro (4), que equivale a "Interesado", confirmando el interés de los encuestados.

Media	SE
3,681	0,059

El grupo de preguntas P203, P204 y P205, al ser tipo Likert, se puede mostrar la distribución de respuestas agrupadas en forma de barra horizontal, tomando como valor central la respuesta con valor 3. La codificación para cada pregunta es como sigue:

- P203: "Nunca", "Casi Nunca", "Solo A veces", "Casi Siempre", "Siempre".

- P204: "Nunca", "Poco Frecuente", "Frecuente", "Muy Frecuente", "Siempre".
- P205: "Muy Poco Interesado", "Poco Interesado", "Neutro", "Interesado", "Muy Interesado".

Se puede apreciar que para la pregunta P203, la tendencia es hacia el sector izquierdo, ratificando lo mostrado previamente, pero con la salvedad, de que el grupo de menor ingreso "casi siempre" pregunta si el producto proviene desde pesca ilegal. Por otra parte, la pregunta P204, muestra que las compras con recibo o boleta aumentan "ligeramente" en función del ingreso del hogar, así como también el interés (P205) por conocer más sobre los productos del mar que compra o consume. Una excepción se muestra en el grupo con ingresos por hogar de 594.501 a 733.000 para la pregunta P205. Ver Figura 7.

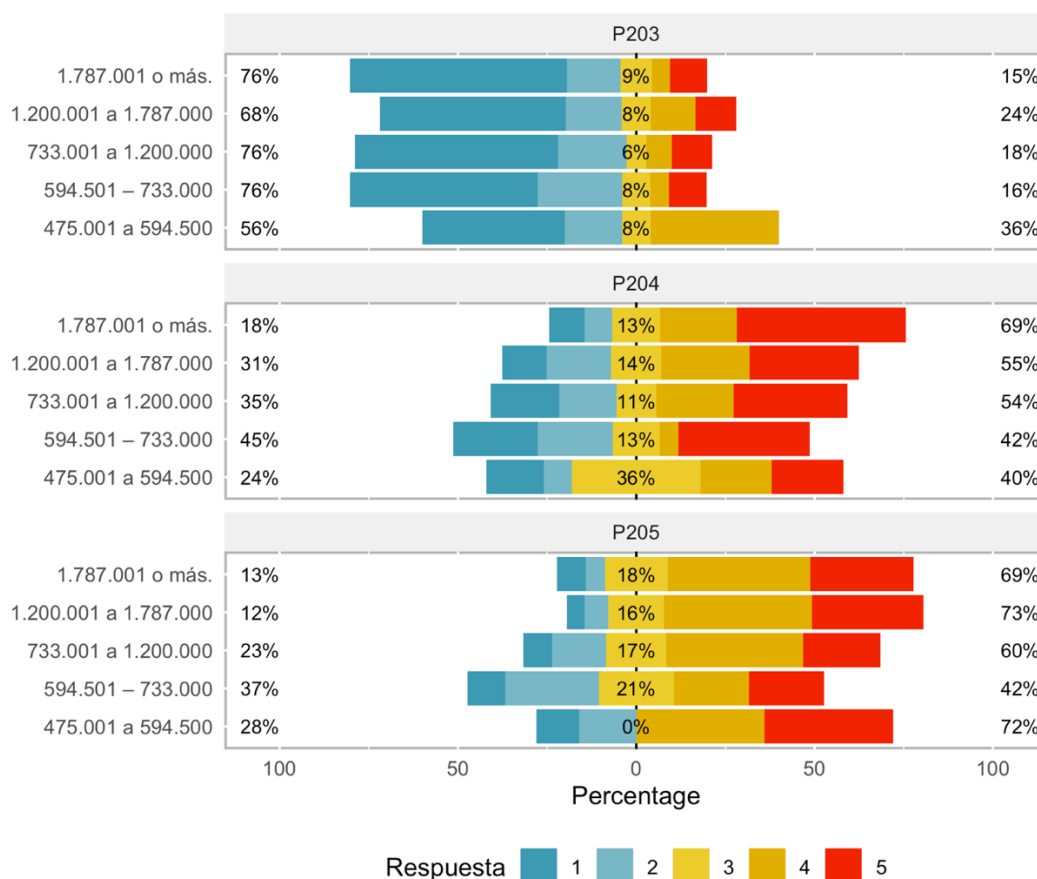


Figura 7. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P203, P204 y P205, agrupados por ingreso del hogar. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.

4.1.3.5 Resumen de respuestas para "Sello Azul"

Todas las preguntas realizadas en esta parte de la encuesta, se realizaron en forma posterior a mostrar al encuestado el "Sello Azul".

4.1.3.5.1 Pregunta P301

La pregunta P301: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted estaría de acuerdo en que lo conoce?, es bastante ejemplificadora respecto de si los encuestados conocen o no el "Sello Azul" entregado por SERNAPESCA. De las respuestas obtenidas, solo el 26 por-ciento, estuvo de acuerdo o muy de acuerdo con conocer el "Sello Azul". Por otra parte, el 62,3% de los encuestados señaló estar en desacuerdo o muy en desacuerdo con la pregunta (ver Tabla 17).

Tabla 17. Resumen de respuestas para la pregunta P301: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted estaría de acuerdo en que lo conoce? Fuente: elaboración propia.

P301	Total (N=569)
Muy en Desacuerdo	220 (38,7%)
En Desacuerdo	133 (23,4%)
Neutro	62 (10,9%)
De Acuerdo	103 (18,1%)
Muy de Acuerdo	51 (9,0%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P301, es de $2,367 \pm 0,068$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a dos (2), que equivale a "En Desacuerdo".

Media	SE
2,374	0,067

4.1.3.5.2 Pregunta P302

Para la pregunta P302: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda con que un sello es una buena forma de apoyar el cuidado o protección de los recursos marinos?, los encuestados señalaron en un 84,3% estar de acuerdo o muy de acuerdo, con que un sello es una buena forma de apoyar el cuidado de los recursos. Por su parte, solo un 6,4% de los encuestados señaló estar en desacuerdo o muy en desacuerdo con la pregunta (ver Tabla 18).

Tabla 18. Resumen de respuestas para la pregunta P302: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda con que un sello es una buena forma de apoyar el cuidado o protección de los recursos marinos? Fuente: elaboración propia.

P302	Total (N=569)
Muy en Desacuerdo	19 (3.3%)
En Desacuerdo	17 (3.0%)
Neutro	54 (9.5%)

De Acuerdo	199 (35.0%)
Muy de Acuerdo	280 (49.2%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P302, es de 4,226 ±0,048. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a cuatro (4), que equivale a "De Acuerdo".

Media	SE
4.222	0.048

4.1.3.5.3 Pregunta P303

Para la pregunta P303: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda en preferir un local establecido que posea éste u otro tipo de sello que apoye la pesca sostenible?, los encuestados señalaron estar de acuerdo o muy de acuerdo en un 90,3% con la pregunta. Es decir, se puede señalar que las personas prefieren locales establecidos que apoyen la pesca sostenible (ver Tabla 19).

Tabla 19. Resumen de respuestas para la pregunta P303: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted concuerda en preferir un local establecido que posea éste u otro tipo de sello que apoye la pesca sostenible?
Fuente: elaboración propia.

P303	Total (N=569)
Muy en Desacuerdo	16 (2,8%)
En Desacuerdo	3 (0,5%)
Neutro	38 (6,7%)
De Acuerdo	178 (31,3%)
Muy de Acuerdo	334 (58,7%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P303, es de 4,392 ±0,044. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a cuatro (4), que equivale a "De Acuerdo".

Media	SE
4,385	0,044

4.1.3.5.4 Pregunta P304

Para la pregunta P304: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted pagaría más por un producto en un local establecido que cuente con éste sello?, que busca responder, si el apoyo mostrado hacia el sistema de sellos se traduce además en un esfuerzo económico, los encuestados señalaron en un 44,6% pagar más o mucho más por productos de un local establecido con el "Sello Azul". Por otra parte, el 41,4% señaló no pagar más o pagar lo mismo que ahora. Podríamos señalar a primera

vista, que esta pregunta divide la opinión de las personas, por lo que no se puede traducir el uso del “Sello Azul” en un beneficio económico para los locales establecidos que lo tengan (ver Tabla 20).

Tabla 20. Resumen de respuestas para la pregunta P304: Respecto del sello que se le mostró. ¿Usted pagaría más por un producto en un local establecido que cuente con éste sello?

P304	Total (N=569)
No, pagaría menos	3 (0,5%)
Pagaría lo mismo que ahora	234 (41,1%)
Me es indiferente	79 (13,9%)
Pagaría más	239 (42,0%)
Pagaría mucho más	14 (2,5%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P304, es de 3,074 \pm 0,047. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a tres (3), que equivale a “Me es indiferente”. En este caso, el valor medio se produce en el valor “neutral” debido principalmente, a que las respuestas se distribuyen prácticamente en partes iguales entre los encuestados.

Media	SE
3,072	0,047

4.1.3.5.5 Pregunta P305

Para la pregunta P305: Respecto del sello que se le mostró y la calidad e inocuidad de un producto, ¿a usted le agradaría si este sello también identifica a un local establecido que tiene buenas prácticas en la manipulación de los productos que ofrece? Si bien esta pregunta busca establecer una asociación entre pesca sostenible y buenas prácticas, el 93,5% señaló que le agradaría o agradaría mucho. Esto también establece que, si bien, los establecimientos cuentan con una resolución sanitaria para poder funcionar, ésta, no se encuentra automáticamente asociada a buenas practicas (ver Tabla 21).

Tabla 21. Resumen de respuestas para la pregunta P305: Respecto del sello que se le mostró y la calidad e inocuidad de un producto, ¿a usted le agradaría si este sello también identifica a un local establecido que tiene buenas prácticas en la manipulación de los productos que ofrece?

P305	Total (N=569)
No me agradaría	9 (1,6%)
Me agradaría poco	5 (0,9%)
Neutral	24 (4,2%)
Me agradaría	193 (33,9%)
Me agradaría mucho	338 (59,4%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P305, es de $4,453 \pm 0,038$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a cinco (5), que equivale a "Me agradaría mucho".

Media	SE
4,452	0,038

4.1.3.5.6 Pregunta P306

Para la pregunta P306: Por último, del sello que se le mostró, ¿Usted lo recordaría como distintivo asociado a la pesca sostenible?, el 80,5% de los encuestados señaló que Sí recordaría el "Sello Azul" como un distintivo asociado a la pesca sostenible, mientras que el 15,4% se mostró en una situación intermedia (Tal vez) (ver Tabla 22).

Tabla 22. Resumen de respuestas para la pregunta P306: Por último, del sello que se le mostró, ¿Usted lo recordaría como distintivo asociado a la pesca sostenible?

P306	Total (N=569)
Sí	459 (80,7%)
No	23 (4,0%)
Tal vez	87 (15,3%)

Por otra parte, el valor medio para las respuestas en la pregunta P306, es de $1,338 \pm 0,035$. Al tratarse de una variable categórica, el valor más cercano corresponde a uno (1), que equivale a "Sí". Lo anterior, señala que los encuestados en forma media recordarían el "Sello Azul" como distintivo asociado a la pesca sostenible.

Media	SE
1,335	0,035

4.1.3.6 Respuestas por zona geográfica

Se realizó una agrupación de las respuestas en tres grandes zonas geográficas: Norte, Centro Sur y Sur. La primera, abarca desde la Región de Arica y Parinacota hasta Coquimbo. La segunda desde la Región de Valparaíso hasta Bío-Bío, incluyendo la metropolitana. La tercera y última zona geográfica, abarca desde la Región de la Araucanía hasta Magallanes. De lo anterior, se clasificaron las respuestas agrupadas tipo Likert, desde la P301 hasta la P305, lo cual se puede ver en la Figura 8. La codificación para cada pregunta es como sigue (en donde el valor 1 corresponde al extremo izquierdo mientras 5 al extremo derecho):

- P301: "Muy en Desacuerdo", "En Desacuerdo", "Neutro", "De Acuerdo", "Muy de Acuerdo".
- P302: "Muy en Desacuerdo", "En Desacuerdo", "Neutro", "De Acuerdo", "Muy de Acuerdo".
- P303: "Muy en Desacuerdo", "En Desacuerdo", "Neutro", "De Acuerdo", "Muy de Acuerdo".

- P304: "No, pagaría menos", "Pagaría lo mismo que ahora", "Me es indiferente", "Pagaría más", "Pagaría mucho más".
- P305: "No me agradaría", "Me agradaría poco", "Neutral", "Me agradaría", "Me agradaría mucho".

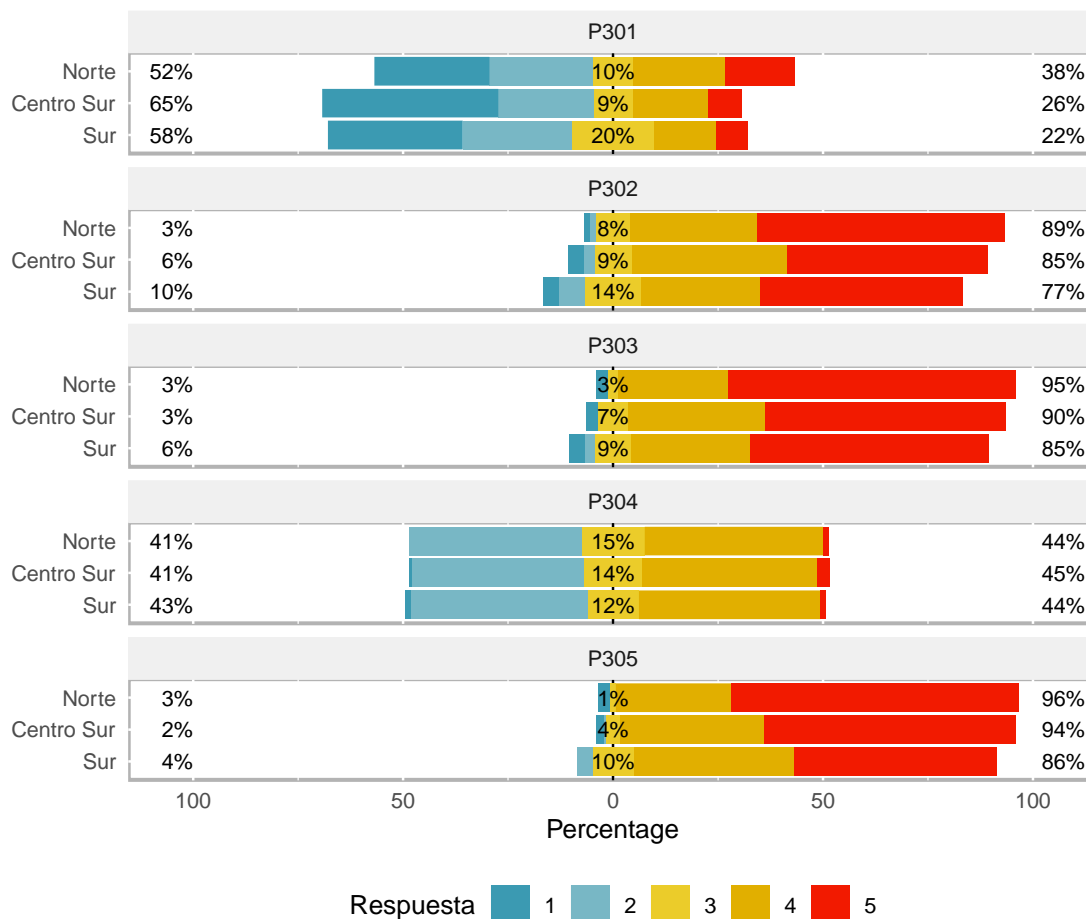


Figura 8. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por zona geográfica (Norte, Centro-Sur, Sur). Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.

Al igual que en la figura anterior, se realizó lo mismo, pero agrupando las respuestas por rango etarios y por niveles de ingresos (ver Figura 9 y Figura 10).

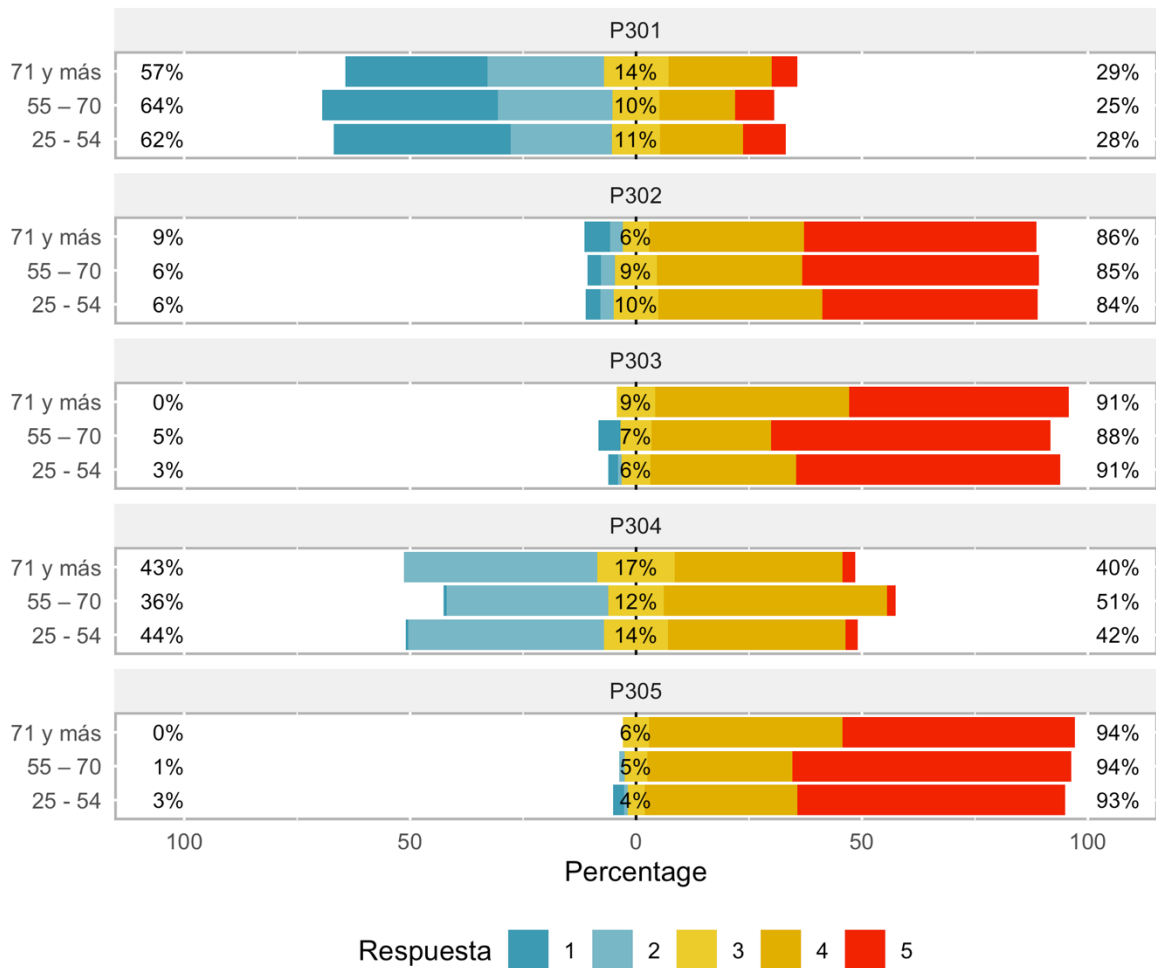


Figura 9. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por grupos etarios. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.

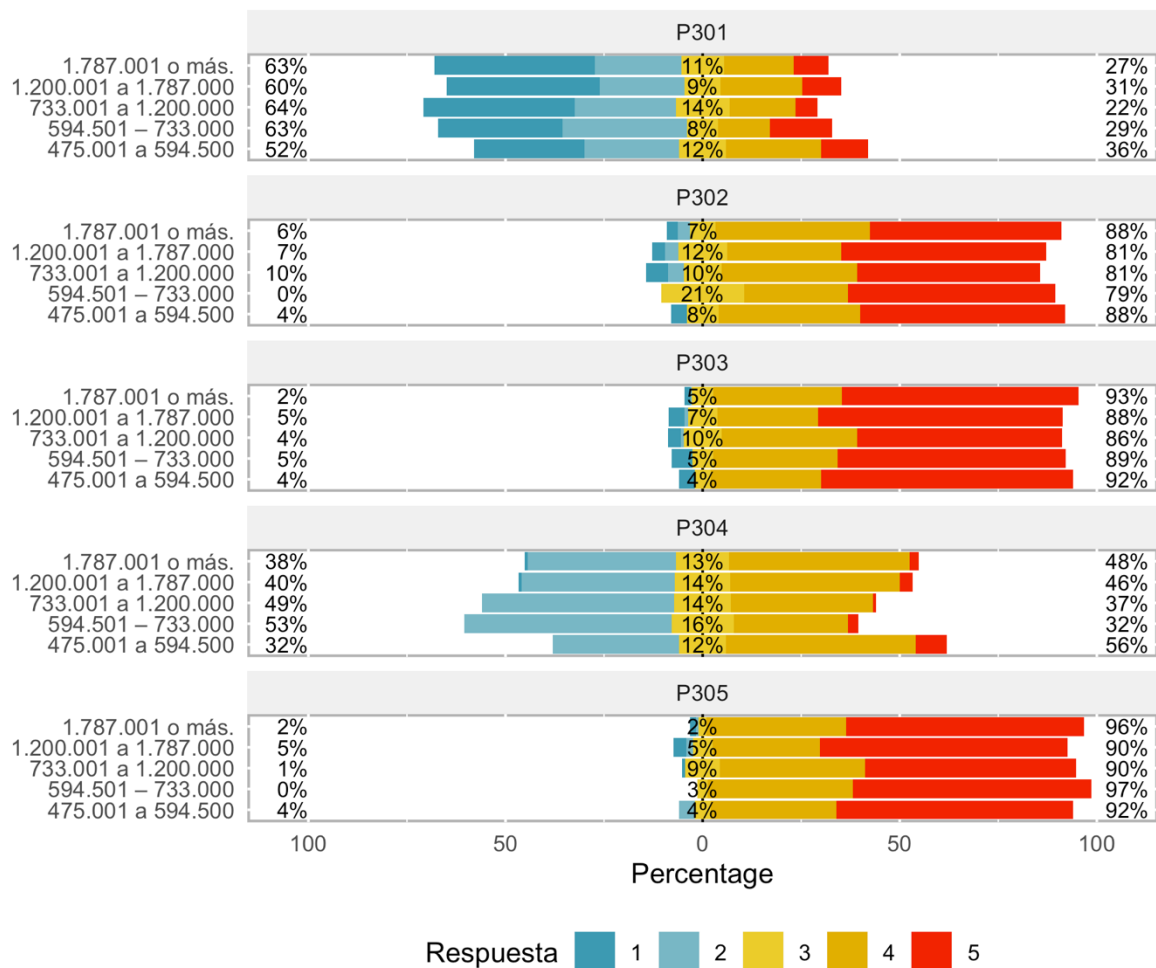


Figura 10. Gráfico de barras en donde se muestra la distribución de respuestas para las preguntas P301 a P305, agrupados por niveles de ingreso del hogar declarado por los encuestados. Los porcentajes en ambos extremos (izquierdo y derecho), se refieren a la proporción correspondiente desde el valor central. Fuente: elaboración propia.

4.1.4 Grupos focales

Las respuestas obtenidas del taller con consumidores de la Región de Valparaíso apuntan en general a no conocer el sello azul en particular y tampoco el uso de sellos para demostrar la sostenibilidad de un producto. Se valora la existencia de sellos que den garantías, pero se desconfía de quienes entregarían estos sellos y como sean administrados, en donde se sugiere al Estado como garante de estos sellos. Se asocia en primera instancia que el Sello Azul entregaría garantías de inocuidad de los productos pesqueros, no se asocia inmediatamente con la pesca legal. Además, se sugiere que debe haber mucha difusión a la población para que conozca el sello y pueda ser aceptado. Finalmente, se sugiere por parte de los consultados, el requisito de que la trazabilidad de los productos sea una garantía del sello.

4.1.5 Diagnóstico del “Sello Azul”

4.1.5.1 En el área institucional

El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (SERNAPESCA), tiene un conjunto de herramientas de fiscalización promulgados por la Ley de Pesca y Acuicultura o en proceso de implementación, con aplicación a la pesca industrial que son el posicionador satelital que indica “*on-line*” la posición de todos los barcos de pesca industriales, la bitácora electrónica con reporte “*on-line*” de la captura, certificación del desembarque de la captura y de cámaras abordo dirigidas al área de operación del arte de pesca para fiscalizar los descartes.

Con estas herramientas, administradas con un manejo inteligente de la información, representan una “caja de herramientas” para inhibir la pesca ilegal y en el corto plazo, estas herramientas también serían aplicadas a embarcaciones artesanales mayores de 15 metros de eslora (largo).

No obstante, la flota menor de 15 m y los buzos mariscadores las herramientas de fiscalización son más débiles comparativamente y en este contexto para este segmento de la pesca, el “Sello Azul” representa, una oportunidad para que los consumidores en el eslabón de puntos de venta finales de la cadena comercial, se transformen en socios estratégicos en el proceso de denuncia de malas prácticas de ofertar recursos del mar de origen ilegal (recursos marinos capturados transgrediendo normas pesquera explícitas, tallas mínimas de captura o en períodos de vedas) y ejerza consecuentemente un control ciudadano sobre la pesca ilegal desde el consumo de los recursos pesqueros.

En este contexto en el año 2016, SERNAPESCA crea el Programa de Consumo Responsable y Pesca Sustentable desarrollado por el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura -denominado “Sello Azul”- que acredita, distingue y reconoce personas naturales y jurídicas, de comercio especializado en productos del mar y restaurant, para que el expendio en estos lugares de productos del mar sean de origen legal y en consecuencia es un instrumento que inhibe y desincentiva la compra y distribución de recursos hidrobiológicos provenientes de la pesca ilegal.

En la actualidad, la incorporación a este sello es gratuita y los deberes para el acreditado, de acuerdo a lo establecido en la Resolución Exenta N°4215/02.06.2016 del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura son:

- Difundir sus beneficios, manteniendo informado al público en su sitio web si lo tuviese y en la operación diaria del recinto, a través de la exhibición del “Sello Azul”.
- Mantener un registro físico en el recinto (libro de registro) con la información detallada diaria de las compras, ventas y saldos de los recursos hidrobiológicos y sus productos derivados.

En el ámbito de las vinculaciones del “Sello Azul”, con programas estratégicos nacionales de consumo responsable, se identificaron los siguientes:

i) Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentable: El Ministerio del Medio Ambiente creó, en marzo de 2014, el Comité Interministerial de Consumo y Producción Sustentables (CCPS), cuyo objetivo principal es coordinar e implementar las diversas iniciativas en materia de consumo y producción sustentables que el Estado de Chile está impulsando, diseñando para tal efecto el Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentables (PNCS). El Programa tiene como objetivo ser un instrumento, que mediante sus distintas líneas de acción, impulsará un crecimiento económico asociado a la protección del medio ambiente y equidad social, modificando los actuales patrones de consumo y producción, desacoplando el crecimiento y desarrollo del país de la degradación del medio ambiente. Contribuyendo de esta manera, a la disminución de impactos que impone el cambio climático en el país.

Este Programa tiene 8 líneas de acción, una de las cuales son sistemas alimentarios sustentables cuyo fin es impulsar sistemas alimentarios sustentables a nivel local, regional y nacional, incluyendo la producción agropecuaria, la pesca y la acuicultura con el fin de promover la incorporación de prácticas más sustentables en procesos, productos y servicios de la cadena de valor alimentaria; mejorar la disponibilidad de información sobre sustentabilidad de los procesos, productos y servicios de la cadena de valor alimentaria y mejorar la sustentabilidad de las principales pesquerías y operaciones acuícolas.

En este sentido, se definió como un área de trabajo la sustentabilidad de la pesca y la acuicultura y se reconoce explícitamente el "Sello Azul" como una herramienta de gestión, para el consumo responsable y la sustentabilidad sectorial.

ii) Plan estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile "Del Mar a mi mesa" promulgado por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura el año 2018, de acuerdo con el desafío de fomentar y aumentar el consumo de productos del mar en Chile, garantizando la sostenibilidad de los recursos pesqueros y acuícolas a lo largo de la cadena de valor con énfasis en la innovación, desarrollo local y accesibilidad. Además, se considera la promoción de un consumo responsable de productos del mar, velando por el cuidado y conservación de los recursos hidrobiológico con énfasis a enfrentar las malas prácticas como la pesca ilegal no declarada y no reglamentada.

En general el Plan se sustenta en 4 desafíos, de los cuales uno de ellos es la sustentabilidad, que propone implementar buenas prácticas y mecanismos que permitan asegurar la sustentabilidad de los distintos recursos a lo largo de la cadena de valor de los recursos del mar, desde su extracción hasta su disposición final, contemplando específicamente el desarrollo de programas y estándares de buenas prácticas asociadas a la sustentabilidad de los productos pesqueros a lo largo de la cadena de valor.

En este contexto, en el mediano plazo se reconoce que el "Sello Azul" debería aumentar su cobertura de establecimientos asociados; alinear este sello con estándares internacionales y vincular el abastecimiento de estos establecimientos con el sistema de trazabilidad del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura.

En base a los antecedentes descritos, el 28 de junio del 2019, se realizó un taller con la participación de los principales actores internos en la administración del "Sello Azul" del SERNAPESCA, conformando un grupo de trabajo interno de la institución (Ver Apartado D del Anexo 1).

En conjunto se validó la siguiente imagen objetivo:

"El "Sello Azul" es un distintivo reconocido por la comunidad nacional de buenas prácticas de responsabilidad para el consumo o expendio de pescados y mariscos".

En función de esta caracterización del "Sello Azul", con el grupo de trabajo, se identificaron las siguientes barreras que impiden el funcionamiento del "Sello Azul" según la imagen objetivo definida.

De acuerdo a lo anterior, se estructuró el siguiente análisis estratégico abreviado, identificando los aspectos internos (debilidades y fortalezas) y los ámbitos externos (oportunidades y amenazas):

Debilidades:

- Falta de personal para la gestión del "Sello Azul"
- Falta de recursos financieros para aumentar el control del "Sello Azul"
- No está priorizado en la gestión del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura
- Falta de difusión a la comunidad nacional
- No está asociado al sistema de trazabilidad de SERNAPESCA

Fortalezas:

- El "Sello Azul" es un instrumento de gestión que inhibe y desincentiva la compra y distribución de recursos hidrobiológicos provenientes de la pesca ilegal.

Amenazas:

- Malas prácticas con el uso del "Sello Azul"
- No tiene credibilidad en la comunidad
- Falta de desarrollo de políticas de facilitación de cumplimiento

Oportunidades:

- El "Sello Azul" está considerado en el Plan Estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile, como un instrumento de gestión para la sustentabilidad
- En el comité interministerial de consumo y producción sustentable, el "Sello Azul" debería ser un instrumento de gestión para la línea de acción denominada sistemas alimentarios sustentables.

Finalmente, con el fin de estructurar desde la perspectiva institucional los desafíos para alcanzar la imagen objetivo descrita, se analizaron las debilidades frente a las oportunidades identificadas y se concibieron los siguientes desafíos:

- ✓ Fortalecimiento de las condiciones habilitantes financieras y de personal, para transformar efectivamente el "Sello Azul" en un instrumento de gestión de responsabilidad en el consumo de pescados y mariscos, para inhibir las malas prácticas de comercialización de recursos pesqueros ilegales para el consumo nacional.
- ✓ Focalización del otorgamiento del "Sello Azul" en establecimientos de expendio de pescados y mariscos, en carros de venta de ferias libres, puesto de venta de mariscos y pescados en Supermercados, Casinos, Restaurante y puestos de venta de plantas de proceso, que estén asociados a cadenas de distribución cortas, con la implementación de trazabilidad física (recursos deben estar marcados por etiquetas, por ejemplo) de los pescados y mariscos que se comercializan en los puntos de venta o consumo descritos.

4.1.5.2 Usuarios del "Sello Azul"

Para hacer el diagnóstico de los usuarios del "Sello Azul" se realizaron las siguientes acciones:

- i) Análisis de fuentes de información sobre restaurantes y salas de venta con "Sello Azul".
- ii) Entrevistas a restaurantes y salas de ventas.
- iii) Sistematización de las respuestas de las entrevistas realizadas.

4.1.5.2.1 Análisis de fuentes de información sobre restaurantes y salas de venta con "Sello Azul".

Se analizó la información disponible en la página web el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (SERNAPESCA) y de una Base de Datos entregado por el mismo servicio, se realizó un análisis de estas fuentes de información para validar su actualización en función del trabajo de campo en las ciudades de Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Algarrobo y Puerto Montt.

Los resultados de la verificación muestran los siguientes hallazgos:

- a) En el listado de restaurant existe el caso del Restaurant "Abtao", que desde marzo del 2019 está cerrado. La misma situación para el caso del Restaurant "Imperio Peruano", que está cerrado y cambio de nombre a "Lima ciudad de los Reyes".
- b) En el caso del Restaurant que figura en la lista con el nombre de "W", se denomina "M Restaurant Wine and Cava".

- c) En el listado figura "Ver en Google Maps", cuando varios de estos restaurantes tienen direcciones.
- d) En el apartado de "Salas de venta", no están incluidos los locales del JUMBO, los cuales obtuvieron su "Sello Azul" desde mayo del 2019.
- e) La empresa "PESQUERA FRIOSUR", no está incluida en el listado Excel proporcionado por la Dirección Nacional de SERNAPESCA.
- f) Las salas de venta "LANDES", "EL EMPORIO CAMANCHACA" y "ALCOPA" de la Región de Biobío, están incluida en la planilla Excel, pero no están señalizadas en la página web del "Sello Azul" de SERNAPESCA.
- g) La empresa "TERRAMAR" está señalada como restaurant y es una sala de ventas.
- h) La sala de venta FishLine de Puerto Montt y el restaurant Cambalache de Puerto Varas no está incluida ni en el listado Excel proporcionado por la Dirección Nacional de SERNAPESCA ni en la página web del "Sello Azul".
- i) El mapa que aparece en la página de SERNAPESCA, indicando "Regiones adheridas programa consumo responsable "Sello Azul"", están en destacado en Azul las regiones con "Sello Azul", pero hay por ejemplo restaurantes en las regiones de Antofagasta y Aysén y no están marcadas como regiones con "Sello Azul".
- j) Se ha revisado la base de datos entregado por la Dirección Nacional de SERNAPESCA y se puede señalar:
- j.1) Se deben actualizar teléfonos, direcciones y mail de restaurantes y salas de venta.
- j.2) No está consignado la fecha de entrega del "Sello Azul" de 14 restaurantes y de 2 salas de ventas.
- j.3) Con el fin de contar con información que permita ubicar e identificar adecuadamente cada restaurant o sala de venta se requiere obtener: RUT, razón social, mail, nombre contacto, página web.

4.1.5.2.2 Entrevistas a restaurantes y salas de ventas.

Con el fin de estructurar un diagnóstico del "Sello Azul" de los usuarios del sello, para obtener su percepción de los beneficios para su negocio, identificar dificultades y mejoras para su uso, se realizaron entrevistas semi-estructuradas presenciales y telefónicas -con preguntas específicas que se describen en el Anexo 5. Además de entrevistaron restaurantes y salas de venta con "sello Azul", se realizó entrevistas a restaurantes que postularon al sello azul y fueron rechazados. Esta

muestra fue realizada en ciudades de Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Algarrobo y Puerto Montt.

La representatividad del número de entrevistas en función del universo total de restaurante con "Sello Azul", se describe a continuación:

Restaurantes de la Región de Valparaíso

- ✓ Numero restaurant con "Sello Azul": 14 (descontado los que están cerrados)
- ✓ Numero restaurant sin "Sello Azul": 0
- ✓ Numero restaurant entrevistados: 10
- ✓ Representatividad: 71,4 %

Restaurantes de la Región Metropolitana

- ✓ Numero restaurant con "Sello Azul": 7
- ✓ Numero restaurant sin "Sello Azul": 7
- ✓ Numero restaurant entrevistados: 9 (7 con "Sello Azul" y 2 sin "Sello Azul")
- ✓ Representatividad: 64,3 %

Sala de Venta en la Región de Valparaíso

- ✓ Numero sala de venta con "Sello Azul": 1
- ✓ Numero sala de venta entrevistadas: 1
- ✓ Representatividad: 100,0 %

Sala de Venta en la Región de Los Lagos

- ✓ Numero sala de venta con "Sello Azul": 2
- ✓ Numero sala de venta entrevistadas: 2
- ✓ Representatividad: 100,0 %

Con respecto a Salas de Venta, se entrevistó a JUMBO en su local MALL Costanera de la ciudad de Santiago. Según página web y base de datos de la Dirección Nacional de SERNAPESCA no hay registro de Salas de Venta para la Región Metropolitana.

En paralelo con las entrevistas presencialmente (19) a los restaurantes entrevistados, se realizó un levantamiento fotográfico de las estrategias de visualización del logo de "Sello Azul" (Anexo 6), y los principales hallazgos son los siguientes:

- ✓ Se identificaron 2 versiones de logos del mismo sello en la página web de SERNAPESCA y en los restaurantes y salas de venta.
- ✓ Se constató que solo 2 de 10 restaurantes entrevistados exhiben el logo del "Sello Azul" en su Menú y 17 de 19 en el acceso a sus locales.

4.1.5.2.3 *Análisis experto del Sello Azul*

Finalmente, se realizó un análisis experto sobre la marca "Sello Azul", obteniéndose las siguientes deducciones:

En términos generales

- En primer lugar, para establecer parámetro de análisis de "Sello Azul", se debe entender primero la función que debe cumplir toda marca o sello.
- La marca es el soporte que sintetiza todos los elementos que desea comunicar una empresa, programa o institución. Todo emprendimiento sostiene una serie de ideas y valores que desea poner en relevancia, estas ideas y valores son los elementos de identificación que idealmente deben proyectarse en la imagen corporativa.
- La imagen corporativa, se termina construyendo por todas las formas con que el usuario o cliente que se relaciona con la organización. Así la experiencia del servicio, calidad, precio, atención, localización, y post venta, entre otros van configurando la imagen corporativa.
- Como se ha dicho, el elemento de síntesis principal de la imagen corporativa es la Marca Gráfica (o sello), llamada comúnmente "logotipo" o simplemente "logo", esto porque durante el tiempo se irá asociando a este elemento gráfico los valores que se pretenden sustentar y por tanto este elemento visual se termina transformando en el símbolo de dichos valores. La capacidad de soportar esta síntesis, es entonces una función vital de toda marca de buen rendimiento.
- Esta capacidad de soporte y síntesis simbólica está dada por cuestiones de orden morfológico. En lo principal, estas condiciones son:
 1. Fácil Lectura.
 2. Fácil Recordación.
 3. Posibilidad de ser Reproducida por diversos medios técnicos.
 4. Posibilidad de funcionar sin su color corporativo (Tonos de grises, blanco y negro, negativa).
 5. Escalable (soportar variaciones significativas de tamaño, por ejemplo, desde una tarjeta de vista hasta una gigantografía).
 6. Evocadora, en lo posible, del producto giro o servicio.
 7. Tendiente a la inmanencia.
- Puede incluir, de ser necesario, un "slogan" o texto secundario que la contextualice en su giro o servicio. Este texto, sin embargo, no es parte de la marca, y de ser necesario puede mutar o eliminarse en el tiempo.
- En definitiva, las variables señaladas se expresan en 3 elementos:
 - ✓ Nombre / Vocalización
 - ✓ Logotipo / Construcción tipográfica del nombre
 - ✓ Isotipo / Ícono

En términos específicos para el “Sello Azul”

A la luz del marco de los términos generales referidos, se puede inferir una serie de particularidades en la marca Sello Azul:



Aspectos cuestionables

- 1) **Dos logos distintos.** En la misma página web de SERNAPESCA se informa de dos (2) logos distintos, además no se incluye en esta página el Manual de Manejo de Marca requerida.
- 2) **Altamente confusa.** Para que una marca sea amigable en su lectura y recordable, debe ser tremendamente simple de modo resulte de alta pregnancia. El “Sello Azul” es en este sentido, es todo lo contrario, posee una serie de formas, dibujos, textos, texturas y códigos que la establecen como una pieza críptica y fácilmente olvidable.
- 3) **No se identifica.** Uno de los aspectos más llamativos de esta marca-sello es que en ningún momento dice lo que es: “Sello Azul”, es decir el receptor debe enterarse por otros medios que está ante la marca “Sello Azul”. Esta situación es una verdadera paradoja.
- 4) **Contiene una marca dentro de otra marca.** Aparece graficada la marca gubernamental SERNAPESCA dentro del Sello Azul. Este es un recurso utilizado en antiguos emblemas e insignias más bien cercanos a la heráldica, pero absolutamente a contrapelo de una marca moderna y eficiente.
- 5) **Eslogan aparecen como parte constitutiva de la marca.** “Aquí se apoya la pesca sostenible” y en el caso del otro logo “Consumo responsable – Aquí se apoya la pesca sustentable”. Esta es otra confusión. Como se expresó en los términos generales el *slogan* o texto secundario puede ir mutando en el tiempo, o de acuerdo al contexto de uso de la marca. Por tanto, es una muy mala estrategia incorporarlo al sello como una sola pieza.

Aspectos rescatables

- 1) La cromática es simple y sostiene una relación con el sentido de lo informado.
- 2) El pez aparece como un ícono digno de rescatar, debidamente jerarquizado y depurado de la saturación de elementos visuales que lo acompañan.

Síntesis análisis de la marca “Sello Azul”

La marca “Sello Azul” evidencia una cantidad significativa de debilidades que reducen dramáticamente su utilidad como pieza de comunicación. Quizás se puedan resumir sus errores en la buena intención de querer decir mucho y, por ese exceso, se termina produciendo “ruido” en términos comunicacionales, es decir, interferencias a la intención propuesta.

Si uno de los objetivos es posicionar los valores de Sello Azul en determinado(s) público(s) objetivo(s), resulta imperativo que dichos valores puedan ser cobijados por un elemento visual que cumpla con los estándares de comunicación propios de una marca de alto rendimiento bajo los parámetros ya descritos. Es importante para ello rescatar ciertos elementos ya conocidos del sello que pueden resultar valorables, como la cromática y quizás el ícono del pez, de modo exista una coherencia de lectura hacia una solución técnicamente mejor resuelta. Luego de ello se debe elaborar una Manual de Manejo de Marca, que norme las condiciones de uso de Sello Azul en diversos escenarios de reproducción.

4.1.5.3 Sistematización de las respuestas de las entrevistas realizadas.

De acuerdo con la información generada en las entrevistas con los Restaurant que poseen el “Sello Azul” descritas detalladamente en el Anexo 5, revelaron los siguientes aspectos relevantes para la gestión del sello en estos establecimientos:

- 1) Los Restaurant no están familiarizados con otros estándares de certificación internacional para Restaurant sustentables.
- 2) Se reconoce que el “Sello Azul” es una certificación que permite controlar el abastecimiento de recursos marinos para la gastronomía marina con respeto a las vedas y su procedencia.
- 3) Se reconoce que las razones para tener el “Sello Azul”, es para trabajar en su negocio con productos certificados y cumplir las normativas y muy pocos manifiestan que sea un sello diferenciador respecto a la competencia. Sin embargo, se reconoce, que les otorga prestigio y seguridad a sus clientes, porque se está trabajando con productos con trazabilidad y de cuidado con el medio ambiente.
- 4) Se detectó que la frecuencia de visitas de SERNAPESCA a los establecimientos con “Sello Azul” es esporádica. En contraste los locales señalan que son más frecuentes las visitas por parte del Servicio de Salud, de la Inspección del trabajo, de Carabineros de Chile y por las respectivas Municipalidades.
- 5) Se confirmó que la difusión del “Sello Azul” al interior de los establecimientos es deficitaria, lo más frecuente es la exhibición del logo del sello en la entrada del establecimiento. No obstante, en las redes sociales y /o en las cartas de menú es casi nula.
- 6) Se detectó que los consumidores de estos establecimientos, se interesan por conocer acerca del “Sello Azul” que exhiben en el establecimiento lo valoran, pero es transversal que ninguno de los establecimientos con “Sello Azul” dispone de la información ad-hoc que

permita transmitir a los consumidores información actualizada y oportuna del alcance de este sello.

- 7) En el ámbito de las propuestas de mejoramiento para la gestión del “Sello Azul” que proponen los entrevistados se distinguen las siguientes:
 - a. Capacitación para la gestión del “Sello Azul” a la cadena de distribución y comercialización que abastece a los Restaurant de gastronomía marina.
 - b. Campaña de difusión al público en general.
 - c. Acompañamiento en la gestión del “Sello Azul” de parte del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura.

4.1.6 Levantamiento de iniciativas similares y experiencia internacional

El presente apartado da cuenta de los resultados de una investigación orientada a conocer las mejores prácticas observadas en la implementación y operación de certificaciones de productos del mar a nivel mundial con relación a los procesos de generación y mantención de las certificaciones, situando el énfasis en la revisión de aspectos concernientes a la generación de esquemas de certificación, políticas de incentivo y trazabilidad

4.1.6.1 Análisis de la realidad Latinoamericana

En el caso de Perú, no existe un sello distintivo de sustentabilidad para el consumo responsable de pescados y mariscos, más bien cuentan con una red nacional de promoción del consumo de pescado con el objeto de incentivar y promover el crecimiento y la competitividad de las asociaciones pesqueras artesanales, así como las empresas que realizan actividad extractiva y/o comercial. Lo anterior, para lograr contar con una red nacional de distribución y comercialización. Este programa llamado “A Comer Pescado” (www.acomerpescado.gob.pe), está radicado en el Ministerio de la Producción, no obstante, cuenta con ayuda del sector privado que participan apoyando o con actividades relacionadas a

- Fomento a la producción pesquera para consumo humano directo.
- Fortalecimiento a la cadena de distribución y comercialización de productos pesqueros.
- Promoción al consumo de productos pesqueros.
- Educación alimentaria y nutricional a base de productos pesqueros.

Por su parte México, tampoco cuenta aún con un sello para la sustentabilidad de productos pesqueros, sin embargo el Consejo Mexicano de Promoción de los Productos Pesqueros y Acuícolas A.C (COMEPESCA), tiene una campaña llamada “Pesca con Futuro” (<http://pescaconfuturo.com>), que es un movimiento que tiene como objetivo difundir un mensaje de sustentabilidad en la producción pesquera y acuícola en México, mantener las poblaciones acuáticas en un nivel saludable y garantizar la satisfacción de la demanda mundial de alimentos marinos, para futuras generaciones a través de un solo mensaje: la sustentabilidad. Para ello realiza las siguientes acciones:

- Difundir a los consumidores la variedad de especies certificadas y períodos de veda
- Contribuir a difundir los esfuerzos del sector pesquero y acuícola en los procesos de certificación y en las mejoras en las artes de pesca y cultivo.
- Vincular a los productores comercializadores, restaurantes y consumidores para adoptar un compromiso colectivo de sustentabilidad.

Por otro lado, es importante mencionar que la Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (CONAPESCA) junto con la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), se encuentran actualmente preparando un Plan Nacional de Pesca y Acuicultura Sustentable 2019-2024, el cual busca combatir el rezago social de las comunidades costeras y ribereñas e impulsar la productividad y aprovechamiento sustentable de los recursos pesqueros del país (2019, Conapesca).

En julio del 2018 se crea en el Salvador la Alianza Latinoamericana para la seguridad alimentaria (ALPESCA) que reúne actualmente a asociaciones o cámaras de pesca industrial de Chile, Perú, Ecuador, México, El Salvador y Costa Rica, con el objetivo de promover una actividad pesquera sustentable, el desarrollo de la pesca industrial, de la acuicultura y sus actividades anexas, apoyando las actividades de sus asociados. Uno de los lineamientos de acción de esta alianza, es que las decisiones nacionales y regionales sobre la gestión de las pesquerías y la acuicultura deben sustentarse en evidencias científicas, razón por la que consideran conveniente que las autoridades competentes establezcan y fortalezcan, según sea el caso, sistemas de investigación autónomos relacionados con la pesca y la acuicultura. Por su parte, solicitaron a las autoridades y organizaciones nacionales y regionales velar por la sostenibilidad de pesquerías comercialmente importantes, especialmente las que muestran signos de disminución, entre otros, impulsando planes de manejo que se deben formular y ejecutar con participación intersectorial. En esa misma línea sostienen enfáticamente que es imposible mantener la sostenibilidad de nuestras pesquerías, mientras exista pesca ilegal, la cual debe combatirse y eliminarse en Latinoamérica y en el mundo entero a todo nivel. Es indispensable, en ese sentido, que las autoridades competentes tomen todas las medidas necesarias para asegurar el cumplimiento de las legislaciones y normativas vigentes. Los representantes gremiales, se comprometieron también a aunar esfuerzos para avanzar hacia la certificación de sus pesquerías para seguir mejorando los estándares de sustentabilidad y coincidieron en la necesidad de promover una comunicación mucho más proactiva, para que la población y las autoridades competentes conozcan el impacto positivo que tiene la actividad pesquera, en la generación de alimentos de calidad, salud, empleos directos e indirectos.

Lo descrito, representan los lineamientos generales de la citada Alianza y las referencias a la certificación están orientadas a procesos que certifican pesca sustentable durante los procesos de extracción de los recursos objetivos de la pesca y no tienen asociado a su gestión el fomento de sellos asociados al consumo responsable específicamente. Estos antecedentes que fueron ratificados, en comunicación personal por el Sr. Héctor Bachigalupo, integrante del equipo asesor de la dirección de esta Alianza.

4.1.6.2 Análisis de la realidad internacional en el mundo occidental

La primera parte de este apartado, se encuentra destinado a presentar un breve contexto mundial respecto del tema, para luego en la segunda parte hacer referencia a las políticas y estrategias vigentes actualmente en la FAO a este respecto. En la tercera parte del apartado, la investigación aborda la revisión de distintos modelos de certificaciones, que operan a nivel mundial y se analiza la experiencia de algunos casos internacionales de implementación de este tipo de certificaciones. Finalmente, se desarrollan algunas conclusiones generales y se esbozan algunas recomendaciones para el diseño e implementación de un modelo de gestión integral que incentive y promueva la consolidación de una certificación que sea útil a los objetivos del presente proyecto.

4.1.6.3 Contexto Mundial

La certificación ambiental es una forma de regulación y desarrollo ambiental donde una empresa puede elegir voluntariamente cumplir con los procesos u objetivos establecidos por el servicio de certificación. La mayoría de los servicios de certificación ambiental tienen un logotipo conocido como eco-etiquetado que se puede aplicar a productos certificados bajo sus estándares, vale decir, que son distintivos que nos ayudan a identificar aquellos productos, materiales o incluso servicios que han sido elaborados con prácticas que contribuyen al cuidado y la conservación del medioambiente, en este documento nos referiremos a ellos como sellos. Esto es visto en el mercado como una forma de responsabilidad social corporativa que permite a las empresas cumplir con su obligación de minimizar los impactos nocivos para el medio ambiente, siguiendo voluntariamente un conjunto de objetivos medidos y establecidos externamente. Muchas empresas creen que la implementación de programas de certificación ambiental puede conducir a una mejor imagen de la compañía y generar una ventaja competitiva (González & González, 2005). Esto generalmente, se logra mediante el uso de sellos ecológicos que se pueden utilizar en los productos de la compañía, lo que permite que el producto se destaque como producido de una manera ambientalmente racional.

Los sellos ecológicos asociadas con la certificación ambiental informan a los consumidores que el producto en cuestión ha sido verificado por un auditor externo perteneciente a una empresa especialmente establecida y reconocida para tales efectos. Por lo tanto, el certificado da una indicación de buenas prácticas y proporciona a la empresa una mejor imagen. Este enfoque permite a los consumidores dirigir su comportamiento de compra en una dirección más ecológica.

La certificación ambiental de productos del mar, se ha expandido rápidamente desde la primera experiencia de certificación de mariscos que apareció en el mercado hacia fines de la década de los noventa para promover la pesca sustentable. Desde esta primera experiencia, los modelos de certificación pesquera y de productos del mar han aumentado considerablemente impulsados principalmente por preocupaciones de organismos internacionales respecto de prácticas inadecuadas de manejo de la pesca, agotamiento de stocks y daño ambiental. En esta misma línea, en años recientes han surgido esquemas de certificación voluntaria que se basan en el medio ambiente y criterios de responsabilidad social.

Durante la última década, se han desarrollado numerosos sistemas de certificación y sellos de productos del mar orientados a incentivar la gestión sostenible de la pesca y la producción responsable de la acuicultura. Estos sistemas varían en su estructura, gobernanza y requisitos sustantivos, sin embargo, todos los que figuran reconocidos y creíbles se han basado en estándares de certificación independientes creados específicamente para evaluar su desempeño.

Por lo general, estos esquemas de certificación son respaldados por los consumidores a quienes se les incentiva a comprar productos con sellos de sustentabilidad, a través de programas de sensibilización principalmente en mercados de los países industrializados de Norte América y Europa. Se considera que los productos pesqueros certificados con sellos de sustentabilidad tienen efectos ambientales menores que productos similares sin sello, y permiten además a los consumidores tomar decisiones informadas sobre los alimentos que consumen.

Es probable que los problemas de acceso a los mercados aumentan con el creciente número de sellos voluntarios, pues este tipo de etiquetado se está convirtiendo en una parte obligatoria de las transacciones comerciales entre los principales productores y compradores, propietarios de marcas, cadenas de supermercados y otros minoristas como los restaurantes. El desarrollo de sellos como requisito previo para obtener contratos de importación en América del Norte y Europa, se han convertido en el costo, para posibilitar negocios con estos mercados en lugar de ser una base para la diferenciación de productos. Los estándares privados, se han convertido en herramientas para diferenciar a los *retailers* y sus productos en un mercado global cada vez más competitivo. Se estima, por ejemplo, que *retailers* como *Sainsbury's*, *IKEA*, *Whole Foods*, *Woolworths* y *Walmart* tendrán el 100% de su oferta con base en productos del mar sostenible hacia fines del año 2020.

4.1.6.4 Directrices de FAO para la Certificación de Productos del Mar

En respuesta a la proliferación de los sistemas de certificación de productos del mar, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, convocó a las partes interesadas para crear directrices para los sistemas de sello y certificación para la pesca y la acuicultura, estas son: *FAO Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Marine Capture Fisheries*; *FAO Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Inland Capture Fisheries* y *FAO Technical Guidelines on Aquaculture Certification*. Desarrollados entre los años 2009 y 2011, y respaldados por la FAO y sus países miembros, cada uno de los tres conjuntos de directrices establecen los aspectos sustantivos que la FAO ha determinado aceptables y que los sistemas de certificación deben abordar, junto con los procesos y sistemas de gobernanza que se deben adoptar al desarrollar y aplicar estándares de certificación. Dichos documentos se basan en el Código de Conducta de la FAO para la Pesca Responsable creado el año 1995 (FAO, *Code of Conduct for Responsible Fisheries*) y en la Lista de Verificación de John F. Caddy creada el año 1996.

El Código establece principios y estándares internacionales de comportamiento para prácticas responsables con el fin de garantizar la conservación, gestión y desarrollo efectivos de los recursos acuáticos vivos con el debido respeto por el ecosistema y la biodiversidad. El Código reconoce la importancia nutricional, económica, social, ambiental y cultural de la pesca, además de los

intereses de todas las partes interesadas de las industrias de la pesca y la acuicultura. El Código tiene en cuenta las características biológicas de los recursos y su entorno, los intereses de los consumidores y otros usuarios.

Por su parte, la Lista de Verificación de John F. Caddy representa un esfuerzo inicial para interpretar el Código y aplicarlo. A diferencia del Código, la Lista de Verificación no fue desarrollada formalmente ni aprobada por el Comité de Pesca de la FAO y, por lo tanto, no es una norma internacional ni fue concebida mediante un proceso de acuerdo entre partes interesadas, sino una herramienta que su autor recomendó usar de dos maneras:

- Como foco de discusión por parte de quienes gestionan una pesquería determinada para asegurarse que se aborden los aspectos más importantes al diseñar un sistema de gestión de la pesca.
- Como una lista de verificación de cumplimiento por parte de la pesquería de los requisitos establecidos en el Código, la cual puede actualizarse regularmente para confirmar si se está avanzando en la aproximación del sistema de gestión sugerido (Caddy Checklist).

Tanto la estructura como el texto incluido en las directrices, el código de conducta y la lista de verificación, dejan en claro que estas herramientas no constituyen por si solos estándares de certificación y por ende no deben ser utilizados en ese sentido, sino que establecen requisitos previos mínimos para un proceso de establecimiento de normas, que a su vez debe ser parte de un esquema de certificación creíble e independiente. Estos principios y criterios deben usarse como un instrumento de referencia para mejorar políticas gubernamentales y como orientación para la formulación de acuerdos internacionales, así como otras herramientas de política (FAO Code of Conduct, Article 2).

En la actualidad las directrices de la FAO, el Código de Conducta y la Lista de Verificación de John F. Caddy constituyen la base para la certificación privada de productos del mar de terceros. Por ejemplo, Global Trust ha utilizado estos documentos para crear una certificación de gestión responsable de la pesca responsable basada en la FAO (www.gtcert.com/fao-based), en virtud de la cual ha certificado el salmón de Alaska y otras pesquerías en nombre del *Alaska Seafood Marketing Institute* (ASMI) y el bacalao islandés para la Asociación de Pesca de Islandia. En el caso del *Alaska Seafood Marketing Institute*, la evaluación se realiza directamente contra el conjunto de principios internacionalmente acordados para la gestión responsable de la pesca, el código de conducta y las directrices de FAO.

El *Environmental Law Institute* (ELI), elaboró un documento llamado "*Seafood Certification based on FAO Guidelines and Code of Conduct: A Credible Approach?*" (ELI, 2012), en donde se realiza una revisión de las Directrices de la FAO, el Código de Conducta y la lista de verificación Caddy, aclarando que dichos documentos no se pueden usar directamente como estándares de certificación para un sistema de certificación de productos del mar, puesto que nunca tuvieron esta

intención. El objetivo principal del Código de Conducta de la FAO y la lista de verificación de Caddy es ayudar en la identificación de lagunas y debilidades en la gestión pesquera gubernamental. Específicamente, el Código, que se dirige principalmente a los Estados-Nación, establece principios para la pesca responsable y las actividades pesqueras, junto con principios y criterios para la elaboración e implementación de políticas nacionales, para la conservación responsable de los recursos pesqueros, gestión y desarrollo pesquero. Estos principios y criterios, deben ser utilizados como un instrumento de referencia, para mejorar las políticas gubernamentales y como orientación para la formulación de acuerdos internacionales, así como otras herramientas políticas.

Las organizaciones independientes y los gobiernos han estado utilizando el Código, la lista de verificación y las Directrices según lo previsto; por ejemplo, algunos certificadores y sellos ecológicos, como el *Marine Stewardship Council* y *Friend of the Sea*, afirman que sus normas y otros aspectos de sus sistemas de certificación se ajustan a las Directrices aplicables de la FAO. Del mismo modo, muchos gobiernos y organizaciones independientes han utilizado el Código de conducta y la lista de verificación para evaluar las fortalezas y debilidades de las reglamentaciones de ordenación pesquera.

4.1.6.5 ISEAL ALLIANCE

La ISEAL ALLIANCE es una asociación mundial de organizaciones que sustentan modelos de certificación establecidos sobre la base de estándares de sostenibilidad creíbles, que cumplen con códigos de buenas prácticas y promueven cambios medibles, a través de sistemas de certificación abiertos, rigurosos y accesibles, debidamente respaldados por organismos de acreditación internacionales que deben cumplir con las mejores prácticas internacionales aceptadas.

El trabajo que desarrolla la organización ISEAL, está principalmente orientado a apoyar el diseño y mantención de sistemas voluntarios de estándares de sostenibilidad por medio de: i) la definición de prácticas aceptables para estándares basados en acuerdos internacionales; ii) la entrega de orientación y experiencia sobre el establecimiento de estándares creíbles, el aseguramiento y la medición de impactos de sostenibilidad y; iii) la evaluación del cumplimiento de las buenas prácticas.

ISEAL promueve para el diseño de estándares de sostenibilidad un enfoque de trabajo colaborativo entre todas las partes interesadas y la aplicación de un conjunto de principios de credibilidad, sostienen que los esfuerzos de sostenibilidad son más creíbles cuando se incorpora a las empresas, ONG, gobiernos, comunidades de productores e instituciones de investigación y se les invita presentar su experiencia, enfoques e intereses, dando así una perspectiva más amplia y significativa al diseño, tomando especial relevancia esta forma colaborativa de trabajo en la fase de establecimiento de normas para garantizar que las prácticas sostenibles sean efectivas y alcanzables.

4.1.6.5.1 Principios de Credibilidad de ISEAL

Los principios de credibilidad sobre los cuales ISEAL sugiere sean diseñados los estándares de sostenibilidad para producir un impacto positivo a nivel social, ambiental y económico, y a la vez, reducir todo impacto negativo son los siguientes:

Sostenibilidad: Los propietarios de esquemas de certificación deben definir y comunicar claramente sus objetivos de sostenibilidad y la manera de alcanzarlos. Son ellos quienes toman las decisiones más convenientes para avanzar hacia el logro de este objetivo.

Mejora: Los propietarios de esquemas de certificación deben buscar comprender sus impactos, medirlos y demostrar su progreso hacia los resultados deseados. Incluyen regularmente en sus planes la capacitación y alientan a la innovación como medios para aumentar los beneficios para las personas y el medio ambiente.

Relevancia: Los estándares deben ser adecuadas para su objetivo y abordar los aspectos de más impacto con respecto a la sostenibilidad de un producto, proceso, empresa o servicio; sólo deben incluir requisitos que contribuyan a sus objetivos; reflejen la mayor comprensión científica y las normas internacionales más relevantes; y cuando sea necesario, que se adapten a las condiciones locales.

Rigor: Todos los componentes de un sistema de estándares deben estar estructurados para producir resultados de calidad. Los estándares, se deben establecer para un nivel de desempeño que resulte en un progreso medible de los objetivos de sostenibilidad del esquema, mientras que las evaluaciones de cumplimiento de los mismos dejarán ver si una entidad cumple con los requisitos del estándar.

Participación: La entidad que establezca los estándares debe involucrar a un grupo equilibrado y representativo de las partes interesadas en el desarrollo de dichos estándares. Los sistemas de estándares deben proporcionar oportunidades de participación real en la gestión, aseguramiento, supervisión y evaluación. Las partes interesadas se fortalecen con estos mecanismos justos para la resolución de reclamaciones.

Imparcialidad: Los sistemas de estándares identifican y mitigan los conflictos de intereses en las operaciones, en particular con respecto a la gestión y al proceso de aseguramiento. La transparencia, accesibilidad y la representación equilibradas también contribuyen a la imparcialidad.

Transparencia: Los sistemas de estándares permiten que esté disponible para todos, la información relevante sobre el desarrollo y el contenido de dichos estándares, cómo se gestiona el sistema, quién es evaluado y bajo qué proceso; información relativa al impacto y a los diversos modos que los interesados tienen de involucrarse en dichos sistemas de estándares.

Accesibilidad: Para reducir los obstáculos para su implementación, los sistemas de estándares minimizan los costos y requisitos excesivamente onerosos. Facilitan el acceso a la información sobre el cumplimiento con el estándar, capacitación y a recursos financieros, de modo tal de apoyar la generación de capacidades en todos los puntos de las cadenas de suministro y los agentes dentro del sistema de estándares.

Veracidad: Las indicaciones y comunicaciones, por parte de los agentes dentro de los sistemas de estándares y de las entidades certificadoras, sobre los beneficios o impactos que deriven del sistema, o de la compra o uso de un producto o servicio certificado, son veraces, no resultan engañosas, y permiten realizar una decisión informada.

Eficiencia: Los sistemas de estándares están referidos o colaboran con otros esquemas creíbles para mejorar la coherencia y eficiencia de sus contenidos y las prácticas operativas. Estos mejoran su viabilidad mediante la aplicación de modelos sensatos de ganancias y estrategias de gestión organizativa.

4.1.6.6 The Global Sustainable Seafood Initiative

La *Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI)*, es una organización pública privada que actúa a nivel mundial cuya misión declarada es garantizar la confianza en el suministro y la promoción de productos pesqueros certificados, así como promover la mejora en los esquemas de certificación de productos pesqueros.

Dirigida por un directorio que representa la cadena de valor completa de productos pesqueros, ONG, gobiernos y organizaciones internacionales, incluida la FAO, GSSI promueve la colaboración en todo el sector para impulsar productos pesqueros sostenibles, proporcionando para el efecto una herramienta instalada sobre una plataforma global multisectorial orientada a la verificación del cumplimiento de los esquemas de certificación y para el benchmarking colaborativo, la cual incentiva el intercambio de conocimientos en apoyo a los distintos programas de sostenibilidad presente entre sus miembros desde la perspectiva del impacto ambiental, económico y social (www.ourgssi.org).

La plataforma permite el reconocimiento formal de los programas de certificación de productos pesqueros, que cumplan con éxito el riguroso y transparente proceso de certificación propia del GSSI, que está sustentado sobre la base de las directrices de la FAO que incluyen el Código de Conducta de la FAO para la Pesca Responsable, las Directrices de Etiquetado Ecológico de la FAO y las Directrices Técnicas de la FAO para la Certificación de la Acuicultura.

La Herramienta se centra en cuatro ámbitos de acción: La gobernanza de los regímenes, la gestión operativa (incluyendo la cadena de custodia), las normas de certificación de la acuicultura y las normas de certificación de pesquerías.

El grupo de actores de la cadena de valor que participan en el proceso de *benchmark* y que a su vez son usuarios de la herramienta *Global Benchmark Toll*, son los que se detallan a continuación junto con una descripción del beneficio directo que obtienen.

Productores: La herramienta brinda a los recolectores y productores la oportunidad de elegir un esquema de certificación más adecuado para ellos, sin dejar de ser reconocido como robusto en el mercado global.

Procesadores y distribuidores mayoristas: La herramienta ofrece a los procesadores y distribuidores mayoristas más opciones en productos del mar certificados y creíbles. Facilita el acceso a la cadena de suministro, lo que permite diversificar el abastecimiento y, por lo tanto, mejorar el suministro necesario para satisfacer demandas crecientes de productos pesqueros certificados.

Retail y Servicios de Alimentos: La herramienta brinda a los minoristas y proveedores de servicios de alimentos un nivel adicional de seguridad en su abastecimiento certificado de productos del mar. Esta garantía crea más opciones en el mercado y garantiza la confianza en los productos. También permite una toma de decisiones más informada y simplificada, así como datos globalmente consistentes y centralizados para guiar decisiones de compra.

Organizaciones Gubernamentales: Para las organizaciones gubernamentales que promueven el desarrollo sostenible para el sector de productos del mar y para aquellos cuyos medios de vida dependen de él, GSSI actúa como una asociación público-privada que conecta a los gobiernos, la industria y otros actores de la cadena de suministro, ayudándoles a cumplir con los compromisos internacionales.

Organizaciones no Gubernamentales: Para las ONG que defienden los océanos y los recursos marinos saludables, GSSI proporciona una plataforma global de multisectorial para la colaboración y el intercambio de conocimientos. Al mismo tiempo, la herramienta está ayudando a mejorar los esquemas de certificación existentes y a dar forma al desarrollo de nuevos esquemas de acuerdo con las directrices de la FAO acordadas internacionalmente.

4.1.6.7 Sellos ecológicos y certificaciones de sustentabilidad para productos marinos

Existen alrededor de 400 sellos ecológicos relacionados con diferentes productos en operación en el mundo, de los cuales cerca de 50 están relacionadas con la pesca y la acuicultura. Aunque el impacto de estos sellos no es uniforme en todos los mercados, especies o tipos de productos, su importancia ha aumentado en el contexto de garantizar la seguridad alimentaria, la calidad y la sostenibilidad del medio ambiente (Gopal & Boopendranath, 2013).

El sello de productos puede clasificarse de distintas formas y para el caso de los que son de origen marino, C. Deere (1999) establece tres categorías principales:

De primer grado: Son fijados por las empresas de acuerdo a sus propios estándares de producción. Los estándares pueden basar sus criterios sobre temas ambientales específicos, que el consumidor conoce a través de los medios o la publicidad. A esta forma de sello también se la puede denominar "autodeclaración".

De segundo grado: Las asociaciones de industriales establecen estos sellos para los productos de sus miembros. Los miembros fijan los criterios de certificación, a veces inspirándose en los conocimientos de las academias y organizaciones ambientalistas. La verificación del cumplimiento se logra mediante procedimientos de certificación de la propia industria o por el empleo de empresas externas de certificación.

De tercer grado: Están por lo general establecidos por un promotor privado ajeno a los productores, distribuidores y vendedores de los productos. Las organizaciones ambientalistas y de consumidores por lo general prefieren estos sellos, ya que dan mayor confianza en cuanto a que los intereses privados no interferirá en los criterios, y que los estándares se cumplirán estrictamente en base a procedimientos de certificación imparciales y verificables.

Por otro lado, de acuerdo a los atributos usados para la certificación, tres categorías de sellos se han reconocido (Chaffee *et al.* 2004):

De atributo único: Se centran generalmente en la protección de una sola especie.

De atributos múltiples orientados a los recursos: se centran en mantener la capacidad reproductiva de las poblaciones de peces, al limitar la sobrepesca y los efectos adversos en el ecosistema marino.

Etiquetas ecológicas de atributos múltiples: se centran en los aspectos medioambientales en todo el ciclo de vida del producto.

Existe una gran diversidad a nivel internacional de sellos y certificación en el sector pesquero, cada uno tiene sus propios criterios, procesos de evaluación, niveles de transparencia y patrocinadores. Por otra parte, las temáticas que cubren varían ampliamente considerando problemas de captura incidental, métodos y artes de pesca, sostenibilidad de las poblaciones, conservación de ecosistemas e incluso desarrollo social y económico. Con relación a los patrocinadores o desarrolladores de estándares y las características necesarias de certificación para la sostenibilidad de la pesca, estos también pueden variar entre empresas privadas, grupos industriales, ONG e incluso algunas combinaciones de partes interesadas, en donde algunos gobiernos incluso desarrollan sellos nacionales.

4.1.6.8 Descripción de los objetivos de los sellos ecológicos considerados en la certificación de pesca sustentable

4.1.6.8.1 *Friend of the Sea (FOS)*

FOS sigue las directrices de la FAO para el establecimiento del sello ecológico de productos pesqueros y solo certifica productos de poblaciones que no están sobreexplotadas. El estándar de responsabilidad social de FOS incluye la prohibición del trabajo infantil y trabajo forzado, estableciendo requisitos de seguridad.

Los criterios de FOS para la pesca de captura requieren el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- El stock objetivo no puede estar sobreexplotado.
- Los métodos de pesca no pueden afectar el fondo marino.
- La pesquería debe emplear un método selectivo de pesca que resulte en un máximo de 8% de descarte.
- No se deben presentar capturas accidentales de especies que se encuentren en la lista roja de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).
- La pesquería debe cumplir con las leyes y regulaciones aplicables.
- Se deben cumplir las normas de responsabilidad social.
- Se debe observar una mejora anual en la eficiencia del combustible.
- Las operaciones de captura de pesca deben cumplir con la trazabilidad de sus productos.

Por su parte, FOS establece tres categorías de requisitos para las certificaciones:

Requisitos esenciales: Los requisitos esenciales exigen un cumplimiento del 100% de los estándares, cualquier déficit requiere una acción correctiva dentro de tres meses como máximo;

Requisitos importantes: Se permiten seis meses para problemas complejos que requieren tiempo adicional para la corrección. El cumplimiento de los requisitos importantes es también obligatorio, pero la empresa que busca la certificación debe proponer un plan de acción para la certificación en lugar de tomar medidas inmediatas. El plan debe incluir un cronograma de implementación para cada medida correctiva.

Indicador recomendado: No es un requisito estricto, pero aparecerá en el informe de auditoría y se recomienda en la medida de lo posible cumplirlo.

4.1.6.8.2 *Marine Stewardship Council*

El *Marine Stewardship Council* (MSC) es el único programa de certificación y sello ecológico de pesquerías de captura salvaje que cumple con los requisitos de mejores prácticas establecidos tanto por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) como por ISEAL, la asociación mundial para estándares de sostenibilidad (www.msc.org).

Este programa se destaca por presentar estándares de certificación sobre la pesca sostenible y trazabilidad de los recursos marinos, cuya metodología de evaluación pesquera se centra en 3 pilares (FAO, 2011):

- Sostenibilidad del stock de peces: La actividad pesquera debe estar en un nivel determinado que asegure su continuidad en el tiempo
- Minimización del impacto sobre el medio ambiente: La operación pesquera debe manejarse de tal forma que mantenga la estructura, productividad, función y diversidad del ecosistema.
- Manejo efectivo: La pesquería debe cumplir con las normativas, reglamentos y tener un sistema de manejo que pueda responder antes circunstancias cambiantes.

Estos pilares son evaluados por un grupo de expertos, dirigidos por el organismo certificación, que examinará una serie de datos como lo son:

- Dato sobre las poblaciones de peces.
- Datos sobre desembarques, composición de la captura y efectos del método de pesca sobre el hábitat.
- Entrevistas mantenidas con las partes interesadas.
- Documentos e informes de carácter científico.

4.1.6.8.3 Iceland Responsible Fisheries (IRF)

El programa de certificación de *Iceland Responsible Fisheries* cumple con los requisitos internacionales más estrictos. Está basado en los artículos y los criterios sustantivos de los documentos de referencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), tales como el Código de Conducta para la Pesca Responsable (1995) y las Directrices para el sello ecológico de Pescado y Productos Pesqueros de la Pesca de Captura Marina (2005/2009).

El objetivo del programa es proporcionar a la industria pesquera una "Certificación de Gestión Responsable de la Pesca" al más alto nivel de aceptación del mercado, con el fin de demostrar un compromiso que comunicará a los clientes y consumidores respecto de la responsabilidad de los pescadores y Autoridades de ordenación pesquera y procedencia de peces de Islandia respondiendo a un esquema de estándares denominado (*Responsible Fisheries Management Standard*).

Los objetivos principales de este programa son:

- Adopción e implementación de un sistema de manejo de pesquerías estructurado, manteniendo los límites de pesca establecidos por la autoridad.
- El stock de peces objetivo no puede estar sobreexplotado. Esta información debe estar validada a través de investigación científica y evaluación de expertos.
- Preservar los principios de gestión de la pesca adoptados por la sociedad internacional.

- Documentar la pesca islandesa debidamente gestionada con la máxima garantía.
- Promover el consenso de la comunidad pesquera, en base a la disciplina en la gestión de la pesca.
- Limitar los efectos de la pesquería en el ecosistema.

Por otra parte, de manera similar al *Marine Stewardship Council*, este programa tiene dos estándares de certificación complementarios:

- Manejo de ordenación pesquera responsable de Islandia.
- Manejo de cadena de custodia para la gestión responsable de la pesca de Islandia.

4.1.6.8.4 KRAV

KRAV es un sello orgánico sueco de larga data, que ha desarrollado estándares para la pesca sostenible y luego ha desarrollado un marco para la certificación de las pesquerías de captura.

Los tres conceptos principales que establece la certificación KRAV para la pesca son el uso de métodos de pesca seguros, poblaciones sostenibles y trazabilidad.

Los objetivos principales a considerar en la evaluación de pesquerías, para su certificación consisten en evaluar si la pesca se realizará en poblaciones que están dentro de los límites biológicamente seguros, si el arte de pesca es suficientemente selectivo y si la especie objetivo contiene niveles anormales de toxinas ambientales (*Standards for KRAV- Certified Production 2019-2010 Edition*). Para ello, las normas KRAV consideran todos los aspectos desde la pesca hasta el desembarque.

Los elementos que son analizados para la certificación por parte de KRAV son:

- La pesca debe realizarse a partir de un stock sostenible y no debe exceder la capacidad de producción biológica del ecosistema.
- La embarcación debe realizar un impacto ambiental minimizado y buen manejo pesquero. Para ello, se deberá presentar documentación que muestre dónde estaba la embarcación pescando y el arte de pesca debe estar diseñado para limitar la captura incidental de aves, mamíferos y otras especies que no son objetivo.
- Se deben cumplir estándares para el bienestar de los peces.
- Minimizar el daño al medio ambiente y al fondo marino, mediante el uso de determinados combustibles y lubricantes permitidos.
- La pesca de arrastre está prohibida.
- Minimizar las emisiones de gases de efecto invernadero, a través de límites establecidos sobre la cantidad de combustible que puede usarse por kilo de pescado desembarcado.

4.1.6.8.5 Naturland Wildfish

El punto central de las Normas de *Naturland Wildfish* para la pesca sustentable reside en una certificación basada en criterios de sostenibilidad social, económica y ecológica (*Naturland Standards, 2019*):

Aspectos ecológicos:

- Las actividades de pesca deben realizarse de tal manera que la integridad del ecosistema se mantenga a largo plazo, tanto en lo que respecta a los stocks de las especies económicamente relevantes como a los otros componentes del ecosistema.
- La evaluación puede ser realizada tanto para el área geográfica destinada a la pesca o a la explotación de una determinada especie.
- La gestión pesquera debe ser compatible con el mantenimiento del stock.
- Las prácticas que generalmente se consideran perjudiciales o críticas desde un punto de vista ecológico tales como la captura de mamíferos marinos y tortugas marinas, el uso de venenos y explosivos en la pesca, junto con la pesca de arrastre están prohibidas.
- Se debe evitar o minimizar las capturas incidentales
- Fomentar el uso de medidas que ayudan a proteger el ecosistema acuático y / o especies individuales (por ejemplo, protección de colonias reproductoras).

Aspecto social y económico:

- Los proyectos pesqueros (especialmente los procesadores o exportadores de los productos pesqueros) tienen la responsabilidad no solo de que los pescadores cumplan con condiciones de trabajo justas, sino también de condiciones de vida adecuadas fuera del horario laboral.

4.1.6.8.6 Ocean Wise

Ocean Wise es un programa de conservación del Acuario de Vancouver creado para educar y capacitar a los consumidores sobre los problemas relacionados con los productos pesqueros sostenibles. *Ocean Wise* trabaja directamente con restaurantes, mercados, servicios de alimentos y proveedores para garantizar que tengan la información científica más actualizada sobre recursos marinos y ayudarlos a tomar decisiones de compra amigables con el océano. El logotipo de *Ocean Wise* junto a un menú o a productos del mar es una garantía de que el producto es una buena opción para mantener la vida marina saludable y abundante para las generaciones venideras (www.seafood.ocean.org).

Los principios que establece *Ocean Wise* para la certificación en la pesca son:

- Stock de peces sostenibles
- Minimizar el impacto ambiental en el hábitat y ecosistema
- Efectividad en la gestión

En este sentido, *Ocean Wise* define la sostenibilidad de recursos pesqueros en base a cuatro criterios:

- Abundante y resistente a las presiones pesqueras.
- Bien administrado con un plan de gestión integral basado en la investigación actual.

- Cosechado con un método que asegura una captura incidental limitada en especies no objetivo y en peligro de extinción.
- Cosechado de manera que limite el daño a los hábitats marinos o acuáticos y las interacciones negativas con otras especies.

4.1.6.8.7 *Nordic ecolabel o Nordic Swan*

El sello ecológico *Nordic Swan* es la etiqueta ecológica oficial en Noruega, Suecia, Dinamarca, Finlandia e Islandia. Corresponde a un sello neutral e independiente que garantiza un determinado estándar medioambiental. Solo los productos que cumplan requisitos ambientales estrictos sobre la base de evaluaciones objetivas, pueden mostrar el sello (FAO, 2001). Esto se realiza mediante un sistema de licencias voluntarias, en el que el solicitante acepta seguir ciertos criterios establecidos por el sello ecológico nórdico que incluyen argumentos ambientales, de calidad y salud, en cooperación con los grupos de interés. Cada uno de los países participantes tiene un organismo nacional para administrar la etiqueta y a su vez, cada organismo tiene una junta con representantes del gobierno, sindicatos de trabajadores, industria, comercio, organizaciones medioambientales y consumidores.

Al establecer los requisitos, el sello *Nordic Swan* evalúa el ciclo de vida completo de los productos, desde las materias primas hasta la producción, uso, eliminación y reciclaje. Además, tiene requisitos estrictos para productos químicos, reduciendo así la descarga de sustancias tóxicas al mar. Para el caso de los restaurantes y supermercados, los que deseen tener el sello ecológico *Nordic Swan*, deberán ofrecer pescado sostenible.

4.1.6.8.8 *Alaska Seafood Marketing Institute (ASMI)*

Es la asociación interprofesional que representa la industria pesquera de Alaska (ASMI, 2019). Con sede en Juneau, Alaska y oficinas en Seattle, Barcelona, São Paulo, París, Londres, Tokio, y Beijing, ASMI fomenta el consumo de los productos de mar de Alaska con programas de educación, investigación, publicidad y promoción en sus mercados principales.

La asociación no cuenta con un sello ecológico que certifica la pesca sustentable, sin embargo, eligió un modelo de Gestión Responsable de la Pesca (RFM) basado en el Código y Directrices de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), debido a que cumple con los más altos parámetros de referencia para una certificación creíble. Las evaluaciones se realizan directamente contra el conjunto de principios internacionalmente acordados más conocidos para la gestión responsable de la pesca, lo que son el Código de conducta de la FAO para la pesca responsable y las Directrices de la FAO para el etiquetado ecológico.

Este es un enfoque robusto, de sentido común, práctico y rentable, y permite a las pesquerías de Alaska cumplir con los criterios de la FAO para obtener una certificación creíble. Este programa también utiliza certificadores acreditados ante la Organización Internacional de Normalización (ISO) por un miembro de la Junta de Acreditación Internacional. El resultado es un modelo práctico,

verificable, transparente e incorpora los criterios y procedimientos descritos en el Código y Directrices de la FAO.

Dentro de la gestión sostenible de la pesca en Alaska (Grabacki, 2008), se pueden identificar los siguientes puntos:


- Evaluación de Stock anual, con científicos del Servicio Nacional de Pesca Marina, en colaboración con científicos del Consejo, universidades y el Departamento de Pesca y Caza de Alaska.
- Establecimiento de Cuotas de pesca
- Técnicas de ordenación pesquera, como por ejemplo el establecimiento de la actividad pesquera durante ciertos momentos o en ciertas áreas, restricciones en el tamaño de embarcaciones y restricción y prohibición de ciertas artes de pesca.
- Reducción de pesca incidental
- Protección de hábitats

Además, es importante señalar que todas las regulaciones de manejo pesquero y las decisiones de manejo deben hacerse cumplir, por cuanto las actividades y operaciones de pescadores, procesadores de mariscos, pescadores recreativos y otros recursos son monitoreados y controlados de manera apropiada.



4.1.6.9 Análisis comparativo de sellos ecológicos asociados a la pesca sustentable

Con el propósito de comparar los objetivos y alcances del Programa de Consumo Responsable y Pesca Sustentable (“Sello Azul”), implementado por el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura con respecto a la experiencia internacional, se seleccionaron 7 modelos de certificación con sello ecológico asociados a productos pesqueros de origen marino (Tabla 1). La selección de estos modelos consideró aquellos que cumplieran con ser reconocidos, de tercer grado, de atributo múltiple y participación voluntaria.

Tabla 23. Sellos para productos marinos.

	<p><u>“Sello Azul”</u></p> <p>El Programa de Consumo Responsable y Pesca Sustentable fue ideado, diseñado e implementado por el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura y tiene por objeto hacer partícipe a toda la comunidad de nuestro país en el cuidado y conservación de los recursos hidrobiológicos. Este programa promueve la extracción y consumo responsable de productos del mar, así como el combate a la pesca ilegal.</p> <p>www.SERNAPESCA.cl</p>
---	---

	<p><u>Friend of the Sea (FOS)</u></p> <p>Es una ONG sin fines de lucro comprometida con la conservación de hábitats marinos y costeros a través de pesca responsable y acuicultura. La certificación de FOS ha desarrollado diferentes estándares que se aplican a diversas especies ícticas y categorías de productos y servicios.</p> <p>www.friendsthesea.org</p>
	<p><u>Marine Stewardship Council (MSC)</u></p> <p>Es una organización internacional, independiente sin fines de lucro que establece un estándar para la pesca sostenible, gestionando un programa de certificación y sello ecológico para la pesca.</p> <p>www.msc.org</p>
	<p><u>KRAV</u></p> <p>Es un sello orgánico sueco de larga data, que ha desarrollado estándares para la pesca sostenible y un marco para la certificación de las pesquerías de captura.</p> <p>www.krav.se</p>
	<p><u>Naturland Wildfish</u></p> <p><i>Naturland</i> es uno de los principales certificadores en acuicultura orgánica que desarrolló un estándar de pesca sostenible que se llama <i>Wildfish</i>. El concepto de certificación de <i>Naturland</i> incorpora el uso sostenible de los recursos, así como aspectos ecológicos, sociales y económicos.</p> <p>www.naturland.de</p>

	<p><u>Iceland Responsible Fisheries (IRF)</u></p> <p>La Fundación <i>Iceland Responsible Fisheries</i> posee y opera la marca de <i>Iceland Responsible Fisheries</i>. El sello indica el origen de las capturas de peces en aguas islandesas y la gestión responsable de la pesca</p> <p>www.responsiblefisheries.is.</p>
	<p><u>Ocean Wise</u></p> <p><i>Ocean Wise Seafood</i> es un programa de conservación del Acuario de Vancouver, creado para educar y capacitar a los consumidores sobre la elección de productos marinos sostenibles.</p> <p>www.ocean.org</p>

En la Tabla 24, se muestran los 7 sellos de acuerdo a su cobertura geográfica, donde es posible observar que aquellos de cobertura internacional son *Friend of the Sea* (FOS), *Marine Stewardship Council* (MSC), KRAV y *Naturland Wildfish*, mientras que el “Sello Azul”, *Iceland Responsible Fisheries* (IRF) y *Ocean Wise* operan exclusivamente en el país de origen, vale decir en Chile, Islandia y Canadá respectivamente.

Tabla 24. Sellos según su cobertura geográfica.

Cobertura Geográfica	“Sello Azul”	FOS	MSC	KRAV	<i>Naturland Wildfish</i>	IRF	<i>Ocean Wise</i>
Nacional	X					X	X
Internacional		X	X	X	X		

Las organizaciones no gubernamentales (ONG) han sido pioneras en el desarrollo de sellos ecológicos en el sector pesquero, y un ejemplo de los modelos de certificación creados por ONG corresponden a: *Friend of the Sea* (FOS), *Marine Stewardship Council* (MSC), KRAV, *Naturland Wildfish* y *Ocean Wise* (Tabla 25). Junto con lo anterior, es importante destacar que en el caso de *Ocean Wise*, a diferencia del listado de sellos descritos en la Tabla 1, su orientación principal es mantener los océanos saludables y productivos, para lo cual con apoyo del Acuario de Vancouver realiza programas de diversos alcances como investigación científica, educación ambiental y

limpieza de borde costero entre otros, cuyos resultados son utilizados como antecedentes en la elaboración del programa de certificación sustentable de productos marinos.

Por otro lado, comparativamente el “Sello Azul” se diferencia del modelo de IRF, porque es diseñado y administrado por un organismo de gobierno, mientras IRF está bajo la Fundación *Iceland Responsible Fisheries* que es la encargada de la operación y gestión del programa de certificación de la Asociación de Pesca de Islandia.

Tabla 25. Etiquetas ecológicas según el origen de la organización.

Dueño / Operador	“Sello Azul”	FOS	MSC	KRAV	Naturland Wildfish	IRF	Ocean Wise
Gobierno	X						
Privado: Industrial						X	
Privado: Ambiental		X	X	X	X		X

4.1.6.10 Descripción de sellos asociados con la certificación de restaurantes, proveedores o minoristas de productos pesqueros que contribuyen a la sustentabilidad de la pesca.

4.1.6.10.1 *Friend of the SEA (FOS)*

El proyecto de restaurantes sostenibles de FOS selecciona y recompensa aquellos restaurantes y cadenas de comida que se abastecen de productos sostenibles del mar certificados por *Friend of the Sea*.

Los beneficios que ofrece FOS a los establecimientos que se unen al programa de restaurantes sostenibles corresponden a:

- Tener el espacio para sensibilizar sobre el consumo responsable a sus clientes.
- Obtener una posición creíble en el mercado sobre cuestiones de sostenibilidad.
- Beneficiarse de la visibilidad proporcionada por *Friend of the Sea* a través de una aplicación móvil dedicada al proyecto; sitio web friendofthesea.org y todas las actividades co-marketing. También reciben gadgets y material de marketing personalizado.

Para que un restaurante o cadena de catering obtenga la certificación de FOS, debe cumplir con lo siguiente:

- Un mínimo del 60% del número total (o, alternativamente, el peso total) de productos del mar servidos en el restaurante deben estar certificados como *Friend of the Sea* o Global Gap.
- Un mínimo del 90% del número total (o como alternativa, el peso total) de los productos del mar servidos en el restaurante deben estar certificados por cualquiera de los siguientes: FOS, Global Gap, MSC, ASC, BAP, *Organic*.

Por otro lado, cabe señalar que existen requisitos esenciales e importantes que se deberán cumplir en un 100% para que un organismo de certificación pueda certificar al restaurante.

4.1.6.10.2 Ocean Wise

Al hacerse miembro del *Ocean Wise Seafood Program*, un restaurante, proveedor o minorista de productos pesqueros podrá oficialmente ofrecer opciones sostenibles de productos del mar.

Para ello, el programa trabaja directamente con los interesados, para asegurarse de que tenga la información científica más actualizada con respecto a sus productos del mar, de modo que pueda tomar decisiones de compra amigables con el océano. El símbolo *Ocean Wise* en los menús o envases permite a los consumidores identificar y elegir fácilmente productos que garanticen la salud de nuestros océanos para las generaciones venideras.

Los pasos y antecedentes que se deben entregarse para aplicar al programa, están claramente descritos en la página web <https://seafood.ocean.org/> y estos corresponden a:

1. Antecedentes generales: Información de contacto y de la empresa.
2. Evaluación de productos marinos: Con el apoyo del programa *Ocean Wise* y su proveedor, se evaluarán los productos marinos que se están utilizando actualmente. Se recopiló la información sobre el nombre de la especie, así como sobre cómo y dónde se cosechó.
3. Cuota anual: Se deberá pagar una cuota anual de membresía (\$300 dólares canadienses más impuestos).
4. Aprobación de marca: Se tendrá acceso para usar los sellos *Ocean Wise*, para identificar los productos aprobados. Todo uso de los logotipos y símbolos debe ser primero probado y aprobado por el personal.
5. La formación del personal: Se brindará capacitación al personal, de modo que puedan explicar el programa, sus objetivos y el significado de los sellos. Las sesiones de capacitación y los materiales están disponibles en línea, en persona (según su ubicación) o en un seminario web.
6. Socio completo: Una vez que se completen estos pasos, la empresa será considerada un socio oficial de *Ocean Wise* y aparecerá en el sitio web y aplicación para teléfonos inteligentes.

4.2 Resultados del objetivo específico 2

Para el cumplimiento del Objetivo Especifico 2, denominado “Desarrollar una propuesta de mejora para el “Sello Azul”, en base a las brechas detectadas en el diagnóstico del consumo responsable y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA”, se ha obtenido el siguiente resultado ***“Propuesta de mejora del “Sello Azul” y estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de Sernapesca”***, el cual está dividido en los siguientes capítulos.

4.2.1 Propuesta de mejora para el “Sello Azul”

Desarrollar una propuesta de mejora para el “Sello Azul”, en base a las brechas detectadas en el diagnóstico del consumo responsable y una estrategia de vinculación con la plataforma de trazabilidad de SERNAPESCA.

Los resultados descritos en el objetivo 1 que se derivan del mapeo de actores; diagnóstico institucional, y de los usuarios del “Sello Azul” y la encuesta realizada a nivel nacional, para describir el consumo nacional de pescados y mariscos y el levantamiento de iniciativas similares al “Sello Azul” a nivel internacional, fueron presentados y analizados en el taller del 25 de septiembre del 2019, ver Apartado N del Anexo 1, se adjunta en el Anexo 7 la PPT que se utilizó para validar los resultados del diagnóstico.

Las principales consideraciones a los contenidos descritos del diagnóstico fueron las siguientes:

1. El representante de la Cooperativa de Ferias Libres, subraya que falta considerar con mayor énfasis las ferias libres y argumenta que de las 23.000 toneladas de productos hidrobiológicos que se vende por año, cercano a 16.000 toneladas son vendidas en ferias libres en la Región Metropolitana en 1.500 puntos de venta.
2. En esta línea se argumenta que, además, deberían ser más consideradas las caletas (p. ej. pensar en caletas certificadas). El Programa “Ruta de las caletas” del Fondo de Fomento para la Pesca Artesanal, en la actualidad fusionados con el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal, es la instancia clave, para promover esta iniciativa.
3. Se identifica que es una incoherencia que en el caso de los restaurantes que están asociados al “Sello Azul” no estén incorporados en el sistema de trazabilidad, puesto que podría contrarrestar la credibilidad de este Sello.
4. Por parte del sector privado (CENCOSUD) se hace alusión de que se requiere una revisión de las políticas de facilitación del cumplimiento. En relación directa a ello, se estima que es necesario:
 - i. Fortalecer el acompañamiento en la gestión del “Sello Azul”.
 - ii. Fortalecer capacidades de los usuarios del “Sello Azul” (capacitaciones, instancias de intercambio con otros usuarios).
 - iii. Auditorías preventivas, en la actualidad en los establecimientos con “Sello Azul” la fiscalización, se realiza en base a la “gestión de riesgo”, es decir, se tiende a no fiscalizar aquellos establecimientos que son evaluados con un menor riesgo, categoría en la cual califican los establecimientos con “Sello Azul”.

5. En complemento, al punto anterior se estipula que, para cumplir efectivamente con el objetivo del "Sello Azul", se requiere de un acompañamiento del SERNAPESCA, en términos de información de los recursos pesqueros de su legislación de manejo y de su estado de conservación.
6. Se concluye, además que es fundamental una alianza estratégica con el Servicio Nacional de Turismo, puesto que esta institución administra un sello de sustentabilidad turística denominado Sello S y podría avalar al "Sello Azul", para su uso en la red de restaurant asociados directamente al turismo o en establecimientos de hospedería con servicio de restaurante. Se advierte de parte de la representante del Ministerio de Medio Ambiente esperar, puesto que el Sello S está en proceso de revisión.
7. Se recomienda revisar las experiencias con las cuales cuenta la aduana de Chile con relación al concepto "Operador económico autorizado".

Con las recomendaciones y alcances descritos al diagnóstico analizado del objetivo 1, el equipo del proyecto elaboró una propuesta que implica una versión mejorada del "Sello Azul", en sus aspectos conceptuales, estratégicos y operativos.

En la Figura 11, se describe que el "Sello Azul", debe estar basado en la premisa que los sellos son instrumentos para fomentar el consumo sustentable, entregando información a los actores de la cadena productiva y orientando que los productos estén asociados a buenas prácticas en su proceso de obtención. En el caso del "Sello Azul", se considera que promueve el consumo responsable, puesto el consumidor más allá de considerar precio y calidad, podrá adquirir pescados y mariscos de origen legal en los establecimientos especializados distinguidos por el Sello, es decir con respeto y atención a la normativa que rige su manejo.

Los elementos estructurales del "Sello Azul" son los siguientes (Figura 11):

- Los lineamientos estratégicos asociados al Plan estratégico para el aumento de consumo de pescados y mariscos a nivel nacional, denominado del "Mar a mi mesa" promulgado por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura en el 2018 y la Mesa interministerial de consumo responsable liderada por el Ministerio de Medio Ambiente con su Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentables promulgado el 2014. El "Sello Azul" en ambas instancias, es considerado como un instrumento de gestión, para promover el consumo responsable.
- Los estándares de elegibilidad para los establecimientos de consumo y expendio de pescados y mariscos, deberían cumplir con:
 - ✓ i) Requisitos obligatorios de cumplimiento de legislación nacional asociados a los permisos de operación Municipal y Sanitario y cumplir con un año mínimo de operación como establecimiento del rubro.
 - ✓ ii) Requisitos de operación:
 - Disponer de un sistema de evaluación para el consumidor de los aspectos de origen de los pescados y mariscos que son ofertados por el establecimiento, así como sus aspectos sanitarios generales. Con un registro de sugerencias y reclamos.

- Mantener el logo del "Sello Azul" en forma permanente visible en el establecimiento
- Mantener un sistema de información básico de los productos marinos que expende o vende directamente que oriente al consumidor en aspectos de origen, lugar de pesca y estado de explotación.
- ✓ Exhibir a los consumidores la política de abastecimiento responsable de pescados y mariscos que ofrece, disponible para la comunidad e internalizado en el personal del establecimiento.
- ✓ Una "caja de herramientas" compuesta por el control de las obligaciones derivadas de los criterios de elegibilidad; un plan comunicacional orientado a difundir a los consumidores el sentido y alcance del Sello y para mantener información permanente con los usuarios del Sello de parte del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura de modo que fortalezcan su gestión del sello en todo su alcance como un elemento clave para facilitar el cumplimiento de sus obligaciones que requiere el Sello y el cumplimiento de aspectos sanitarios asociados la Código Sanitario de los Alimentos.

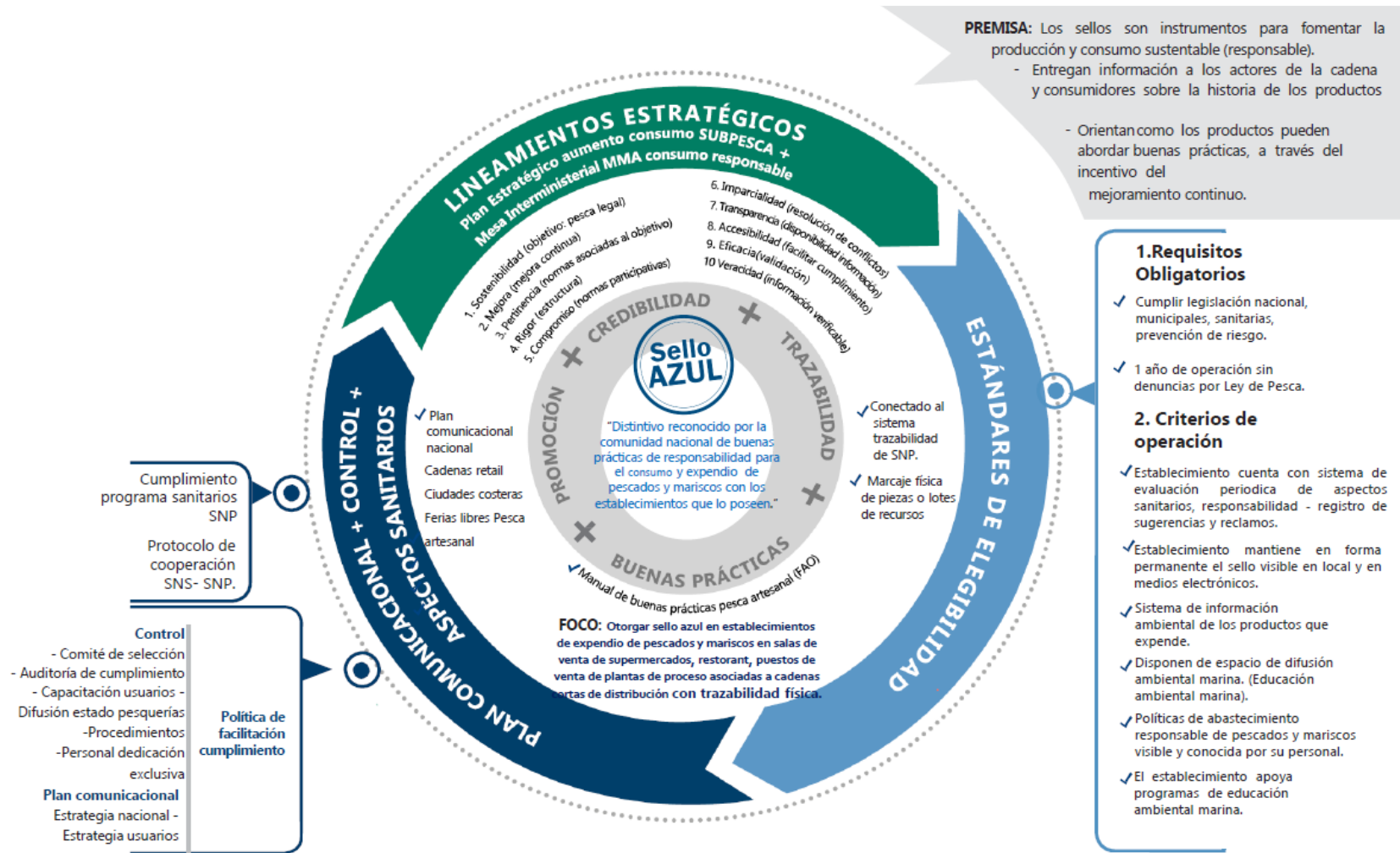


Figura 11. Descripción de los lineamientos estratégicos y atributos de la nueva versión del "Sello Azul". Fuente: elaboración propia.

En términos generales, la gestión coordinada de los 3 aspectos estructurales descritos permitirá que el "Sello Azul" pueda en una lógica de mejoramiento continuo, fortalecer su quehacer y adquirir resiliencia para adaptarse a las nuevas tendencias y/o orientaciones estratégicas de consumo responsable.

En la perspectiva de los atributos que debe caracterizar el "Sello Azul" y que deben ser priorizados en su gestión son los siguientes (Figura 11):

Credibilidad de acuerdo con lo sugerido por ISEAL *Alliance*, a fin de que cumpla con los siguientes criterios:

- **Sostenibilidad:** Comunicar que el "Sello Azul" es un distintivo reconocido por la comunidad nacional de buenas prácticas de responsabilidad para el consumo o expendio de pescados y mariscos de origen legal, cuyo foco es el uso en salas de venta de supermercados, restaurante, casinos, puestos de venta de plantas de proceso asociadas a cadenas cortas de distribución con trazabilidad física.
- **Mejora:** El "Sello Azul" dispondrá de un sistema de verificación de cumplimiento de las obligaciones; capacitación y gestión de brechas para demostrar el progreso hacia los resultados deseados incluyendo regularmente planes la capacitación como medios para aumentar los beneficios para las personas y el medio ambiente.
- **Relevancia:** El "Sello Azul" incluirá requisitos que contribuyan al objetivo de promocionar buena practicas orientadas a incentivar el abastecimiento de pesca legal que refleje la mayor comprensión de las normas protección de los pescados y mariscos
- **Rigor:** El "Sello Azul" contendrá un sistema de gestión cuyos componentes son una comisión rectora y un cuerpo de auditores establecer acciones de medición de desempeño y evaluaciones de cumplimiento.
- **Participación:** La implementación y revisión de los criterios de elegibilidad será inclusivo y representativo de las partes interesadas en el desarrollo de dichos criterios
- **Imparcialidad:** La información de desempeño, los actores que componen los usuarios del "Sello Azul", el acceso a la información de los procedimientos y obligaciones, será transparente y oportuna.
- **Transparencia:** Los criterios de elegibilidad y los programas de auditorías, estarán disponibles para todos, así como se gestiona el sistema.
- **Accesibilidad:** El diseño para la implementación de los criterios de elegibilidad, no será oneroso y se apoyará la generación de capacidades en los puntos de las cadenas de abastecimiento y a los agentes usuarios del "Sello Azul".
- **Veracidad:** La información que se incorpore al plan comunicacional, así como las indicaciones técnicas para el cumplimiento serán veraces.
- **Eficiencia:** El "Sello Azul" dispondrá de alianzas estratégicas con otras iniciativas de certificación similares, a fin de que a través de análisis comparados pueda evaluar su propio desempeño, para mejorar la coherencia, eficiencia de sus contenidos, las prácticas operativas y la estrategia de gestión organizativa.

Trazabilidad definida según la Comisión del *Codex Alimentarius* como "la capacidad de seguir el movimiento de un alimento a través de etapas específicas de producción, elaboración y distribución". En el caso del "Sello Azul" deberá estar directamente conectado con el sistema de trazabilidad implementado por el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura para el seguimiento del desembarque a través de la cadena de distribución y comercialización nacional. Es decir, los establecimientos distinguidos con el "Sello Azul" dispondrán de una aplicación computacional para registrar todos sus movimientos de abastecimiento de pescados y mariscos. Cabe destacar que, en la actualidad, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, dispone de un proyecto piloto en revisión jurídica para su licitación, para aplicar en las caletas de la pesca artesanal un procedimiento de trazabilidad para cadenas cortas asociadas a establecimientos de consumo y expendio de pescados y mariscos. Cabe destacar que una vez disponible el diseño del proyecto, será incorporado en el marco de este proyecto.

Finalmente, en las Figura 12 se describe que el objetivo del "Sello Azul" en coherencia con los planteamientos descritos precedentemente es: Promover el consumo responsable de recursos marinos, a través de la implementación de un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal en establecimientos de expendio y consumo, asociado a cadenas cortas de distribución que facilitarían su control e implementación, en restaurante, caletas de la pesca artesanal, casinos, salas de venta de *Retail* y plantas pesqueras y carros de venta de ferias libres.

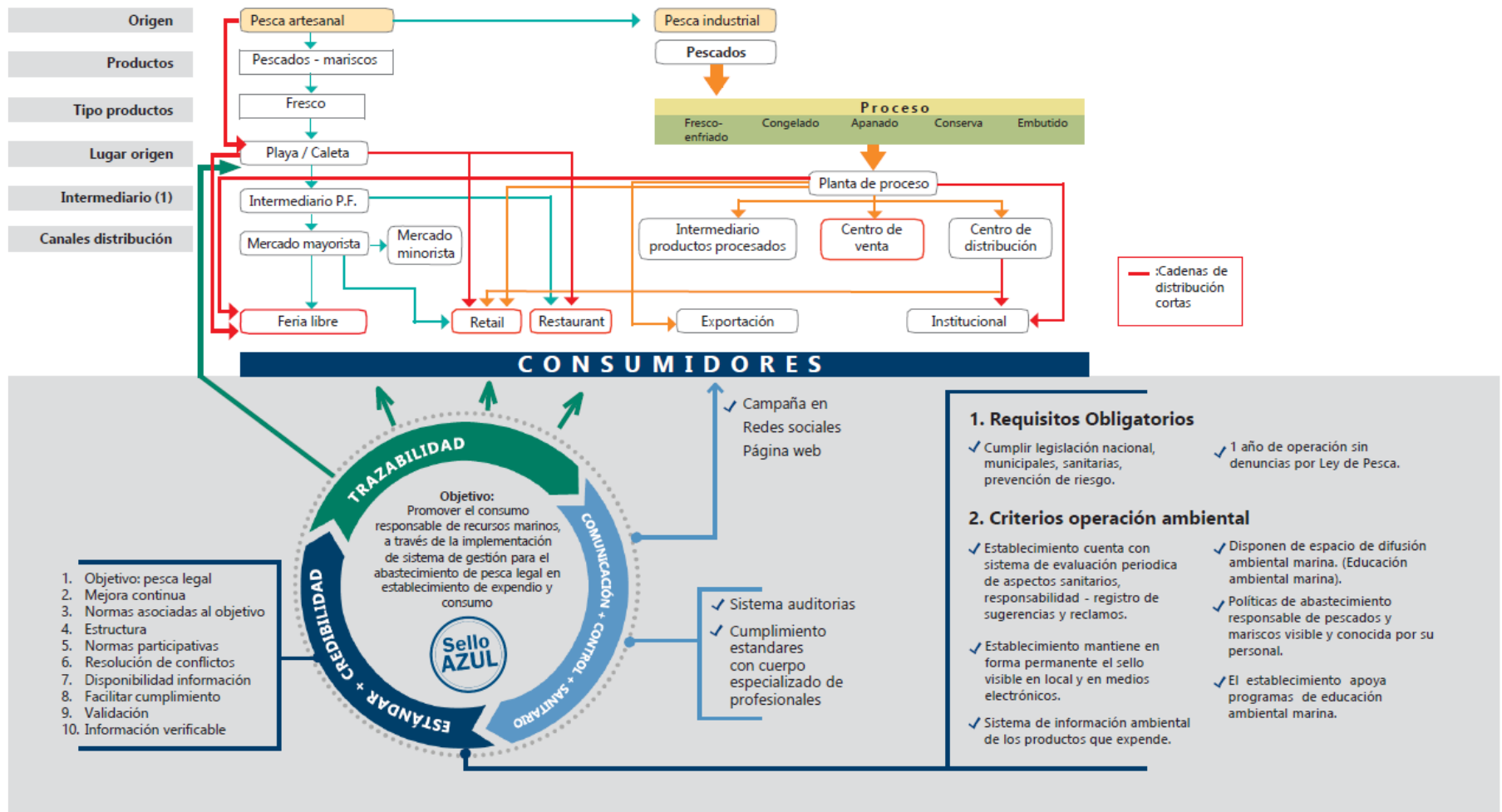


Figura 12. Descripción de la propuesta de posición de la nueva versión del "Sello Azul" en los establecimientos de consumo y expendio en las cadenas cortas de distribución y comercialización de los pescados y mariscos a nivel nacional. Fuente: elaboración propia.

La propuesta descrita de mejoramiento del "Sello Azul" fue presentada y analizada en el taller del 18 de octubre del 2019, en el Apartado O del Anexo 1 se adjunta una PPT que se utilizó para validar la propuesta de mejora del "sello Azul".

Las principales consideraciones a los contenidos descritos en la propuesta de mejora del "Sello Azul" fueron las siguientes:

- 1) Con relación al objetivo del "Sello Azul": Promover el consumo responsable de recursos marinos. A través de la implementación de un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal en establecimientos de expendio y consumo se valida
- 2) Se enfatiza que el sello debe destacar que "lo que se vende es de origen legal" y por lo tanto debería apuntar a facilitar la decisión de "¿a quién comprar?". Por lo anterior el grupo está en acuerdo con resaltar los aspectos "consumo responsable" y "pesca legal/ilegal". Lo anterior requiere de una campaña y comunicación clara.
- 3) No obstante, se destaca que "un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal" es difícil de abordar, mientras no haya garantías que permitan asegurar el abastecimiento completo de productos legales. Este aspecto resalta la importancia de la trazabilidad de los productos y los procedimientos y herramientas asociados.
- 4) El grupo concuerda que, en primera instancia, se requiere la revisión de la estructura del "Sello Azul" a nivel institucional (SERNAPESCA) y priorizar recursos para la implementación (estructura operacional, recursos financieros y humanos, atribuciones y alianzas estratégicas).
- 5) Se destaca la importancia de crear alianza con el Servicio Nacional de Salud, considerando que la implementación del Sello Azul debe ir de la mano con los aspectos sanitarios. Al certificar un establecimiento, se certificaría el origen del producto, pero no la calidad e inocuidad de éste. Por lo anterior, se podría enfrentar la situación de que los consumidores llegan a comprar un producto dañino desde un punto de vista sanitario, pero certificado con el "Sello Azul" ya que efectivamente es de origen de la pesca legal. Esta situación difícilmente será entendida por el consumidor, por lo que correría el riesgo de desacreditarse al no ir de la mano con estándares sanitarios.
- 6) El tema de la trazabilidad es visto como un aspecto clave, pero el mismo grupo está consciente de que garantizarlo requiere de un esfuerzo mayor (partiendo por la revisión de la estructura institucional del "Sello Azul"). Se reconoce la dificultad que implica tener que garantizar la trazabilidad a lo largo de una cadena de distribución (distribución múltiple y multinivel de un mismo producto à ejemplo de la presentación: 50kg iniciales son repartidos en 5x10kg a otro distribuidor y luego nuevamente son divididas, por ejemplo, en distintas ferias y/o restaurantes à cómo garantizar trazabilidad). Se recomienda a concentrarse en primer lugar en las ventas/distribuciones directas sin intermediario.
- 7) Se discute la posibilidad de elaborar una base de datos de proveedores que históricamente han tenido un comportamiento positivo respecto al cumplimiento de normas y entrega de información/trazabilidad (en vez de una "lista negra" que hoy ya se maneja, empezar a elaborar una "lista blanca"). Por parte de SERNAPESCA se indica que de cierto modo ya

tienen identificados a aquellos proveedores/establecimientos de venta con los cuales nunca han tenido problemas.

- 8) Más que hablar de “promoción”, el grupo coincide en que esta dimensión debería referirse más bien a lo que se podría llamar “sociabilización de otros actores”. La necesidad de “sociabilizar” con otros actores para una implementación exitosa del “Sello Azul” debería reflejarse en la misma estructura institucional (p. ej. considerar una unidad dedicada a esta tarea con herramientas y procesos establecidos).
- 9) Se requiere una campaña masiva y que perdure con una cierta frecuencia a lo largo del tiempo para sensibilizar al público objetivo y hacer conocido el “Sello Azul”. No basta colocar publicidad de manera puntual.
- 10) El empoderamiento del consumidor debería enfocarse en entregar información oportuna: p. ej. ¿cuándo consumir cuál producto? Se podría pensar en la creación de una aplicación que entregue información de los productos.

En términos generales, el enfoque y alcance de la propuesta de mejora del “Sello Azul” fue aprobado y cada uno de los puntos descritos precedentemente serán abordados en el siguiente apartado que desarrollará una estrategia de implementación.

4.2.2 Estrategia de implementación de la propuesta del nuevo modelo “Sello Azul”

Consistente con lo planteado en el esquema virtuoso del “Sello Azul” (Figura 11), en el presente capítulo se define una estrategia para la implementación del nuevo modelo propuesto, abordando para el efecto aspectos relacionados con la cobertura, institucionalidad, estructura organizacional, proceso de trazabilidad y el proceso de difusión y promoción, todos los cuales configuran la interacción del nuevo modelo con el entorno público y privado, permitiendo así la operacionalización del “Sello Azul”. Adicionalmente, se incluye una propuesta de etapas de implementación del modelo a nivel de todo el país.

4.2.2.1 Alcance y Cobertura del "Sello Azul"

El "Sello Azul" podrá operar en puntos de consumo y expendio de pescados y mariscos presentes a lo largo de toda la cadena de comercialización a nivel nacional, en todos aquellos establecimientos y territorios que sean capaces de demostrar que cumplen con los requisitos generales y operacionales establecidos para el Sello, distinguiendo los siguientes grupos objetivos:

- Grupo 1) Establecimientos para consumo directo de productos preparados: restaurantes, hoteles y cocinerías en caletas.
- Grupo 2) **Establecimientos para expendio de productos frescos y procesados:** supermercados, terminales pesqueros, puestos de venta en caletas y salas de ventas asociadas a plantas procesadoras.
- Grupo 3) **Ferias Libres:** puestos móviles de expendio de productos del mar.
- Grupo 4) Territorios adscritos a la Ley de Caletas.
- Grupo 5) Casinos institucionales y casinos adscritos al sistema de alimentación escolar.

Para fines de la estrategia de implementación, cada uno de estos grupos tendrá un plan de acción distinto que se desarrollará en etapas graduales respondiendo a la factibilidad de la trazabilidad y riesgo de sus agentes.

4.2.2.2 Modelo de Gestión para la Administración del "Sello Azul"

Para todos los fines de gobernanza, gestión, difusión y fiscalización del modelo de certificación asociado al "Sello Azul", su institucionalidad estará radicada en el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, contando para el efecto con la siguiente estructura funcional optimizada:

4.2.2.2.1 Nivel Estratégico

Este nivel se encuentra concebido para la alta dirección del modelo de certificación del Sello y operaría a través de un Comité Rector, instancia que sería responsable de las funciones de planificación, dirección estratégica y evaluación del "Sello Azul".

Este Comité Rector sesionaría cuatro veces al año para fines de analizar el estado de avance del plan de acción y para fines de resolución de conflictos y eventuales corrección de normas y procedimientos. Adicionalmente, sesionaría una vez al año en un formato ampliado en una reunión multisectorial para dar cuenta del estado de avance y consecución de las metas establecidas para el "Sello Azul".

El Comité Rector estaría conformado por las siguientes instancias:

- Director(a) Nacional del SERNAPESCA
- Representante de Subsecretaría de Pesca
- Subdirector (a) de Pesquerías del SERNAPESCA
- Jefe (a) del Depto. de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera del SERNAPESCA.

4.2.2.2.2 Nivel Táctico

A nivel táctico operaría una instancia denominada Comité Técnico, la cual estaría encargada de las siguientes funciones:

- Proceso de selección, control y evaluación de los usuarios del "Sello Azul";
- Programación del proceso de auditoría;
- Diseño y programación de actividades de difusión y promoción;

Este Comité Técnico sesionaría dos veces al año para fines de programación de auditorías y planes de difusión y promoción del Sello, y una vez al mes para fines de desarrollar el proceso de selección de interesados en obtener el Sello y para la evaluación de sanciones.

El Comité Técnico estaría conformado por las siguientes instancias:

- Jefe (a) del Depto. de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera SERNAPESCA.
- Jefe (a) del Depto. De gestión de la Información (GIA) SERNAPESCA.
- Representante del Depto. de Tecnologías de Información y Comunicaciones SERNAPESCA.
- Encargado (a) Unidad de Gestión del "Sello Azul" SERNAPESCA.
- Analista Unidad de Gestión del "Sello Azul" SERNAPESCA.

4.2.2.2.3 Nivel Operativo

El nivel operativo corresponderá a la instancia de administración y gestión del "Sello Azul", cuyas funciones serían asumidas por una unidad organizacional instalada bajo el alero de la Subdirección de Pesquerías al interior del Departamento de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera, la cual se denominaría Unidad de Gestión del "Sello Azul". La Unidad de Gestión del "Sello Azul" tendrá a su cargo tres macro procesos principales:

- Selección y evaluación de usuarios;
- Comunicaciones, difusión y promoción;
- Gestión y evaluación de auditorías.

Estos tres macro procesos se desarrollan a partir de la ejecución de las siguientes funciones que serían responsabilidad de esta Unidad de Gestión:

- Preparar anualmente el presupuesto de la unidad;
- Generar informes de control de gestión trimestralmente;
- Generar y mantener vínculo permanente con el ecosistema de sellos en Chile y el mundo
- Administrar permanentemente las solicitudes de certificaciones por parte de usuarios;
- Presentar solicitudes de incorporación al Sello al Comité Técnico para su deliberación;
- Evaluación permanente de la conectividad del "Sello Azul" con el sistema de trazabilidad;
- Responder oportunamente consultas de parte de los usuarios y postulantes al "Sello Azul";
- Atender las consultas y solicitudes emanadas desde las direcciones regionales;
- Velar por el desarrollo y evaluación permanente del programa de auditorías;

- Velar por el cumplimiento del programa de difusión y promoción del “Sello Azul”;
- Mantener actualizada la información sobre el “Sello Azul” en la página del Servicio;
- Mantener información actualizada y disponible para usuarios del Sello respecto del estado de los recursos;
- Diseñar y comunicar noticias cortas sobre nuevas incorporaciones y alianzas del Sello;
- Convocar al Comité Técnico en caso de conflictos;
- Convocar al Comité Rector ampliado multisectorial una vez al año;
- Gestionar el mejoramiento continuo y velar por el buen desarrollo de los procesos y procedimientos asociados al Sello azul.

El seguimiento de las acreditaciones del Sello Azul debe ser a nivel regional con procedimientos regidos y controlados desde el nivel central de SERNAPESCA.

Esta unidad debiera estar constituida por tres personas; un Jefe(a) de Unidad y dos técnicos analistas, cuyas funciones más específicas debieran estar divididas en torno a los tres macro procesos principales.

En la Tabla 26 siguiente se muestra un resumen de la carga de trabajo de cada instancia asociada a la gobernanza y gestión del “Sello Azul”.

Tabla 26. Carga de trabajo asignada a las distintas instancias de gestión técnica y administrativa del “Sello Azul”. Fuente. elaboración propia.

Instancia Organizacional	Frecuencia de Trabajo
Comité Rector	Sesiones trimestrales
Comité Rector ampliado	Una vez al año
Comité Técnico permanente	Sesiones mensuales
Comité Técnico especial	Sesiones semestrales
Unidad de Gestión del “Sello Azul”	Dedicación exclusiva

4.2.2.3 Modelo de Trazabilidad

El modelo de trazabilidad debe ser considerado clave para que el “Sello Azul” cumpla con su objetivo, pues constituye el principal elemento generador de credibilidad del modelo de certificación.

El modelo que se propone implementar en apoyo al "Sello Azul" establece como elemento central de su diseño el establecimiento de un vínculo operativo y funcional entre los usuarios del Sello y sus proveedores, incorporando elementos que permiten la verificación física de la cadena de comercialización mediante el uso de tecnologías modernas para el etiquetado y seguimiento desde el origen a los puntos de consumo, fomentando la creación de cadenas cortas de comercialización que facilitan la trazabilidad.

En el contexto de la situación actual del modelo de trazabilidad del SERNAPESCA, donde los agentes de mayor riesgo se han identificado asociados a los desembarques de pesca artesanal, la presente propuesta establece como foco de atención del proceso de trazabilidad del "Sello Azul" la implementación de un protocolo de certificación de la pesca en las caletas mediante la estandarización de un proceso de empaquetamiento del desembarque en unidades o lotes de comercialización que puedan ser etiquetables con elementos de verificación. Cada etiqueta sería declarada por el receptor en el proceso de distribución o comercialización y trazable mediante el uso de la plataforma de trazabilidad actualmente vigente en SERNAPESCA.

El proceso de desembarque, eviscerado, empaquetado y etiquetado estaría sujeto a un protocolo de buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente perfectamente verificable construido a partir de un estándar especificado para el efecto por SERNAPESCA, con lo cual se daría inicio a un proceso de trazabilidad del recurso que se detiene en el momento en que el consumidor final abre definitivamente el paquete o lote.

Si en alguna de las etapas del proceso de comercialización el paquete o lote es fraccionado, el comercializador debe generar nuevas etiquetas para cada nuevo paquete o lote, incorporando en la nueva etiqueta la información que traía el recurso desde su origen para así dar continuidad a la trazabilidad.

Las Caletas que adhieran a la implementación de estas buenas prácticas y al proceso estandarizado de comercialización y a sus auditorías respectivas, serían distinguidas con el "Sello Azul".

Un segundo principio que se propone para este modelo de trazabilidad es la de herencia del "Sello Azul" a través de la cadena de comercialización, lo que se traduce en que el comercializador al final de la cadena podrá hacer uso del "Sello Azul" por el simple hecho de abastecerse con proveedores que ya poseen el Sello, situación que facilita la trazabilidad y el proceso de fiscalización toda vez que reduce el número de agentes a revisar en la cadena de comercialización.

Para el caso de los establecimientos comerciales del *retail*, plantas de proceso y locales asociados, el modelo de trazabilidad se mantiene conforme al esquema actualmente vigente en SERNAPESCA.

En la Tabla 27 se muestra un detalle de procedimiento de trazabilidad que se propone para cada uno de los usuarios objetivos identificados previamente en este mismo texto.

Tabla 27. Propuesta de Requisitos para el Proceso de Trazabilidad del "Sello Azul" por Segmento Objetivo.
Fuente: elaboración propia.

Segmento Objetivo	Requisitos para la Trazabilidad	Estrategia para Apoyar la Trazabilidad
GRUPO 1		
- Hoteles - Restaurantes - Cocinerías en caletas	- Proveedores con "Sello Azul" - Proveedores con "Sello Azul" - Caleta con "Sello Azul"	- Fomento de cadenas cortas - Fomento de cadenas cortas - Fomentar y facilitar en las caletas el cumplimiento de buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente.
GRUPO 2		
- Pescaderías en <i>Retail</i> - Terminal pesquero - Puestos ventas en Caletas - Salas de ventas en Plantas	- Generación de informes de compra y consumo de stock. - Proveedores con "Sello Azul" - Territorio de caletas con "Sello Azul" - Planta debidamente certificada con "Sello Azul".	- Facilitación del proceso - Fomento de cadenas cortas - Fomentar y facilitar en las caletas el cumplimiento de buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente.
GRUPO 3		
Puestos móviles en ferias libres.	Proveedores certificados con "Sello Azul" vigente.	Fomento de cadenas cortas de abastecimiento.
GRUPO 4		
Territorios adscritos a la Ley de Caleta.	Implementación y certificación de buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente.	Facilitar la adopción de buenas prácticas en todo el territorio de la Caleta.
GRUPO 5		
- Casinos Institucionales. - Casinos Sistema de Alimentación Escolar.	Todos los proveedores de productos del mar con certificación del "Sello Azul" vigente.	Fomento de cadenas cortas de abastecimiento.

4.2.2.4 Política de Difusión y Promoción

El proceso de difusión y promoción debe considerarse como un aspecto estratégico y central para el éxito del proceso de implementación y mantención en el tiempo del "Sello Azul". La política de difusión y promoción que se propone se basa principalmente en el concepto de la nueva Economía Participativa, donde las opiniones de los consumidores en las redes sociales generan sinergias que gatillan el éxito o fracaso comercial de los negocios.

La difusión y promoción del "Sello Azul" debe ser percibida por los usuarios del Sello como una ventaja competitiva, pues los diferenciaría dentro de sus industrias como promotores del cuidado de ambiental y del consumo responsable, luego el mensaje debe ser concebido de manera tal que genere incentivos suficientes para que las empresas busquen pertenecer al Sello.

Para la generación de la presente política se tuvo a la vista los estudios de casos internacionales mencionados y analizados en el capítulo anterior de este mismo texto y un documento del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente denominado "Guía mundial para elaborar afirmaciones ambientales, sociales y económicas eficaces, a fin de empoderar a los consumidores y facilitar su elección" (PNUMA, 2017).

4.2.2.4.1 Política de Difusión y Promoción del "Sello Azul"

a. Objetivos de la Difusión y Promoción

Las acciones de difusión y promoción del "Sello Azul" deben tener como objetivo principal buscar el empoderamiento de los consumidores con la idea del cuidado de los recursos marinos mediante una conducta de consumo responsable, instándolos a ser promotores del Sello entre la ciudadanía a través de sus comentarios en redes sociales y en encuestas de opinión y evaluación.

b. Principios Fundamentales para el Diseño del Mensaje

Los requisitos mínimos que deben cumplirse a la hora de proporcionar información sobre certificaciones a los consumidores son los principios fundamentales que se anuncian a continuación:

Principio 1: Fiabilidad

El principio de fiabilidad consiste en fundamentar las afirmaciones sobre una base fiable, entregando información exacta, veraz y consistente.

Principio 2: Pertinencia

Mencionar las principales mejoras en los ámbitos de acción del Sello, abarcando solo aspectos significativos, sin encubrir un eventual rendimiento deficiente del programa. Presentar beneficios reales del Sello que vayan más allá del cumplimiento de las leyes.

Principio 3: Claridad

Hacer que la información sea útil para el consumidor, estableciendo un vínculo exclusivo y directo entre la afirmación y el establecimiento que posee la certificación. Proporcionar información explícita y fácil de entender, definiendo claramente los límites de las afirmaciones.

Principio 4: Transparencia

Responder a la demanda de información del consumidor sin ocultar información importante. Dar a conocer la identidad del autor de las afirmaciones y el proveedor de los datos. Indicar la trazabilidad y el origen de las afirmaciones (métodos, fuentes, etc.).

Principio 5: Accesibilidad

Hacer que la información llegue al consumidor y no que este tenga que llegar a ella. Optimizar el acceso y la visibilidad de la información; afirmaciones fáciles de encontrar.

4.2.2.4.2 Público Objetivo

El público objetivo de los programas de difusión y promoción del "Sello Azul" dependerá de los segmentos específicos de consumidores de productos del mar que realizan sus compras en alguno de los espacios establecidos en cada uno de los grupos de potenciales usuarios definidos al inicio de este acápite. Luego, se debe tener en consideración al momento de diseñar el mensaje y el medio o canal de difusión, las características particulares del segmento específico que se desea impactar con la campaña comunicacional.

4.2.2.4.3 Alianzas Estratégicas

Con el objeto de potenciar la cobertura e impacto de los mensajes, se propone la formalización de convenios de cooperación para el acceso a la información general y específica de consumo responsable de pescados y mariscos entre el SERNAPESCA y los gobiernos locales, asociaciones de productores pesqueros y organizaciones de fomento del consumo alimentos y turismo.

Además, se sugiere la consecución de alianzas para fines comunicacionales y de promoción del "Sello Azul" con los siguientes organismos e instituciones:

- Ministerio de Educación
- Ministerio del Medio Ambiente
- Municipalidades
- Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, CODEMA.
- Asociación Chilena de Chef, ACCHEF.
- Confederación Nacional de Ferias Libres, ASOF.
- Asociación de Supermercados de Chile
- Federación de Turismo de Chile, FEDETUR.

- Corporación para la promoción del consumo de productos del mar, PROPESCA.
- La Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile, CONAPACH.
- Sociedad Nacional de Pesca, SONAPESCA.

4.2.2.4.4 Apoyo Comunicacional a los Usuarios del "Sello Azul"

Atendiendo parte de los requisitos de operación ambiental que se le exigirán a los usuarios del "Sello Azul" en cuanto a contar con un sistema de información ambiental respecto de los productos marinos que expende, el SERNAPESCA debe proveer en forma periódica información a través de medios digitales respecto del estado de cada recurso que se comercializa a nivel de todo el país.

Con una frecuencia mensual, el Servicio deberá publicar en algún espacio específico dentro de su página Web, datos sobre vedas, nivel de explotación de cada recurso, especies en peligro de extinción y eventuales alertas sobre incautaciones de pesca ilegal.

Los establecimientos poseedores del "Sello Azul" deberán ingresar periódicamente a la página del SERNAPESCA para obtener esta información, para luego actualizarla en su propia página Web y publicarla dentro del espacio al interior de sus establecimientos orientado a entregar información a sus clientes o bien en sus cartas o medios publicitarios de fácil acceso.

4.2.2.4.5 Plan de Difusión y Promoción

Con el objeto de difundir y promocionar el "Sello Azul" se propone el desarrollo de un programa comunicacional anual con frecuencias comunicacionales diarias, que considere principalmente medios digitales, radio y redes sociales. Para el diseño del programa se debe considerar la contratación de una empresa especialista en comunicación y medios digitales.

El programa debe considerar las alianzas estratégicas que se hayan hecho para fines de difusión y promoción del Sello, estableciendo para el efecto comunicaciones cortas y muy precisas para ser subidas a los medios digitales que disponga cada uno de las instituciones u organismos con los cuales se hayan firmado convenios o acuerdos de cooperación.

El diseño del programa debe considerar aspectos específicos para distinguir las comunicaciones entre los distintos grupos objetivos, para lo cual se propone una campaña para el grupo de establecimientos de expendio y consumo, y otra distinta dirigida a Caletas.

4.2.2.4.6 Focalización de los Programas Comunicacionales

En cuanto al mayor impacto que se pueda lograr en términos de cobertura y alcance de las comunicaciones, en la Tabla 28 se muestran las preferencias de lugares de compras de productos del mar a nivel de zonas geográficas en todo el país, información que permite focalizar los esfuerzos comunicacionales en ciertos puntos para obtener una mayor cobertura del público objetivo.

Tabla 28. Preferencias de lugares de compra de pescados y mariscos a nivel regional por zonas geográficas. Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta de Consumo Responsable, GDO Consultores 2019.

Ranking	Sur	Centro Sur	Norte
1	Supermercados	Supermercados	Caletas
2	Restaurantes	Restaurantes	Terminal Pesquero
3	Locales especializados	Caletas	Supermercados

De los datos contenidos en la Tabla 28, es posible observar una marcada preferencia por hacer las compras en supermercados y restaurantes en las zonas Sur y Centro Sur del país, mientras que en la zona Norte, la predilección de compra se traslada a las Caletas y Terminales Pesqueros.

Dado lo anterior, se propone que los énfasis comunicacionales en las primeras fases de difusión y promoción del “Sello Azul” se dirijan específicamente a los públicos objetivos que consumen en los puntos de ventas con mejor “performance” en cada zona geográfica.

Cabe señalar, que las preferencias de compras en Ferias Libres no aparecen con una mención importante en la encuesta, ello a pesar de constituir el lugar de venta de cerca del 40% de la pesca artesanal a lo largo de gran parte del país (Estudios SERNAPESCA, 2018), ello en gran parte debido a que el segmento objetivo de la encuesta apuntaba a familias con ingresos medios altos, cuyas conductas de compra no muestran normalmente preferencias de compras en ferias libres.

4.2.2.4.7 Etapas de la Implementación

Para el diseño de las etapas de implementación se debe tener en cuenta que el modelo de certificación del “Sello Azul” distingue dos áreas de intervención donde los esfuerzos y metodologías para la implementación del Sello serán distintas, por un lado, tenemos los establecimientos instalados donde se expenden y consumen productos del mar y por otro, los territorios adscritos a la Ley de Caletas.

Entendiendo que en la definición de las etapas de implementación habrá que hacer una diferenciación entre estas dos áreas de intervención, debemos establecer de todas formas una priorización de acciones para focalizar los esfuerzos iniciales de implementación. Para estos fines, se propone “*rankear*” cada grupo objetivo en base a los distintos niveles de implementación que tiene actualmente el Sello a nivel de cada uno de ellos, la factibilidad de implementación del modelo de trazabilidad que se adoptará en cada caso y los hábitos de compra y consumo de productos del mar en regiones y que fue relevado a partir de los resultados de la encuesta de

consumo responsable desarrollada como parte de la fase diagnóstica del presente estudio. Una revisión de las variables de priorización se muestra en la siguiente Tabla 29.

Tabla 29. Variables para priorizar intervención en fases de implementación (Fuente: Elaboración propia a partir de información obtenida desde estudios de SERNAPESCA y encuesta propia realizada on-line año 2019).

Grupo Objetivo	Nivel de instalación del "Sello Azul"	Nivel de complejidad para implementar trazabilidad	Preferencia como lugar de compra de consumidores	Puntaje para "ranking" de priorización *
1	Medio	Bajo	Alto	11
2	Alto	Muy bajo	Muy alto	14
3	Muy bajo	Alto	Muy alto	8
4	Bajo	Alto	Alto	8
5	Muy bajo	Bajo	Bajo	7

* Puntajes sobre la base de: - Instalación y preferencia de compra: Muy alto (5), alto (4), medio (3), bajo (2), muy bajo (1) - dificultad para trazabilidad: Muy alto (1), alto (2), medio (3), bajo (4), muy bajo (5)

Los resultados de la priorización muestran claramente que un trabajo con los grupos objetivos 1 y 2 muestran un mejor escenario para las intervenciones iniciales, y dentro de ellos, el caso del grupo 2 muestra el mejor escenario para el logro de objetivos de la implementación en el corto plazo.

El plan de implementación se propone entonces sea abordado en una fase inicial con énfasis en supermercados y restaurantes y luego un trabajo más paulatino con las caletas y ferias libres.

En la Tabla 30, se muestra una propuesta de plan de implementación por etapas abordando las dos áreas de trabajo previamente distinguidas.

Tabla 30. Propuesta de plan de implementación. Fuente: elaboración propia.

Fase	Actividad	Resultado esperado
Etapa 1	<ul style="list-style-type: none"> - Conformación del equipo de trabajo de SERNAPESCA para la gestión y administración del "Sello Azul". Primeras sesiones de trabajo del comité técnico para establecer programación del trabajo. - Diseño, creación y lanzamiento de página web con el nuevo "Sello Azul". 	<ul style="list-style-type: none"> - Resolución administrativa que crea la Unidad de Gestión y Administración del "Sello Azul" con el equipo y sus respectivos roles asignados. - Instalación de los puestos de trabajo de la unidad dentro del edificio de SERNAPESCA.

Fase	Actividad	Resultado esperado
		<ul style="list-style-type: none"> - Primera sesión de trabajo del Comité Técnico para aprobar plan de trabajo inicial. - Página Web destinada exclusivamente al "Sello Azul" operando en los servidores de SERNAPESCA.
Etapa 2	<p>Trabajo de diseño y planificación de programas de intervención a nivel del grupo objetivo 2, primero con énfasis en zona geográfica Centro Sur y luego en el Sur.</p> <p>De manera simultánea se debe trabajar en el diseño del plan comunicacional y en el establecimiento de alianzas para el apoyo en el proceso de difusión y promoción para este primer grupo objetivo.</p> <p>En el diseño de este primer plan de intervención se le debe pedir apoyo a personal del <i>retail</i> Cencosud que colaboró con este estudio. Idealmente se debiera firmar un acuerdo de cooperación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de trabajo para la primera fase de intervención para avanzar en la implementación del sello en supermercados del todo el país. - Plan comunicacional diseñado y con medios comprometidos para la difusión. - Acuerdo de participación y cooperación del <i>retail</i> firmado. - Pruebas y capacitaciones sobre el modelo de trazabilidad obligatorio.

Tabla 31. Continuación tabla anterior.

Fase	Actividad	Resultado Esperado
Etapa 3	Inicio de plan comunicacional y actividades de apoyo para la implementación en Supermercados zonas Sur y Centro Sur.	Cobertura de un 100% de los supermercados que aplican a los requisitos del "Sello Azul".
Etapa 4	<ul style="list-style-type: none"> - Programación de trabajo con restaurantes de las zonas Centro Sur y Sur. - Identificación y fomento de cadenas cortas de comercialización y abastecimiento para incentivar al grupo objetivo. Esto implica un trabajo previo de certificación con "Sello Azul" a un grupo de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de trabajo en detalle para la intervención en grupo objetivo 1, plan de acción concreto para contactar restaurantes e incentivar su postulación al "Sello Azul". - Plan piloto para el desarrollo de cadenas cortas con un grupo de restaurantes y proveedores de bajo riesgo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Inicio del diseño de un plan comunicacional específico para el grupo objetivo 1. - Diseño de plan de difusión vía capacitaciones masivas a dueños y administradores de restaurantes. Se debe pensar en el uso de <i>e-learning</i> para estos efectos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan comunicacional para el grupo objetivo 1 listo para su lanzamiento. - Planes de acciones concretas para iniciar proceso masivo de capacitaciones vía <i>e-learning</i>. - Primera información para apoyar a usuarios del sello con datos de estado de recursos, vedas, etc.
Etapa 5	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de programa de trabajo para el inicio del trabajo con grupos objetivos 3 y 4; Caletas y ferias libres. - Diseño de plan de Difusión y capacitación en buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente para Caletas. - Conformación de una mesa de trabajo con representante de ambos sectores para fines de coordinar instancias de apoyo y trabajo colaborativo. - Diseño de plan comunicacional para intervención en grupos objetivos 3 y 4. - Trabajo de promoción de creación de cadenas cortas de comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Programa en detalle de las acciones para las intervenciones en los grupos objetivo 3 y 4. Debe incluir un plan piloto inicial con caletas y ferias libres en las zonas Centro Sur y Norte. - Acuerdos de cooperación con conjunto de Caletas para plan piloto de incorporación y certificación de buenas prácticas de explotación. Este proceso debe incluir la implementación de exigencias sanitarias incluidas en la guía de buenas prácticas para extender la certificación respectiva. - Plan de alineamiento en cadenas cortas de comercialización entre ferias libres y caletas para fines de implementar "Sello Azul" en carros de expendio de pescados y mariscos en ferias libres. Aquí se puede apoyar esta iniciativa con el trabajo de la ONG <i>Future of Fish</i> que trabaja en Caletas de la región de Coquimbo en desarrollo de cadenas cortas. (este puede ser un primer plan piloto de rápida ejecución y serviría como caso demostrativo). - Primeras certificaciones con "Sello Azul" en Caletas.

4.2.3 Propuesta de Plan de Acción para la Puesta en Marcha del Sello Azul

En el presente acápite se define un plan de acción inmediato para la implementación de una fase inicial del nuevo Sello Azul destinada a poner en marcha aquellas actividades que no requieren de esfuerzos presupuestarios y que pueden iniciarse a partir de la información entregada en el presente informe de la consultoría y del material gráfico promocional que se entregará como resultado del proyecto.

En esta primera fase se sugiere abordar las siguientes actividades:

- Establecimiento de aspectos normativos Institucionales;
- Implantación del modelo de gestión para la administración del Sello Azul;
- Generación de una política de difusión y promoción del Sello Azul,
- Diseño de un Programa de Difusión y Promoción del Sello Azul;
- Desarrollo de un programa de Difusión y Capacitación interna;
- Generación de alianzas con organizaciones públicas y privadas;
- Preparación de la información de base que requerirá el nuevo Sello Azul;
- Lanzamiento de las primeras iniciativas comunicacionales por la vía de la página Web Institucional.

En los próximos acápites, se entregan detalles para abordar cada una de estas actividades y una propuesta de carta Gantt general.

4.2.3.1 Actividades Propuestas para la Primera Fase de Implementación

Cada una de las actividades propuestas para la primera fase de implementación del Sello Azul se describe a continuación:

4.2.3.1.1 Aspectos Normativos Institucionales

En una primera fase de puesta en marcha del nuevo Sello Azul, es fundamental asentar las bases normativas Institucionales que regirán esta nueva iniciativa estableciendo aspectos presupuestarios, relaciones funcionales dentro de la estructura organizacional, relación jerárquica, selección de los encargados de las distintas funciones, obligaciones de las direcciones regionales.

Para estos efectos, con los nuevos elementos de la propuesta del proyecto, se debe trabajar en la preparación de un documento que asiente las bases normativas, legales y administrativas bajo las cuales operará a nivel nacional y regional. Con esta información se deberá revisar la Resolución Exenta N° 4215 del 02.06.2016 de la Dirección Nacional del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, que aprueba el programa denominado "consumo responsable", que establece procedimiento para la colaboración de establecimientos comerciales, en el combate a la pesca ilegal.

4.2.3.1.2 *Modelo de gestión para la administración del Sello Azul (Aspectos de Estructura Organizacional)*

Para todos los fines de administración y gestión del nuevo Sello Azul, se deben implementar las instancias organizacionales y funcionales definidas al interior del Sernapesca, estableciendo en esta primera fase las personas encargadas, las instalaciones físicas dentro del edificio de la dirección nacional y luego llamar a una reunión para presentar el proyecto y un plan de trabajo anual para su validación.

4.2.3.1.3 *Preparación de la Política de Difusión y Promoción*

Como parte fundamental de la puesta en operación del nuevo Sello Azul, se debe considerar la preparación y validación a nivel de la Dirección Nacional de una política que defina las directrices de la difusión y promoción, documento donde se deben establecer los procedimientos y normas para el desarrollo de este proceso que será permanente y fundamental para la sustentabilidad del Sello.

Para la generación de esta política se debe tener a la vista el informe de la consultora donde se entregan lineamientos para este diseño, lo que incluye estudios de casos internacionales y citas de un documento del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente denominado "Guía mundial para elaborar afirmaciones ambientales, sociales y económicas eficaces, a fin de empoderar a los consumidores y facilitar su elección" publicado el año 2017.

El proceso de difusión y promoción debe considerarse como un aspecto estratégico y central para el éxito del proceso de implementación y mantención en el tiempo del Sello Azul. La política de difusión y promoción que se propone se basa principalmente en el concepto de la nueva Economía Participativa, donde las opiniones de los consumidores en las redes sociales generan sinergias que gatillan el éxito o fracaso comercial de los negocios.

La difusión y promoción del Sello Azul debe ser percibida por los usuarios del Sello Azul como una ventaja competitiva, pues los diferenciaría dentro de sus industrias como promotores del cuidado de ambiental y del consumo responsable, luego el mensaje debe ser concebido de manera tal que genere incentivos suficientes para que las empresas busquen pertenecer al Sello Azul.

4.2.3.1.4 *Diseño de un Programa de Difusión y Promoción*

El programa debe contemplar plan anual con frecuencias comunicacionales diarias, que considere principalmente medios digitales, radio y redes sociales. Para el diseño del programa se debe considerar la contratación de una empresa especialista en comunicación y medios digitales.

El programa debe considerar las alianzas estratégicas que se hayan hecho para fines de difusión y promoción del Sello, estableciendo para el efecto comunicaciones cortas y muy precisas para ser incorporadas en medios digitales que disponga cada uno de las instituciones u organismos con los cuales se hayan firmado convenios o acuerdos de cooperación.

Los énfasis comunicacionales en las primeras fases de difusión y promoción del Sello Azul deben dirigirse específicamente a los públicos objetivos que consumen en los puntos de ventas con mejor “performance” en cada zona geográfica, información que se encuentra disponible en detalle en el informe de la consultora. En el Anexo 9 (9.1 al 9.8) se adjuntan el material gráfico que describe los mensajes para la promoción del Sello Azul en formato de díptico, afiche, volante, gigantografía, luneta buses, luneta paraderos y logos.

4.2.3.1.5 Difusión y Capacitación Interna

Esta primera etapa debe contemplar el desarrollo de un programa de difusión y capacitación del nuevo Sello Azul a nivel de todo el país para los funcionarios de Sernapesca, estableciendo la obligatoriedad de participar a todas las jefaturas y a los encargados del Sello a nivel regional.

Para el desarrollo de esta actividad se puede utilizar la modalidad de capacitación a distancia a través de medios digitales apoyándose en un video explicativo y de difusión del nuevo Sello Azul que será entregado por la consultora como parte de este proyecto.

4.2.3.1.6 Establecimientos de Alianzas Estratégicas

Con el objeto de potenciar la cobertura e impacto del Sello Azul, se debe trabajar en la formalización de convenios de cooperación para el acceso a información general y específica sobre los programas de fomento del consumo responsable de pescados y mariscos entre el Sernapesca y los gobiernos locales, asociaciones de productores pesqueros, organizaciones que fomentan el cuidado del medio ambiente y con organizaciones que fomentan el turismo.

Además, se sugiere la consecución de alianzas para fines comunicacionales y de promoción del Sello Azul con los siguientes organismos e instituciones:

- Ministerio de Educación
- Ministerio del Medio Ambiente
- Municipalidades
- Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, CODEMA.
- Asociación Chilena de Chef, ACCHEF.
- Confederación Nacional de Ferias Libres, ASOF.
- Asociación de Supermercados de Chile
- Federación de Turismo de Chile, FEDETUR.
- ONG que se encuentren desarrollando programas de consumo responsable de pescados y mariscos (WWF, EDF)

Estos convenios de cooperación se sugieren sean adscritos a nivel de Dirección Nacional del SERNAPESCA y que deriven en un documento que lo respalde.

4.2.3.1.7 Preparación de Información de Base para Usuarios del Sello Azul

Dado que parte de los requisitos de operación ambiental que se le exigirán a los usuarios del Sello Azul será contar con un sistema de información ambiental respecto de los productos marinos que expende, en esta primera fase de implementación, se sugiere preparar los protocolos para que el Servicio genere y provea periódicamente de esta información a los usuarios del Sello a través de medios digitales.

Como se especifica en el diseño conceptual del Sello Azul, esta información debe estar disponible con una frecuencia mensual, el Servicio deberá publicar en algún espacio específico dentro de su página Web datos sobre vedas, nivel de explotación de cada recurso, especies en peligro de extinción y eventuales alertas sobre incautaciones de pesca ilegal.

Los establecimientos de expendio o venta de pescados y mariscos, deben asociar en el apartado de sus respectivas páginas web "sitios relacionados", el link que corresponda para acceder a la información descrita precedentemente. Además, deberán publicarlo en el espacio exterior o interior de los establecimientos para entregar esta información a sus clientes o bien en la cartas o medios publicitarios de fácil acceso.

4.2.3.1.8 Inicio de Campaña de Difusión

Una primera campaña de comunicación y difusión del nuevo Sello debe realizarse utilizando la página Web institucional, iniciativa que servirá para reforzar la difusión interna y para iniciar la divulgación pública de esta nueva iniciativa.

Se sugiere que este lanzamiento sea comunicado en la página Web con un titular y una explicación del proyecto por parte de la Directora Nacional y una mención de los colaboradores con los cuales se firmaran convenios de cooperación. Al igual que la actividad de difusión interna, se puede utilizar el video promocional que se entregará como parte de esta consultoría.

4.2.3.2 Programación de Actividades

En la Tabla 32 se contempla una programación en términos generales de las actividades propuestas para esta primera fase de implementación del Sello Azul para un periodo de seis meses.

Tabla 32. Programación de actividades propuestas para primera fase de implementación del Sello Azul.
Fuente: elaboración propia.

Actividad	Mes 1 y 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Establecimiento de aspectos normativos Inst.					
Implantación del modelo de gestión.					
Generación de una política de difusión y promoción.					
Diseño de un programa de difusión y promoción.					
Programa de difusión y capacitación interna.					
Generación de alianzas con organizaciones.					
Preparación de la información de base.					
Lanzamiento primeras iniciativas comunicacionales.					

Finalmente, la estructura y la implementación del nuevo modelo propuesto del Sello Azul, que considera la cobertura, institucionalidad, estructura organizacional, trazabilidad y el proceso de difusión y promoción, fue validado en un proceso de análisis conjunto, en 3 reuniones de trabajo (Anexos 10) con el equipo de profesionales y jefes del Departamento de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera y Pesca Artesanal, respectivamente de la Subdirección de Pesquerías del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura.

4.2.4 Análisis de factibilidad de implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul"

Se realizaron las siguientes acciones:

- Revisión normativa nacionales de patrones sanitarios.
- Levantamiento de información sobre iniciativas similares y experiencia internacional y su relación de estos otros sellos con estándares sanitarios.
- Organización de mesa de trabajo.
- Análisis de factibilidad de la implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul".

4.2.4.1 Revisión normativa nacionales de patrones sanitarios.

4.2.4.1.1 Reglamento Sanitario de los Alimentos

El Reglamento Sanitario de los Alimentos DTO.Nº977/96 (D.OF. 13.05.97) Actualizado a enero de 2019 en su capítulo TITULO XII referido a "Los Pescados", señala las condiciones de temperaturas que deben mantenidos el pescado fresco, fresco enfriado, congelados y ahumados, con el fin de conservarlos durante su distribución. Además, se referencian las características físico-organolépticas que deben cumplir estos productos. En relación a los locales de venta se señala textualmente "Todo local de venta que fraccione pescado con antelación al expendio deberá contar con un lugar adecuado para dicho propósito el cual deberá cumplir con lo establecido en el Título I del presente reglamento. El producto fraccionado, deberá manipularse respetando todas las normas de

higiene, procurando que su manipulación y exposición a condiciones ambientales desfavorables sea mínima". También se menciona que los pescados que se comercialicen para el consumo humano deben mantenerse refrigerados y estar exentos de parásitos y sus quistes. Finalmente, se hace mención a la cantidad máxima permitido de nitrógeno básico volátil total (NBVT) e histaminas de los pescados frescos, frescos enfriados y congelados.

En el mismo Reglamento Sanitario de los Alimentos en su capítulo TITULO XIII referido a "De los Mariscos", se señala en primera instancia que comprende a los moluscos, crustáceos, equinodermos, tunicados y otros. Desde el momento de su extracción se deberán adoptar las medidas necesarias para reducir la temperatura de los productos, a través de mecanismos adecuados, que no contaminen el recurso extraído. A su vez se señala las condiciones de temperaturas que deben mantenidos los mariscos frescos enfriados y congelados, con el fin de conservarlos durante su distribución. Además, se referencian las características físico-organolépticas que deben cumplir estos productos para evaluar el estado de su frescura. También se hace mención a la cantidad máxima permitido de nitrógeno básico volátil total (NBVT). En el caso de los mariscos además es muy relevante lo concerniente a la marea roja, para lo cual se señalan los niveles máximos de veneno paraltico de moluscos (VPM), veneno amnésico de los mariscos (VAM) y que no puede dar positiva la prueba del bioensayo para toxina diarreica de los mariscos (VDM). Además, se regulan las áreas declaradas como afectadas por marea roja por la autoridad sanitaria y esta establecerá, mediante resolución, las especies de mariscos cuya recolección o captura queda prohibida. Finalmente se señala que la instalación y funcionamiento de establecimientos destinados a la crianza, cultivo, engorda y purificación de mariscos destinados al consumo, así como los viveros dedicados a la comercialización de dichas especies, deberán ubicarse en lugares con agua limpia.

Con respecto "De los establecimientos de alimentos" referido en Reglamento Sanitario de los Alimentos en su capítulo TITULO I, se señala en primera instancia que "Establecimiento de alimentos" son los recintos en los cuales se producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen, expenden y consumen alimentos y aditivos alimentarios. Todos estos establecimientos deben contar con autorización del Servicio de Salud correspondiente. Se detallan las condiciones para el otorgamiento de esta autorización. Posteriormente se señala que, desde el inicio de su funcionamiento, se deben aplicar practicas generales de higiene en la manipulación incluyendo el cultivo, la recolección, la preparación, la elaboración, el envasado, el almacenamiento, el transporte, la distribución y la venta de alimentos, con objeto de garantizar un producto inocuo y sano.

Por lo tanto, se puede señalar que el Reglamento Sanitario de los Alimentos chileno considera apropiadamente todos los aspectos referidos al transporte, distribución, producción y la venta de alimentos.

4.2.4.1.2 Programa de aseguramiento de calidad (PAC)

Programa de aseguramiento de calidad (PAC) para empresas de productos pesqueros de exportación, el cual permite una certificación voluntaria basada en el sistema HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) de análisis de peligros y puntos críticos de control. Esta certificación permite el acceso a mercados que exigen certificación sanitaria, como ocurre con la Unión Europea, Brasil, Argentina, China, Colombia y Uruguay. Está dirigido a establecimientos elaboradores de productos pesqueros de exportación que tengan categoría A o B (habilitación de plantas pesqueras y buques factoría).

El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura tiene como misión contribuir a la sustentabilidad sector pesquero y acuícola, y a la protección de los recursos hidrobiológicos y su medio ambiente, a través de una fiscalización integral y gestión sanitaria que influye en el comportamiento sectorial promoviendo el cumplimiento de las normas. En el contexto de la sustentabilidad sectorial, el área de Inocuidad y Certificación de SERNAPESCA tiene como propósito facilitar el acceso de los productos pesqueros y acuícolas nacionales a los diferentes mercados de destino, garantizando, en su rol de Autoridad Competente, el cumplimiento de los requisitos de inocuidad de éstos.

Para el logro de este propósito, se han definido los siguientes objetivos específicos:

- Supervisar el cumplimiento de los requisitos y condiciones de inocuidad, a lo largo de la cadena productiva, a través de los programas de control oficial.
- Establecer y gestionar acuerdos en aspectos de inocuidad con Autoridades Competentes, a fin de facilitar el acceso a mercados.
- Coordinar y articular acciones con organismos públicos y privados en materias de inocuidad y salud pública.
- Controlar y certificar exportaciones de productos pesqueros y acuícolas.
- Facilitar los trámites sectoriales, mediante la incorporación de tecnologías de la información.

Para lo anterior existe un "Manual de Inocuidad y Certificación, aprobado mediante la Resolución Exenta N° 5.125, de 29 de junio de 2016 (publicada en el diario oficial el 14 de julio del 2016), describe las normas y procedimientos que permiten garantizar la calidad sanitaria de los productos pesqueros y acuícolas de exportación a lo largo de toda la cadena productiva en función con las exigencias de los mercados de exportación.

Por lo tanto, se puede señalar que el Programa de aseguramiento de calidad (PAC), es solo para garantizar la calidad sanitaria de los productos pesqueros y acuícolas de exportación a lo largo de toda la cadena productiva y no considera lo relacionado con el mercado nacional.

4.2.4.1.3 Normativa del Instituto Nacional de Normalización (INN).

El Instituto Nacional de Normalización (INN) tiene como misión "Contribuir a la sociedad con el aseguramiento y mejora de la calidad, a través del desarrollo de normas técnicas, acreditación de

evaluación de la conformidad, la coordinación de la Red Nacional de Metrología y la transferencia de conocimientos, para aumentar el valor agregado por los diversos sectores productivos y mejorar la calidad de vida de las personas, con énfasis en aquellos sectores priorizados por las políticas públicas, con excelencia e independencia técnica.”.

Un listado de normas vigentes de INN que podrían estar relacionadas con el “Sello Azul” serian:

- NCh-ISO22000:2018: Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos - Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.
- NCh3453/1:2017: Programas de prerrequisitos de inocuidad de los alimentos - Parte 1: Elaboración de alimentos.
- NCh3453/2:2017: Programas de prerrequisitos de inocuidad de los alimentos - Parte 2: Catering.
- NCh-ISO6658:2016: Análisis sensorial de alimentos - Metodología - Guía general.
- NCh-ISO16779:2015: Análisis sensorial - Evaluación (determinación y verificación) de la vida útil de los alimentos.
- NCh2983:2011: Trazabilidad de alimentos en la cadena alimentaria - Principios generales y guía para el diseño y la implementación del sistema.
- NCh726:2005: Conservas de pescado - Requisitos
- NCh3033/3:2006 ISO 6887-3:2003: Microbiología de los alimentos de consumo humano y animal - Preparación de las muestras de ensayo, suspensión inicial y diluciones decimales para los ensayos microbiológicos - Parte 3: Condiciones específicas para preparación de pescado y productos hidrobiológicos.
- NCh3538:2017: Trazabilidad de los productos pesqueros - Pescado fresco capturado

Por lo tanto, se puede señalar que la mayoría de las normas de INN son tangenciales para el establecimiento de potenciales estándares sanitarios para el “Sello Azul”. Pero es importante destacar la norma *NCh3538:2017: Trazabilidad de los productos pesqueros - Pescado fresco capturado*, la cual especifica la información que se debe registrar en las cadenas de distribución de peces marinos frescos capturados con el fin de establecer la trazabilidad de productos originados de peces capturados, desde la descarga de la pesca hasta el consumo final en el mercado nacional. Esta norma especifica cómo se deben identificar los productos pesqueros comercializados, y la información que se debe generar y mantener sobre aquellos productos, por cada una de las empresas alimentarias que físicamente los comercializan a través de cadenas de distribución. Esta norma aplica a la cadena de distribución de peces marinos frescos capturados y sus productos, desde la captura hasta los minoristas o empresas de catering para el consumo humano.

4.2.4.1.4 Sello S - Distinción en Turismo Sustentable

La Distinción en Turismo Sustentable, reconocida gráficamente con el “Sello S”, garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo, cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos. Por ahora, el “Sello S” aplica solo para servicios de alojamientos turísticos, tour operadores y agencias

de viaje operando en Chile. Este sello en sus criterios de evaluación, señala como requisito obligatorio el contar con Resolución Sanitaria, además se requiere contar con un "Política de Sustentabilidad", en la cual podría incluirse aspectos relativos a normativas sanitarias.

Luego, en este sello solo se requiere lo que actualmente existe como obligación señalado en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

4.2.4.2 Levantamiento de información sobre iniciativas similares y experiencia internacional y su relación de estos otros sellos con estándares sanitarios.

En el análisis bibliográfico Internacional, se realizó un detallado análisis de las mejores prácticas observadas en la implementación y operación de certificaciones de productos del mar a nivel mundial. En este análisis se compararon los objetivos y alcances del Programa de Consumo Responsable y Pesca Sustentable ("Sello Azul"), con respecto a la experiencia internacional de 7 modelos de certificación con sellos asociados a productos pesqueros de origen marino y en ninguno de ellos la variable sanitaria está asociada directamente como un requisito incluido en estándares del sello respectivo.

4.2.4.3 Organización de mesa de trabajo.

El trabajo de coordinación para definir cuáles son los elementos y características que debiera contar el "Sello Azul" para lograr establecer estándares sanitarios ya ha sido iniciado por la Dirección Nacional de SERNAPESCA, por intermedio de su Directora Nacional con la Subsecretaria de Salud y la jefatura de División de Políticas Públicas del Ministerio de salud (DIPOL) (ver recuadro adjunto).

De: "ALARCON GATICA, RUTH" <ralarcon@sernapesca.cl>
Asunto: RE: Solicita acta de reunión
Fecha: 16 de octubre de 2019, 19:40:29 CLST
Para: Leonardo Nuñez <lnunezmontaner@gmail.com>
Cc: "GALLARDO LAGNO, ALICIA LORENA" <AGALLARDOL@sernapesca.cl>

Estimado Leonardo, a continuación, te detallo lo conversado con la Jefa de la DIPOL y con la Subsecretaria de Salud en reunión del día 13 de septiembre.

Respecto del tema "Promover la pesca legal a través del sello azul", se señaló y acordó lo siguiente:

a) Para salud es muy importante fomentar el consumo de pescado y el sello azul es una vía interesante para lograrlo. Para la subsecretaria es muy importante disminuir los intermediarios y bajar los precios al consumidor de manera de aumentar el consumo de pescados en la población, objetivo propuesto por el Presidente Piñera.

b) Se establecerá una mesa para trabajar un piloto para agregar al sello azul, un sello sanitario otorgado por salud. Se hará un piloto con un recurso que puede ser Reineta u otro. Se acuerda realizar una próxima reunión para entregar mayores antecedentes. Sernapesca hará una presentación con el detalle del significado del sello azul y como se está trabajando este tema.

Estos fueron los alcances del tema sello azul.

Saludos

Ruth Alarcón Gatica
Jefa de Gabinete

Dirección Nacional
Victoria 2832, Valparaíso
(56-32) 28 19 497

-----Mensaje original-----

De: Leonardo Nuñez [<mailto:lnunezmontaner@gmail.com>]
Enviado el: martes, 15 de octubre de 2019 18:43
Para: ALARCON GATICA, RUTH <ralarcon@sernapesca.cl>
Asunto: Solicita acta de reunión

Estimada Ruth: Por favor, de acuerdo a lo conversado con la Directora, agradecería si pudieras enviarme el acta de la reunión que ella realizó con la Subsecretaria de Salud.

Saludos

4.2.4.4 Análisis de factibilidad de la implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul"

Se ha coordinado de parte del equipo de trabajo del proyecto, liderado por el jefe de proyecto Leonardo Núñez M, con la Directora Nacional de Pesca y Acuicultura, una reunión de trabajo en la cual, a petición de la Directora, se analizará una propuesta del equipo de este proyecto, de los requisitos que podrían ser planteados a las autoridades sanitarias por su intermedio en la próxima reunión con la División de Políticas Públicas del Ministerio de salud (DIPOL) y la Subsecretaria de Salud, según se estipula explícitamente en el e-mail del recuadro enviado por la Jefa de Gabinete de SERNAPESCA.

4.3 Resultados del objetivo específico 3

El Objetivo específico 3 se encuentra destinado al diseño y desarrollo de una Guía de Buenas Prácticas Pesqueras para el segmento de pescadores artesanales. Los resultados obtenidos del trabajo de investigación, diseño y validación de contenidos y del producto final se exponen a continuación.

4.3.1 Evaluación de las prácticas pesqueras en las caletas de Tongoy Portales y Niebla

En el Anexo 11 de este informe se describen las prácticas de trabajo observadas en cada una de las caletas incluidas en la muestra para la obtención de información para el diseño de una guía de buenas prácticas pesqueras, poniendo el énfasis en aspectos sanitarios. Las principales prácticas observadas y que coinciden en general con las recomendaciones de las autoridades normativas nacionales e internacionales fueron las siguientes:

- Desde la captura hasta el desembarque, se deben mantener los recursos con hielo y en bandejas plásticas limpias.
- La embarcación y bandejas plásticas después de terminar cada faena pesca deben ser lavadas con abundante agua para eliminar restos de sangre, escamas, etc.
- En el desembarque evitar la presencia de aves y la exposición directa al sol de los productos.
- Durante la manipulación de pescados o mariscos, mantener una higiene personal adecuada (manos limpias, sin heridas, uñas cortas y limpias).
- Utilizar ropa de trabajo y elementos de protección limpios, tales como botas y delantales de PVC.
- Mantener el área de desembarque y todos los lugares de la caleta libre de plagas, roedores y animales domésticos.
- Mantener, limpiar y desinfectar todos los espacios, equipos y utensilios utilizados en el desembarque, los traslados y en la comercialización directa a los consumidores.
- Usar herramientas de trabajo adecuadas y en buen estado de limpieza (cuchillos, tablas, mesones). Evitar el uso de materiales como madera o estructuras de hierro que se pueden oxidar.
- Realizar un adecuado manejo de la basura manteniéndola en contenedores cerrados y alejados de las áreas de tránsito o manipulación de la pesca desembarcada.

4.3.2 Validación de contenido y formato de la Guía de Buenas Prácticas Pesqueras (GBPP)

Con el objeto de validar los contenidos que se estimaban necesario incluir Las principales recomendaciones de los validadores del GBPP, se orientan a los siguientes aspectos:

- Considerar la más diversa representación en la Guía de pescados, mariscos y algas

- Simplificar el lenguaje utilizado, a fin de que sea comprensible y de fácil lectura
- Incluir mensajes acerca de los cuidados para no contagiarse de Covid-19 (Coronavirus)
- Considerar los beneficios del consumo de productos del mar
- Enfatizar el riesgo de no cumplir con la regulación pesquera.
- Precisar el contenido de las recomendaciones para consumidores en la compra de pescados y mariscos en el aspecto sanitario.
- Distinguir los tipos de veda biológica y extractiva en el apartado de definiciones
- Explicitar las implicancias de cumplir con las recomendaciones sanitarias y la aplicación de buenas prácticas pesqueras.

4.3.3 Presentación de la Guía de Buenas Prácticas

La GBPP se adjunta en el Anexo 12, en primera instancia se explicitan preguntas orientadoras destinadas a generar contexto de la importancia de las buenas prácticas y el uso de la guía. Luego se describen los eslabones de la cadena productiva de la pesca, considerando a los pescadores artesanales como los proveedores principales de los pescados y mariscos que se consumen a nivel nacional. Posteriormente, se explicitan las buenas prácticas en los aspectos biológicos pesqueros-ambientales, legales y sanitarios, para cada eslabón de la cadena productiva descritos.

En este contexto, los principales mensajes son el cumplimiento de las regulaciones que rigen la pesca, las conductas para los pescadores artesanales que contribuyen a minimizar el impacto en los ecosistemas en los cuales operan, las prevenciones de carácter sanitario de su actividad, así como de los comercializadores y consumidores, que ayudan a mantener los pescados y mariscos en condiciones óptimas para su consumo.

Finalmente, se consideran las recomendaciones para las prevenciones necesarias en la operación de pesca en el escenario del Covid-19 (Coronavirus) y una tabla con las tallas mínimas de captura y vedas vigentes de los principales mariscos y pescados que se consumen en Chile, cabe destacar que en este caso las páginas 30 y 31 que contiene la tabla descrita, son páginas encontradas y en su impresión se podrá apreciar la tabla extendida.

4.3.4 Impresión del material asociado al "Sello Azul", la Guía de Buenas Prácticas y la Cartilla con los beneficios económicos.

Para la difusión asociado al "Sello Azul", la Guía de Buenas Prácticas y la Cartilla con los beneficios económicos se entregaron en las oficinas de la contraparte técnica todo el material impreso comprometido (ver Anexo 14).

4.3.5 Difusión de los resultados con los agentes involucrados.

En la carpeta "Material fotográfico y audiovisual" adjunto al presente informe se incluye un video descriptivo y explicativo de la propuesta de mejoramiento del Sello Azul.

4.4 Resultados del objetivo 4

En el presente capítulo se desarrolla una evaluación de la factibilidad técnica y económica de implementar el nuevo Sello Azul, revisando para el efecto la situación actual del programa al interior del SERNAPESCA y valorizando los costos asociados a la implementación y a la operación en régimen del nuevo modelo.

4.4.1 Situación Actual

En la actualidad la administración y fiscalización del Sello Azul le corresponde al Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura a través del programa denominado "Consumo Responsable", el cual fue concebido mediante la resolución exenta N° 4215 de Junio del 2016, la cual fija el procedimiento para el desarrollo de este programa y establece que su objetivo es definir el procedimiento para que aquellos establecimientos comerciales, restaurantes o de expendio de productos del mar, interesados en el combate a la pesca ilegal, colaboren exhibiendo en lugares visibles logotipos del Sello Azul, el cual acredita el cumplimiento de la normativa pesquera nacional e internacional a las cuales Chile ha adscrito.

En la práctica el Sello Azul opera como una herramienta de fiscalización preventiva y opera bajo el alero del Departamento de Gestión de Programas de Fiscalización Pesquera y no posee un ítem presupuestario específico para su operación y difusión.

En la actualidad los gastos asociados al programa de Consumo Responsable son principalmente de honorarios del personal encargado de los procedimientos administrativos del Sello Azul y otros menores relacionados con gastos de movilización. Los gastos en personal consisten en los honorarios de un funcionario jornada completa grado 7 que recibe una remuneración bruta equivalente a \$2.708.128.

4.4.2 Valorización del Nuevo Sello Azul

Los gastos asociados a la operación del programa "Consumo Responsable" tienen una componente de costos fijos y otros variables, donde los costos fijos dicen relación principalmente con el gasto en personal y uso de infraestructura física y tecnológica, mientras que los costos variables corresponden a partidas de gastos asociados a campañas de difusión y promoción, impresión de material gráfico, actividades de capacitación y visitas inspectivas a los usuarios del Sello Azul.

4.4.3 Costos fijos

Conforme a lo propuesto para el esquema de administración y gestión del Sello Azul, se requerirá en una primera etapa contar con dos personas jornada completa a nivel central para desarrollar las distintas funciones establecidas para la operación en régimen del Sello Azul a nivel nacional, así como para coordinar y dirigir las distintas instancias de evaluación y toma de decisiones a nivel directivo en los distintos comités propuestos.

A nivel regional se estableció la necesidad de instalar en cada una de las oficinas regionales del país un funcionario encargado del Sello Azul con dedicación de jornada completa, implementando de manera gradual su incorporación, partiendo por las regiones con mayor dinámica pesquera: Iquique, Coquimbo, Valparaíso, Talcahuano, Valdivia, Puerto Montt y Punta Arenas.

Los costos asociados a este personal que trabaja directamente en la gestión del Sello Azul debe considerar que el encargado nacional debiera ostentar a lo menos un grado 7 en la escala de remuneraciones del sector público, y los restantes funcionarios de apoyo, tanto a nivel central como regional, debieran a lo menos tener responsabilidades y remuneraciones inherentes a un grado 11 de la misma escala pública.

Para los fines de la presente evaluación los costos asociados al uso de infraestructura física y tecnológica de estos funcionarios se considerarán como marginales respecto del costo total institucional, luego no se considerará en la valorización.

En la Tabla 33 siguiente, se muestra un detalle de los gastos asociados al personal propuesto para el funcionamiento del Sello Azul en sus primeros años de operación.

Tabla 33. Valorización de los gastos en personal asociado a la operación del Sello Azul. Fuente: sitio oficial www.sernapesca.cl transparencia activa.

Personal Requerido	Grado Escala Única Fiscal	Valorización (remuneración bruta anual con bono de modernización incluido, valores año 2019)
Encargado nacional del Sello Azul	Grado 7	\$31.006.056
Administrativo de apoyo nivel central	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Iquique	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Coquimbo	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Valparaíso	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Santiago	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Talcahuano	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Valdivia	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Puerto Montt	Grado 11	\$ 21.840.912
Encargado oficina regional Punta Arenas	Grado 11	\$ 21.840.912
Gasto anual Total		\$ 227.574.264

En total el gasto asociado al personal directo dedicado a la administración y gestión del Sello Azul en régimen a nivel nacional, considerando en principio presencia solo en las oficinas regionales con mayor dinámica pesquera, asciende a \$ 227, 5 millones de pesos anuales.

4.4.4 Costos Variables

Los costos variables se concentran principalmente en los gastos asociados a la contratación de servicios de terceros destinados al diseño y ejecución de campañas comunicacionales y de difusión del Sello Azul, capacitaciones en línea y a otros gastos menores destinados a movilización del

personal para el desarrollo de actividades de presentación de la iniciativa ante los potenciales usuarios. Adicionalmente, se estima habrá un gasto asociado a algunas actividades de fiscalización que se ejercerán con alguna frecuencia y que se espera formen parte del programa nacional de fiscalización pesquera y que los recursos para estos efectos provengan desde dicho presupuesto.

En la Tabla 34 se muestra un detalle de los gastos asociados a los costos variables proyectados para la operación en régimen del Sello Azul.

Tabla 34. Total de gastos anuales asociados a los costos directos de operación del Sello Azul. Fuente: elaboración propia.

Ítem de Gasto	Valor Unitario (mensual con IVA)	Frecuencia	Valorización (pesos con IVA)
1. Campañas comunicacionales y difusión			
1.1 Difusión vía campaña radial (1)	\$ 352.240	12 meses	\$4.226.880
Diseño y producción de campaña		1 sola vez	\$ 89.000
1.2 Difusión vía campaña grafica en micros (2)	\$ 535.500	12 meses	\$ 6.426.000
Producción de lunetas	\$ 42.000	4 veces	\$ 168.000
1.3 Campaña en RRSS (3)			
Honorarios diseñador (actualización de diseños)	\$ 168.000	3 veces al año	\$ 504.000
Gestión de redes	\$ 60.000	12 meses	\$ 720.000
1.4 Impresión de material grafico			
Honorarios diseñador y gestión de imprenta	\$ 300.000	1 sola vez	\$ 300.000
Dípticos (tiraje 30.000 unidades)	\$ 158 c/u	1 vez al año	\$ 4.740.000
Volantes (tiraje 30.000 unidades)	\$ 70 c/u	1 vez al año	\$ 2.100.000
2. Capacitación			
Diseño formatos e-learning (4)	\$ 2.356.200	1 sola vez	\$ 2.356.200
Uso plataforma e-learning (valor por 20 usuarios)	\$ 160.000	3 veces al año	\$ 480.000
3. Movilización y traslado			
Movilización del personal para visitas. En total son diez funcionarios a nivel nacional (5)	\$ 4.000 por salida	10 salidas mes	\$ 400.000
Total anual			\$ 22.510.080

(1) Sobre la base de tandas de mensajes de 1 min de duración tres veces al día. Considera un valor promedio de precios de seis radio emisoras distribuidas en Santiago y V región.

(2) Considera lunetas extendidas (vidrio trasero) en recorridos trocales. Valor promedio en ciudad de Santiago.

(3) Considera visibilidad permanente con noticias e historias actualizadas a diario. Incluye Community Manager.

(4) Considera diseño y producción de video de Duración hasta 8 minutos, Incluye Grafica (animación 2 D) y Música y voz en off.

(5) Considera 10 traslados locales al mes por funcionario en sus respectivas regiones. (se estima un costo promedio aproximado de \$4.000 por viaje)

El ejercicio de valorización de los costos directos asociados a la operación en régimen del Sello Azul permite establecer que estos costos ascienden, considerando valores de los servicios a mayo del 2020, a un total de \$ 22,5 millones de pesos anuales.

4.4.5 Gasto asociado a la fase de Implementación

Una primera aproximación a la valorización de los costos directos de la implementación de las mejoras del Sello Azul sería del orden de los \$ 23,3 millones de pesos para el primer año y de \$22,5 millones de pesos para el segundo año, sumando un total de \$ 45,8 millones, valores que no incluye el costo del personal de SNP dedicado a las funciones de administración, promoción y fiscalización del Sello Azul. Los costos de operación del proceso de fiscalización tampoco se han incluido en esta primera valorización.

En el siguiente cuadro se muestra un desglose de este costo directo para los primeros 2 años, periodo durante el cual se ha estimado se implementará en su totalidad el sello en cada uno de los grupos objetivos.

Tabla 35. Costo total de la fase de implementación del nuevo Sello Azul. Fuente: elaboración propia.

Fase	Actividades	Periodo / duración	Costo (sobre la base de precios a mayo 2020)
Etapa 1	Consolidar la instalación del Sello Azul en SNP. Considera reuniones virtuales con oficinas regionales para comunicar el proyecto y establecer funciones y responsabilidades.	Año 1 1 mes	\$ 800.000 1. Operaciones: traslados y viáticos; 2. Servicios de terceros: Construcción y habilitación página Web (<i>homepage</i>).
Etapa 2 y 3	Instalar y consolidar el Sello Azul en el grupo objetivo N° 2. Firma de acuerdo de cooperación con Asociación de Supermercados.	Año 1 11 Meses	\$ 22.510.080 1. Operaciones: traslados y viáticos; 2. Servicios de terceros: Diseño campañas, gestión de medios Campaña anual en RRSS, radio, impresos, etc. Capacitación vía <i>e-learning</i> .
Etapa 4	Programación de trabajo con grupo objetivo restaurantes. - Identificación y fomento de cadenas cortas de comercialización y abastecimiento para incentivar al grupo objetivo. - Inicio del diseño de un plan comunicacional específico para el grupo objetivo 1. - Diseño de plan de difusión vía capacitaciones masivas a dueños y administradores de restaurantes. Se debe pensar en el uso de <i>e-learning</i> para estos efectos.	Año 2 Primer semestre	\$ 11.255.040 1. Operaciones: traslados y viáticos; 2. Servicios de terceros: Diseño campañas, gestión de medios Campaña anual en RRSS, radio, impresos, etc. Capacitación vía <i>e-learning</i> .

Fase	Actividades	Periodo / duración	Costo (sobre la base de precios a mayo 2020)
Etapa 5	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de programa de trabajo con grupos objetivos 3 y 4; Caletas y ferias libres. - Diseño de plan de Difusión y capacitación en buenas prácticas de explotación y cuidado del medio ambiente para Caletas. - Conformación de una mesa de trabajo con representante de ambos sectores para fines de coordinar instancias de apoyo y trabajo colaborativo. - Diseño de plan comunicacional para promoción del sello azul en grupos objetivos 3 y 4. 	<p>Año 2 Segundo semestre</p>	<p>\$ 11.255.040</p> <p>1. Operaciones: traslados y viáticos; 2. Servicios de terceros: Diseño campañas, gestión de medios Campaña anual en RRSS, radio, impresos, etc. Capacitación vía <i>e-learning</i>.</p>

5 Análisis y discusión de resultados

5.1 Mapa de actores

De acuerdo con la información recopilada y analizada en el capítulo anterior, en base a la opinión de los actores vinculados al “Sello Azul”, se puntualizan los siguientes aspectos que son cruciales para su gestión:

- ✓ Es primordial definir bien, cuál es el objetivo principal de la certificación para evitar confusiones acerca de «lo que es» y «lo que no es». Este aspecto no solamente toma relevancia en relación a las expectativas que los distintos actores involucrados tienen frente a una certificación como el “Sello Azul”, sino también tiene implicancia sobre el nivel de afinidad y rechazo de algunos actores claves respecto a la certificación. Habría que aclarar con mayor detalle:
 - a) El “Sello Azul”, ¿Certifica la «pesca sustentable» o bien, se limita a certificar que los productos provienen de la pesca legal? ¿La trazabilidad de los productos debe ser un criterio mínimo “sine qua non” para poder ser certificado? [1]
 - b) Por lo anterior, ¿La certificación debería incluir a la pesca industrial, aunque genere un posible conflicto con los pescadores artesanales y organizaciones ambientales y hasta podría considerarse contradictorio a la idea de un sello de sustentabilidad?
 - c) El “Sello Azul”, ¿Debería promocionarse en el contexto de actores más bien relacionados a los aspectos de una alimentación saludable y el cumplimiento de las normas sanitarias (p. ej. campañas del Servicio de Salud o programas públicas que buscan fomentar una alimentación saludable, etc.), o bien, debería limitarse, por lo menos al inicio, a actores vinculados directamente a la cadena de valor (productores, distribuidores y punto de venta final)? Al aliarse desde luego con programas e iniciativas que están más bien vinculadas a aspectos de una alimentación saludable y el cumplimiento de las normas sanitarias, el “Sello Azul” podría ganar mayor visibilidad, pero enfrentando el costo de no poder comunicar claramente lo que finalmente certifica y lo que no certifica.
- ✓ Puesto que, el “Sello Azul” en su estado vigente busca “promover la extracción y consumo responsable, así como el combate a la pesca ilegal”, parece razonable concentrarse en una primera instancia en aspectos como la trazabilidad y la pesca ilegal (anteriormente llamados “Dimensión A”) y tratar de no causar confusiones con relación a conceptos como «alimentación saludable», «calidad del producto» y «cumplimiento sanitario». Lo anterior resulta ser crucial para poder comunicar criterios claros, garantizar un mínimo de transparencia frente a aquellos actores que potencialmente estarían interesados en certificarse, así como también frente al consumidor final de los productos, y de este modo establecer el “Sello Azul” como una certificación confiable.

- ✓ Los informantes entrevistados, en su totalidad, subrayaron la importancia del sector privado para una implementación exitosa de la certificación. Esta valoración no mostró diferencias significativas entre los distintos sectores (público, privado y sociedad civil). Se vislumbra que, en relación con las decisiones estratégicas, la creación y la ejecución de los distintos procesos en el marco de la implementación de la certificación, el sector privado parece no haber recibido la consideración suficiente. Por ejemplo, una gran parte de los productos hidrobiológicos que se comercializa a nivel país finalmente es transada en las ferias libres. [2] Para promover una participación más amplia, se requiere construir mecanismos participativos y establecer criterios claros y consensuados. Además, los entrevistados tienden a coincidir en que iniciativas como el “Sello Azul” deberían pensarse a mediano/largo plazo.

Por lo anterior, gana importancia el aspecto de promover una certificación basada en criterios claros antes de buscar una implementación más masiva que finalmente no logre transmitir bien el objetivo último que busca representar el sello, ya que inevitablemente llevaría a una menor credibilidad y confiabilidad frente a los (posibles) participantes y consumidores. [3]

- ✓ En el marco de las entrevistas surgieron nuevos actores que podrían jugar un rol no menor al momento de controlar y promover las buenas prácticas con relación al consumo responsable de los productos del mar. Resulta que, según la opinión de algunos entrevistados, los municipios como la autoridad competente de las ferias libres podrían jugar un rol por parte del sector público. Se podría pensar en la creación de alianzas estratégicas con aquellos municipios que proactivamente promueven la certificación de los carros de venta de pescados y mariscos de las ferias libres.
- ✓ Se recomienda buscar socios y generar alianzas estratégicas para aumentar la visibilidad del “Sello Azul”. Por parte de los actores consultados, se indicó que por un lado se ve la posibilidad de generar sinergias con las actividades fiscalizadoras que, por mandato institucional, son llevado a cabo por parte del sector de la salud pública y, por otro lado, con programas e iniciativas implementadas por parte del SERNATUR con el fin de promover la visibilidad del “Sello Azul”. [4] Sin embargo, para ambos casos se subrayó la importancia de tener que definir nítidamente lo que finalmente certifica el “Sello Azul”.

[1] Por parte de SERNAPESCA y SUBPESCA se señaló que en la actualidad el hecho de no estar incorporado en el sistema de trazabilidad no es un criterio de exclusión, es decir, existen establecimientos que cuentan con el “Sello Azul” sin estar incorporados en el sistema de trazabilidad, lo que puede entenderse como incoherencia no menor al momento de promover el “Sello Azul” como certificado que confirma el origen legal de un producto.

[2] Según el “Estudio para la caracterización y dimensionamiento de la comercialización y distribución de Pescados y Mariscos frescos, vía feria libre, en la Región Metropolitana” publicado por la ONG *Espacio y Fomento* en Julio 2015, 23.224 toneladas de productos del mar se transan anualmente por las ferias libres de la Región Metropolitana.

[3] La reflexión de que es necesario considerar al sector privado en el diseño y la implementación de la certificación también es reflejado en las conclusiones respecto a los actores clave para la promoción del consumo de productos hidrobiológicos (aunque con el enfoque en los aspectos de una alimentación saludable) presentadas en el marco del “Plan Estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile: Del mar a mi mesa” elaborado por la Fundación Chile y publicado por la SERNAPESCA en Junio 2018 (comp. p. 25).

[4] Por ejemplo, a través de la vinculación con el programa “Ruta de las Caletas”.

5.2 Diagnóstico “Sello Azul”

De acuerdo a los antecedentes recopilados, el “Sello Azul” representa en el ámbito institucional para SERNAPESCA, una oportunidad para que los consumidores en el eslabón de puntos de venta finales de la cadena de distribución y comercialización de pescados y mariscos (Figura 1), se transformen en socios estratégicos en el proceso de denuncia de malas prácticas de ofertas de recursos del mar de origen ilegal (recursos marinos capturados transgrediendo normas pesquera explícitas, tallas mínimas de captura o en períodos de vedas) y ejerzan consecuentemente un control ciudadano sobre la pesca ilegal desde el consumo de los recursos pesqueros.

En este contexto, los siguientes programas de gobiernos representan el marco estratégico para el desarrollo del “Sello Azul” en el ámbito de la pesca responsable:

- I. Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentable administrado por el Ministerio del Medio Ambiente creó, en marzo de 2014, el Comité Interministerial de Consumo y Producción Sustentables (CCPS), cuyo objetivo principal es coordinar e implementar las diversas iniciativas en materia de consumo y producción sustentables que el Estado de Chile está impulsando, diseñando para tal efecto el Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentables (PNCS). Una de las líneas de acción, es sistemas alimentarios sustentables cuyo fin es impulsar sistemas alimentarios sustentables a nivel local, regional y nacional, incluyendo la producción de la pesca y la acuicultura con el fin de promover la incorporación de prácticas más sustentables en procesos, productos y servicios de la cadena de valor alimentaria y mejorar la disponibilidad de información sobre sustentabilidad de los procesos, productos y servicios de la cadena de valor alimentaria. El “Sello Azul” se reconoce en el contexto descrito como una herramienta de gestión, para el consumo responsable y la sustentabilidad sectorial.
- II. Plan estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile “Del Mar a mi mesa”: La Subsecretaría de Pesca y Acuicultura lo promulgó el 2018, de acuerdo con el desafío de fomentar y aumentar el consumo de productos del mar en Chile, garantizando la sostenibilidad de los recursos pesqueros y acuícolas a lo largo de la cadena de valor con énfasis en la innovación, desarrollo local y accesibilidad. El Plan se sustenta en 4 desafíos, de los cuales uno de ellos es la sustentabilidad, que propone implementar buenas prácticas y mecanismos que permitan asegurar la sustentabilidad de los distintos recursos a lo largo de la cadena de valor de los recursos del mar.

Finalmente, en consideración a los lineamientos estratégicos de consumo responsable en la pesca descritos, el “Sello Azul”, se reconoce como un instrumento de gestión eficaz para promover un consumo responsable de pescados y mariscos y su focalización debería estar orientada a establecimientos de expendio de pescados y mariscos, en carros de venta de ferias libres, casinos, puesto de venta de mariscos y pescados en Supermercados, Restaurante y puestos de venta de plantas de proceso, que estén asociados a cadenas de distribución cortas, con la implementación

de trazabilidad física (recursos deben estar marcados por etiquetas por ejemplo) de los pescados y mariscos que se comercializan en los puntos de venta descritos.

Desde la perspectiva de los usuarios actuales del "Sello Azul", en base a entrevistas realizadas a 17 Restaurant de las ciudades de Santiago, Viña del Mar, Concón y Valparaíso, que representa el 80,9 % del universo total de estos establecimientos de consumo de pescados y mariscos con "Sello Azul", se identifican las siguientes oportunidades para mejorar la gestión del Sello en este tipo de establecimientos:

- I. Es transversal que la decisión de certificarse con el "Sello Azul", se origina de la intención de operar con productos del mar legales, provenientes de cadenas cortas, para mantener los estándares de calidad.
- I. Se reconoce en el 100% de los entrevistados que el estar certificado es una oportunidad para tener prestigio frente a los consumidores, es decir cuando se gana y combinan el respeto y la confianza del servicio gastronómico que ofrece el establecimiento. No obstante, se advierte que esta oportunidad aún debe consolidarse.
- II. En el 100% de los entrevistados, coinciden que el mantener el "Sello Azul" permite formalizar su relación con los proveedores de pescados y mariscos, exigiendo para su transacción comercial las visaciones (acto formal del SNP de verificar origen legal de productos del mar que se trasladan y/o comercializan) pertinentes de parte del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (SNP).

De acuerdo con lo descrito y desde una perspectiva de incentivar el uso del "Sello Azul" y de cómo internalizarlo en la gestión del negocio, en este caso en la gastronomía marina, será fundamental:

- I. Implementar programas de difusión masivo a los consumidores para educar sus preferencias e internalizar más allá del binomio precio-calidad, los aspectos de conservación de los pescados y mariscos que consuman, cuyo pilar es su origen legal, es decir que su explotación en las áreas geográficas de las cuales provienen, se realice bajo las normas vigentes de manejo específicas.
- II. Proveer de parte del SNP a los establecimientos con "Sello Azul", de la información pertinente de los recursos pesqueros que trabajan en su carta gastronómica, para que en una gestión mancomunada, dispongan de la información actualizada necesaria, que facilite que el establecimiento genere las acciones para informar a sus clientes del origen de los recursos pesqueros que expende y su estado de conservación generando las condiciones para que el consumidor se educa y se establezca una experiencia diferente que potencialmente pueda establecer una ventaja competitiva respecto de otros establecimientos del mismo rubro (gastronomía marina) que no posean "Sello Azul".

5.3 Levantamiento de consumo responsable de pescados y mariscos

5.3.1 En referencia al consumo responsable de productos del mar

1. Existe una tendencia de los encuestados, a asociar lugares de compra y/o consumo (pregunta P201) con las propiedades o características del producto del mar que compran y/o consumen (pregunta P202). Se pueden destacar las asociaciones positivas o alternativas de respuestas que no son independientes, tales como:
 - a. Calidad se asocia a:
 - i. Locales especializados
 - ii. Supermercados
 - iii. Restaurantes establecidos
 - b. Origen se asocia a:
 - i. Restaurantes establecidos
 - c. Precio se asocia a:
 - i. Supermercados
 - d. Frescura se asocia a:
 - i. Caletas de pescadores
2. Estas asociaciones positivas, si bien, no pueden ser explicadas completamente con los datos recogidos en esta encuesta, si se pueden establecer ciertas tendencias, tales como:
 - a. El concepto de calidad se encuentra desacoplado de atributo de frescura, lo que podría señalar para los encuestados, frescura no necesariamente se refiere a que un producto es de calidad.
 - b. El concepto de calidad y el origen del producto del mar, que es un aspecto importante en esta consultoría, los encuestados lo asocian a restaurantes establecidos, lo que podría señalar que existe un puente entre calidad y origen, lo que reforzaría que el concepto de calidad para los encuestados se refiere más a cuestiones de variedad y preparación de productos del mar que ha otros aspectos.
 - c. El precio, que es un parámetro importante a la hora de consumir productos, tiene quizá más relación con los hábitos de consumos de los encuestados (generalmente se compra en el supermercado), más que a un acabado conocimiento de los precios que tienen los diferentes lugares de compra y consumo. Esto difiere de otros rubros económicos, tales como ferias o vegas, donde se comercializan principalmente vegetales y que en general suelen tener precios menores a los supermercados, situación que es conocida por las personas.
3. Es interesante también, que dentro de los conceptos que no son asociados por los encuestados, es decir, son independientes, tenemos el caso de que el concepto de higiene es

independiente de los lugares de compra o consumo de productos del mar. Esto indicaría que los encuestados no consideran la higiene como un aspecto relevante.

4. Es interesante notar también, que de las características de elección posibles de la pregunta P202, un aspecto como el tamaño no se encuentre asociado significativamente a un lugar en específico de compra. Esto en parte puede deberse a que los encuestados compran productos del mar que ya estén procesados y/o preparados (fileteados, congelados, conservas, etc.).
5. Por otra parte, de las preguntas P203, P204 y P205 se puede concluir lo siguiente:
 - a. Los encuestados no tienen el hábito de consultar respecto del origen legal o no del producto que están comprando o consumiendo. Lo anterior, es independiente del grupo de ingresos o edad.
 - b. Los encuestados en general compran y consumen productos del mar en lugares donde reciben una boleta o recibo autorizado por el SII.
 - c. Que el grupo etario entre 25 y 50 años, presenta mayor interés por acceder a información adicional sobre el producto del mar que compra y/o consume, que los otros grupos etarios encuestados.

Las conclusiones previas, se sustentan en las tablas marginales para las preguntas P201 y P202, las cuales muestran los conteos de respuestas por lugares de compra y categorías, en donde respecto del lugar de compra los más representativos son el supermercado y los restaurantes establecidos, siguiéndoles más atrás las caletas de pescadores. Esta tendencia se repite en las tres categorías de agrupación utilizadas en estas preguntas: zona geográfica, rango etario y nivel de ingresos del hogar. Por su parte, respecto de las cualidades destacadas, se aprecia un interés por la frescura, la calidad y el precio. Igualmente, la tendencia se mantiene para las tres categorías de agrupación.

5.3.2 En referencia al Programa "Sello Azul"

1. De la pregunta P301 y P302, se puede establecer que los encuestados en general no conocen el "Sello Azul" entregado por SERNAPESCA, sin embargo, si consideran que el uso de sellos es una buena forma de apoyar la pesca sostenible.
2. Por su parte, la pregunta P303 señala claramente que los encuestados preferirían un establecimiento que cuente con el "Sello Azul" por sobre aquellos que no lo tengan. Esto establece, que existe un nivel de conciencia en los encuestados respecto del manejo adecuado de los recursos marinos.
3. Sin embargo, lo anterior no se puede traducir en un beneficio económico hacia locales establecidos que venden productos del mar, ya que de la pregunta P304, se establece que los encuestados tienen una opinión dividida respecto de pagar más por un producto en un local establecido que cuente con el "Sello Azul".
4. Por otra parte, a los encuestados les agradaría que el "Sello Azul" estuviera asociado a conceptos de inocuidad y calidad de los productos que compran o consumen en locales establecidos. Lo anterior, puede deberse a varios factores donde una posibilidad es que las

personas no son críticas o no asocian que esos aspectos deberían estar cubiertos por la resolución sanitaria que los establecimientos deben tener para poder funcionar. Esto también puede deberse a una desconfianza de los encuestados en que los locales establecidos no cumplen con la normativa sanitaria vigente, más allá, de si cuentan o no con los permisos requeridos.

5. Por últimos, los encuestados señalaron que, del Sello mostrado, éste sería recordado como distintivo asociado a pesca sostenible, respecto de lo cual se pueden inferir las siguientes conclusiones:
 - a. El hecho de que los encuestados no conozcan el "Sello Azul", no necesariamente se debe al diseño del mismo.
 - b. Que el "Sello Azul", para su éxito no necesariamente requiere un re-diseño.
 - c. El "Sello Azul", transmite ciertos conceptos que son fáciles de recordar por los encuestados y, además, que pueden ser asociados a pesca sostenible.

5.4 Levantamiento de iniciativas similares y experiencia internacional

A partir del estudio de casos internacionales de certificaciones de productos del mar es posible constatar que en general todos cumplen con los siguientes aspectos:

- En la actualidad las Directrices y el Código de Conducta para los sistemas de eco-etiquetado y certificación para la pesca de captura y la acuicultura de la FAO constituyen la base para la elaboración de estándares para la certificación privada de productos del mar;
- En el diseño de estándares para la certificación se privilegia un enfoque de trabajo colaborativo entre todas las partes interesadas: empresas, ONG, gobiernos, comunidades de productores e instituciones de investigación;
- En general los eco-etiquetados (sellos) asociados con la certificación de sustentabilidad informan a los consumidores que el producto en cuestión ha sido verificado por un auditor externo perteneciente a una empresa especialmente establecida y reconocida para tales efectos;
- El diseño de certificaciones debe contar con principios de credibilidad estrictos y transparentes;
- Los esquemas de estándares deben ser capaces de explicar sus impactos, medirlos y demostrar permanentemente progreso hacia los resultados previstos;
- Los sellos distinguen claramente dentro de sus políticas y directrices cuando se trata de certificación de sustentabilidad y consumo responsable;
- La comunicación e incentivo a los consumidores finales constituye un elemento clave para la eficacia de una certificación. Asimismo, un esquema colaborativo entre los consumidores para la promoción de los sellos genera enormes beneficios para su difusión y eficacia;
- Las empresas eligen voluntariamente cumplir con los procesos u objetivos establecidos en las certificaciones;

Con el objeto de situar al "Sello Azul" dentro del contexto de los Sellos internacionales, se realizó un análisis comparativo con un grupo de siete sellos, a partir de esta revisión, se pudo identificar

que si bien todos los sellos buscan la protección de la vida en los océanos a través de un uso consciente y responsable sus recursos, el sello generado en nuestro país corresponde más bien a uno de pesca responsable y no de pesca sustentable, ya que los esfuerzos que se destinan están exclusivamente dirigidos hacia la protección del recurso objetivo, mediante de la extracción y consumo responsable, así como el combate a la pesca ilegal, mientras que el resto de los sellos estudiados establece una serie de criterios que requieren de un análisis global del impacto que puede generar la actividad pesquera sobre el ciclo de vida de los recursos, la calidad del ecosistema y los distintos actores que participan en la actividad.

En términos comparativos, fue posible constatar que el "Sello Azul" no se encuentra normado bajo criterios de certificación alineados con las Directrices de FAO para la Certificación de Productos del Mar, no cumple con estándares de sostenibilidad internacionales relevantes como lo son los Principios de Credibilidad de ISEAL, ni incluye un código de buenas prácticas para establecer estándares sociales y ambientales como la gran mayoría. Del mismo modo, se observa que el "Sello Azul" no cuenta con una gobernanza transparente de dominio público, escasamente certifica la trazabilidad de los productos, y no cuenta con esfuerzos adecuados para crear conciencia y sensibilizar a los interesados.

En relación a la certificación de restaurantes, proveedores o minoristas de productos pesqueros, los modelos implementados por *Friend of the Sea* y *Ocean Wise* presentan distintos requisitos que debieran cumplir las empresas interesadas. El *Ocean Wise Seafood Program* es más simple y de fácil acceso para que una empresa o un particular se haga miembro, por cuanto este programa podría ser considerado como referente para el "Sello Azul".

5.5 Propuesta de mejora, estrategia y factibilidad de implementación y factibilidad de implementación de estándares sanitarios para el "Sello Azul".

En la actualidad, en nuestro país se ha generado un escenario político que propicia el aumento de consumo de pescados y mariscos, distintas instancias públicas y/o privadas tales como el programa de gobierno "Elige Vivir Sano", el Plan Estratégico "Del mar a mi mesa" de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, la promoción de desarrollar sistema alimentarios sustentables., a través del programa de consumo responsable y las nuevas directrices de la JUNAEB para propiciar el aumento del consumo de pescado en los menús del Programa de Alimentación Escolar. Además, se ha constituido desde el año 2017 la Corporación PROPECADO de carácter privado, que tiene la meta de transformarse en el líder en la gestión para el fomento del consumo de pescado a nivel nacional, con el apoyo de financiamiento público y privado. El consumo de Chile según registros del 2013, llegó a los 13,2 kg por persona (peso vivo), mientras que en Perú este valor superó los 22,0 kg, y en el contexto internacional ocupamos una posición distante del promedio mundial de 20,0 kg que ha establecido la FAO.

Sin embargo, las actuales condiciones del sistema de distribución y comercialización de productos pesqueros frescos, no da cuenta de los requisitos mínimos que aseguren la calidad e inocuidad, así como también, muestra de distorsiones propias de mercados concentrados con fuertes rasgos de ilegalidad, afectando el precio y disponibilidad del recurso hacia el consumidor final.

Dado lo anterior, un aspecto importante para fomentar el consumo de pescado en Chile es disponer de una adecuada cadena de distribución y comercialización mayorista, en la actualidad se han definido una serie de aspectos críticos en la cadena de distribución y comercialización que no permiten disminuir las distorsiones de precios, garantizar la calidad, la legalidad y la disponibilidad hacia el consumidor final de los productos pesqueros frescos en Chile.

Desde otra perspectiva, nuestro país basa parte de su desarrollo en la exportación de recursos naturales marinos, no obstante, es evidente el deterioro de las pesquerías, con el 70% en condición de sobreexplotada o en colapso (Subpesca, 2018). Entre las pesquerías que se encuentran agotadas o sobre-explotadas, se identifican especies muy populares en la mesa chilena, tales como el congrio dorado y la merluza común y otras de reconocimiento creciente, como la merluza del sur.

Un aspecto positivo de este escenario, es que los cambios recientes en la forma en que se manejan los recursos pesqueros en Chile, pueden ayudar a recuperar las pesquerías agotadas y sobre-explotadas. Pero las severas restricciones de captura que se han implementado en los últimos años han producido resistencia en grupos de pescadores, que se expresan mediante la pesca y el comercio ilegal de volúmenes importantes de pescados y mariscos, principalmente en el mercado doméstico.

Si bien en las últimas décadas el mercado externo ha absorbido un enorme porcentaje de la producción pesquera chilena, este nuevo escenario potencia la responsabilidad de los actores de la cadena productiva y comercial local respecto del futuro de las pesquerías que dan origen a los productos comercializados.

Desde fines de la década de los noventa asomó en el mundo cada vez con mayor fuerza un movimiento denominado "*Sustainable seafood movement*". Un punto de inflexión de ese proceso fue la creación en 1997 de un sello comercial, un certificado, que casi 20 años después se ha transformado prácticamente en una tendencia del mundo de los productos pesqueros: el *Marine Stewardship Council*, a 10 años de su creación hubo un segundo punto de inflexión: en 2007, un gigante del comercio minorista, Wal-Mart USA, adoptó dicho estándar como la meta para todos sus proveedores de productos pesqueros y se ha logrado transitar de una situación en la cual los mercados europeo y norteamericano eran parcialmente responsables por el agotamiento de los recursos pesqueros propios y de otros países a un escenario en el cual esos mismos mercados exigen pesca responsable y sustentabilidad como valor agregado a los productos del mar.

En el escenario descrito, en el cual a nivel nacional se ha gestado un escenario propicio, para promover el aumento de consumo de pescados y mariscos en Chile, pero que esta iniciativa

necesariamente requiere de disponer de herramientas, para incentivar el consumo responsable, una las cuales es la implementación de buenas prácticas de abastecimiento de productos del mar que son certificadas por sellos, que definen un estándar de gestión que favorece este fin.

En este sentido, la propuesta de mejoramiento del "Sello Azul" y su estrategia de implementación descrita en este informe, en base a los lineamientos estratégicos del aumento del consumo de pescado y mariscos; la aplicación de los estándares internacionales para fortalecer su credibilidad para los consumidores y la consideración de planes comunicacionales que con mensajes adecuados que permitan su sociabilización efectiva, representa una iniciativa viable para promover el consumo responsable de recursos marinos, a través de la implementación de un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal en establecimiento de expendio y consumo, asociado a cadenas cortas de distribución que facilitarían su control e implementación, en restaurante, caletas de la pesca artesanal, casinos, salas de venta de *Retail* y carros de venta de ferias libres.

No obstante, será necesario encauzar que la promoción del "Sello Azul" en el mediano plazo contribuya a la estructuración de un código de conducta de los productores y de los consumidores que considere:

- I. Los productos pesqueros extraídos, transformados, transportados, almacenados y/o comercializados deben ser acreditado en su origen legal e informados en el sistema de trazabilidad, a través de los procedimientos que establece el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura.
- II. Se deben respetar para todo producto pesquero (peces o mariscos), las medidas de administración establecidas por la autoridad pesquera.

En apoyo a lo descrito, será sustantivo gestionar un sistema de información de fácil acceso que resuma el estatus de las pesquerías de interés comercial en Chile, describir en detalle actualizado de las medidas de administración (tallas mínimas y vedas) que publica SERNAPESCA, agregando a la misma una elaboración propia sobre las especies que no se encuentran bajo regímenes de manejo y acompañada de sugerencias de conducta para la cadena de valor de modo que esta ayude a mantener y/o recuperar la sustentabilidad de las pesquerías. En este contexto, la Guía de Buenas Prácticas Pesqueras dirigida a la cadena de comercialización y distribución, con énfasis en los pescadores artesanales, representa un instrumento de gestión, para promover la pesca responsable y fortalecer su difusión.

En concordancia con lo anterior, será estratégico concebir que la forma más simple e impactante de transmitir los atributos de un producto es a través de un sello. En este caso, en el servicio de gastronomía marina, en Restaurante especializados en este rubro; en los lugares de venta directa ya sea en salas de venta de supermercados, salas de venta asociadas en plantas de proceso pesquero; en carros de venta en las ferias libres y en caletas de pesca artesanal y el atributo principal que se deberá comunicar es la conducta responsable de la cadena de valor para asegurar la sustentabilidad de los recursos pesqueros.

La fuerza de un sello depende de su aceptación por el público y la cadena de valor. Para ello, junto al fortalecimiento de sus atributos intrínsecos (objetivos claros, transparencia, rigurosidad, información), debe realizarse un esfuerzo significativo para crear su prestigio público y, por lo tanto, su demanda.

5.6 Guía de Buenas prácticas pesqueras

Las Guías de Buenas Prácticas de Pesca, se reconocen como las actividades y procesos que son efectuados de manera correcta de acorde a la legislación actual vigente, el objetivo fundamental es el buen uso de los recursos pesqueros, métodos y artes de pesca, tomando siempre en cuenta el respeto al medio ambiente y sus recursos naturales. De modo que es un instrumento de gestión que establece principios y conductas articulados entre sí y con consenso entre los actores relevantes, para integrar la conservación y el desarrollo. Con el fin superior de alcanzar un equilibrio entre los intereses de los involucrados en la actividad, el mantenimiento de los procesos claves de los ecosistemas y la conservación de la biodiversidad.

En este contexto, la Guía de Buenas Prácticas Pesqueras para la pesca artesanal elaborada en este proyecto, es una contribución para iniciar un proceso de empoderamiento de este subsector de la pesca artesanal de prácticas responsables en su quehacer, por su rol clave en la seguridad alimentaria nacional. Puesto que, representan un importante subsector productivo conformado por 90.632 pescadores, que operan a través del litoral nacional, suministrando alimentos de alto valor nutritivo con innegables beneficios para la salud para la población nacional (Subpesca, 2018).

Cabe destacar, que en los últimos años el código alimentario se ha convertido en un punto de referencia mundial para los consumidores, productores y elaboradores de alimentos, organismos nacionales de control de los alimentos y el comercio alimentario internacional, inclusive a nivel nacional, junto con la legislación nacional de las medidas sanitarias para la manipulación de alimentos. No obstante en Chile no existe una Guía que integre en un sólo documento los aspectos de conservación, sanitarios y reglamentarios para las cadenas cortas de comercialización que se insertan en las caletas de la pesca artesanal en el litoral nacional, en un formato de fácil acceso, con contenidos comprensivos, ilustrado y con mensajes de conductas de fácil aplicación y de sostenibilidad en el tiempo para los actores de estas cadenas considerando no sólo al pescador, sino que también a los actores de la comercialización y los consumidores.

Finalmente, cabe destacar que recientemente el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura ha publicado un Manual de Buenas Prácticas Pesqueras con foco en los pescadores artesanales y con acento en el ordenamiento pesquero, documento que es complementario a la descrita Guía de Buenas Prácticas elaborada en el presente proyecto.

5.7 Factibilidad técnica y económica para implementación de la versión Sello Azul 2.0.

La valorización de los costos asociados a la operación en régimen el nuevo Sello Azul permiten constatar que el gasto total anual ascendería a \$ 250.084.344, valor que incluye un total de diez funcionarios con dedicación exclusiva distribuidos a nivel de todo el país y todos los gastos asociados al desarrollo de las campañas comunicacionales y de difusión , capacitación de los potenciales usuarios del Sello Azul y gastos menores asociados a traslado de los funcionarios para el desarrollo de reuniones y visitas a las instalaciones de los potenciales usuarios del Sello.

Cabe señalar que se espera que el costo asociado al personal no constituya un aumento en los gastos del Sernapesca, toda vez que se espera que este personal sea reasignado desde otras funciones que estén desarrollando al interior del Servicio en el área de la fiscalización pesquera. Asimismo, los gastos asociados a la infraestructura física y tecnológica no fueron incorporados en las valorizaciones por considerar que el Sernapesca ya cuenta con dichos elementos a disposición del personal que sería asignado a estas nuevas funciones.

Una estimación del costo de las primeras fases de instalación e implementación gradual del Sello Azul, que se han programado para ser desarrolladas en 2 años, tendría un costo total de \$45.820.160.

En relación al diferencial de presupuesto requerido para la puesta en marcha y operación en régimen del nuevo Sello Azul, respecto del presupuesto actual del programa de "Consumo Responsable", este sería del 100%, pues como se indicó precedentemente, este programa en la actualidad no cuenta con presupuesto propio.

6 Conclusiones

En términos comparativos, fue posible constatar que el "Sello Azul" no se encuentra normado bajo criterios de certificación alineados con las Directrices de FAO para la Certificación de Productos del Mar, no cumple con estándares de sostenibilidad internacionales relevantes como lo son los Principios de Credibilidad de ISEAL, ni incluye un código de buenas prácticas para establecer estándares sociales y ambientales como la gran mayoría. Del mismo modo, se observa que el "Sello Azul" no cuenta con una gobernanza transparente de dominio público, escasamente certifica la trazabilidad de los productos, y no cuenta con esfuerzos adecuados para crear conciencia y sensibilizar a los interesados.

En este sentido, la propuesta de mejoramiento del "Sello Azul" descrita en este informe, en base a los lineamientos estratégicos del aumento del consumo de pescado y mariscos; la aplicación de los estándares internacionales para fortalecer su credibilidad para los consumidores y la consideración de planes comunicacionales que con mensajes adecuados que permitan su sociabilización efectiva, representa una iniciativa viable para promover el consumo responsable de recursos marinos, a través de la implementación de un sistema de gestión para el abastecimiento de pesca legal en establecimientos de expendio y consumo, asociado a cadenas cortas de distribución que facilitarían su control e implementación, en restaurante, salas de venta de *Retail* carros de venta de ferias libres, casinos y caletas de la pesca artesanal.

La estrategia de implementación del nuevo modelo del "Sello Azul", reconoce en los siguientes factores como los estructurales para su gestión:

- ✓ **Trazabilidad:** El establecimiento de un vínculo operativo y funcional entre los usuarios del Sello y sus proveedores, incorporando elementos que permiten la verificación física de la cadena de comercialización mediante el uso de tecnologías modernas para el etiquetado y seguimiento desde el origen a los puntos de consumo, fomentando la creación de cadenas cortas de comercialización que facilitan la trazabilidad.
- ✓ **Gradualidad:** El modelo de certificación del "Sello Azul" distingue dos áreas de intervención donde los esfuerzos y metodologías para la implementación del Sello serán distintas, por un lado, tenemos los establecimientos instalados donde se expenden y consumen productos del mar y por otro, los territorios adscritos a las Caletas.

El plan de implementación se propone entonces sea abordado en una fase inicial con énfasis en supermercados y restaurantes y luego un trabajo más paulatino con las caletas y ferias libres.

- ✓ **Alianzas estratégicas:** Con el objeto de potenciar la cobertura e impacto de los mensajes, se propone la formalización de convenios de cooperación para el acceso a la información general y específica de consumo responsable de pescados y mariscos entre el

SERNAPESCA y los gobiernos locales, asociaciones de productores pesqueros y organizaciones de fomento del consumo alimentos y turismo.

- ✓ **Comunicación:** El proceso de difusión y promoción se considera estratégico y central para el éxito del proceso de implementación y mantención en el tiempo del "Sello Azul". La política de difusión y promoción que se propone se basa principalmente en el concepto de la nueva Economía Participativa, donde las opiniones de los consumidores en las redes sociales generan sinergias que gatillan el éxito o fracaso comercial de los negocios.

Finalmente, en perspectiva la aplicación del Sello azul en los establecimientos de venta y consumo de pescados y mariscos como un estándar voluntario de consumo responsable, debería en el mediano plazo, reducir significativamente el impacto de la pesca ilegal sobre la sustentabilidad del sector pesquero; el mejoramiento de la calidad del producto; potencialmente reducir los costos operativos y mejorar la imagen corporativa de los establecimientos adscritos, que representa una ventaja competitiva en el mercado objetivo.

7 Referencias bibliográficas

7.1 Antecedentes

- ONU, 2015. [w.w.w.un.org. /sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-susutentable](http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-susutentable)

7.2 Mapeo de actores

- Bericat, E., 1998. La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Editorial Ariel.S.A. Barcelona. 189 pp.
- Reed, MS, A. Graves, N. Dandy, H. Posthumus, K. Hubacek, J. Morris, C. Prell, C.H. Quinn, L.C. Stringer. 2009. *Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management*. Journal of Environmental Management 90 1933–1949
- Tapella, E. 2007. El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario. Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI).
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Capacity WORKS: Gestión de la Cooperación en la Práctica - Diseñar Cambios Sociales con Capacity WORKS (2014).

7.3 Análisis de la Cadena de distribución y comercialización de pescados y mariscos en Chile

- Villena, M., 2012 *Diagnóstico del consumo interno de productos pesqueros en Chile. Informe final*. SCL Econometrics – Estudio financiado por Subsecretaría de Pesca y Acuicultura. 192 pp.

7.4 Levantamiento de iniciativas similares

- 2019. Sitio web COMEPESCA MÉXICO. <http://www.comepesca.com>
- 2019. Sitio web CONAPESCA. <https://www.gob.mx/conapesca>
- 2019. Sitio web Pesca con Futuro <http://pescaconfuturo.com>
- 2019. Sitio web A Comer Pescado Perú. <http://www.acomerpescado.gob.pe>
- ASMI, 2019. *Alaska Seafood Marketing Institute*. www.alaskaseafood.org
- Caddy, John F. 1996. A Checklist for Fisheries Resource Management Issues from the perspective of the FAO Code of Conduct for Responsible Fisheries. FAO Fisheries Circular No. 917 FIRM/C917, FAO, Rome.
- Chaffee, C., Leadbitter, D. & Aalders, E. 2004. *Seafood evaluation, certification and consumer information*. In: *Eco-labelling in Fisheries: what is it all about?* (Phillips, B., Ward, T & Chaffee, C., Eds), pp 34-13, Blackwell Science, Oxford.

- Deere, C. 1999. *Eco-labelling and Sustainable Fisheries*, 32 p. IUCN, Washington D.C. and FAO, Rome.
- ELI.2012. *Seafood Certification based on FAO Guidelines and Code of Conduct: A Credible Approach*. Environmental Law Institute. July 2012
- FAO. 1995. *Code of Conduct for Responsible Fisheries*, 41p, FAO, Rome
- FAO.2001. *Product certification and ecolabelling for fisheries sustainability*. FAO Fisheries Technical Paper. FAO. Rome. 2001
- FAO. 2008. *Technical Guidelines on Aquaculture Certification*, COFI/AQ/IV/2008/3, 21p, FAO, Rome.
- FAO. 2009. *Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Marine Capture Fisheries*. Revision 1, 97p, FAO, Rome.
- FAO. 2011a. *Private standards and certification in fisheries and aquaculture. Current practice and emerging issues*. FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper, 553. FAO, Rome.
- FAO. 2011b. *Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Inland Capture Fisheries*, 106p, FAO, Rome.
- FOS. Fisheries Friend of the Sea. www.friendofthesea.org.
- González-Benito, Javier & González-Benito, Oscar. 2005. *An Analysis of the Relationship between Environmental Motivations and ISO 14001 Certification*. British Journal of Management. 16: 133–148.
- Gopal, T.K. Srinvasa & M.R. Boopendranath. 2013. *Seafood Ecolabelling*. *Society of Fisheries Technologist* (India), Fishery Technology 50: 1-10
- Grabacki, Stephen T. 2008. *Sustainable management of Alaska's fisheries*.
- GSSI. *Global Sustainable Seafood Initiative*. www.ourgssi.org
- IRF. *Iceland Responsible Fisheries*. www.responsiblefisheries.is.
- KRAV *Fishing*. www.krav.se
- MSC. *The Marine Stewardship Council*. London. www.msc.org
- Naturland Standards. 2019. *Sustainable Capture Fishery*. Version 05/2019.
- Naturland wildfish. www.naturand.de
- Ocean Wise. www.ocean.org.
- Ocean Wise Seafood Program. www.seafood.ocean.org
- Principios de Credibilidad de ISEAL. 2013. *Principios para la creación de sistemas de estándares de sostenibilidad creíbles y efectivos*. ISEAL Alliance. Junio 2013
- Responsible Fisheries Management Standard. 2016. *Iceland Responsible Fisheries Foundation. Requirements for Certification of a Fish Stock as Having "Responsible Fisheries Management"*.
- Standards for KRAV. *Certified Production 2019-2010 Edition*.
- Subpesca, 2018 *Plan estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile*. 72pp.

7.5 Análisis encuesta on-line

- Bryer, Jason, and Kimberly Speerschneider. 2016. *Likert: Analysis and Visualization Likert Items*. <https://CRAN.R-project.org/package=likert>.
- Freedman Ellis, Greg. 2019. *Srvyr: 'Dplyr'-Like Syntax for Summary Statistics of Survey Data*. <https://CRAN.R-project.org/package=srvyr>.
- Heinzen, Ethan, Jason Sinnwell, Elizabeth Atkinson, Tina Gunderson, and Gregory Dougherty. 2019. *Arsenal: An Arsenal of 'R' Functions for Large-Scale Statistical Summaries*. <https://CRAN.R-project.org/package=arsenal>.
- Hofner, Benjamin. 2019. *papeR: A Toolbox for Writing Pretty Papers and Reports*. <https://CRAN.R-project.org/package=papeR>.
- INE, 2018. *Informe de Principales Resultados VIII Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), Departamento de Presupuestos Familiares*. <http://www.ine.cl/estadisticas/ingresos-y-gastos/epf>.
- Koziol, Natalie, and Chris Bilder. 2014. *MRCV: Methods for Analyzing Multiple Response Categorical Variables (Mrcvs)*. <https://CRAN.R-project.org/package=MRCV>.
- Lumley, Thomas. 2004. "Analysis of Complex Survey Samples." *Journal of Statistical Software* 9 (1): 1–19.
- 2019. "Survey: Analysis of Complex Survey Samples."
- R Core Team. 2019. *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. Vienna, Austria: R Foundation for Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>.
- Revelle, William. 2018. *Psych: Procedures for Psychological, Psychometric, and Personality Research*. Evanston, Illinois: Northwestern University. <https://CRAN.R-project.org/package=psych>.
- Wickham, Hadley. 2016. *Ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis*. Springer-Verlag New York. <https://ggplot2.tidyverse.org>.
- Xie, Yihui. 2014. "Knitr: A Comprehensive Tool for Reproducible Research in R." In *Implementing Reproducible Computational Research*, edited by Victoria Stodden, Friedrich Leisch, and Roger D. Peng. Chapman; Hall/CRC. <http://www.crcpress.com/product/isbn/9781466561595>.
- 2015. *Dynamic Documents with R and Knitr*. 2nd ed. Boca Raton, Florida: Chapman; Hall/CRC. <https://yihui.name/knitr/>.
- 2019. *Knitr: A General-Purpose Package for Dynamic Report Generation in R*. <https://yihui.name/knitr/>.
- Xie, Yihui, J. J. Allaire, and Garrett Grolemond. 2018. *R Markdown: The Definitive Guide*. Boca Raton, Florida: Chapman; Hall/CRC. <https://bookdown.org/yihui/rmarkdown>.

7.6 Estrategia de implementación del nuevo modelo del "Sello Azul"

- PNUMA, 2017. Orientaciones para el suministro de información relativa a la sustentabilidad de los productos: Una guía mundial para elaborar afirmaciones ambientales, sociales y económicas eficaces, a fin de empoderar a los consumidores y facilitar su elección. 64pp.

Anexos

Anexo 1 - Registro documental y grafico

Anexo 2 - Cuestionario entrevistas para informantes claves

Anexo 3 - Diseño de encuesta on-line y grupos focales

Anexo 4 - Entrevista Informantes claves

Anexo 5 - Sistematización respuestas de usuarios "Sello Azul"

Anexo 6 - Seguimiento fotográfico visualización "Sello Azul"

Anexo 7 - Presentación propuesta de mejora al "Sello Azul"

Anexo 8 - Resultados, conclusiones y recomendaciones de los Talleres

Anexos 9 – Material gráfico de difusión "Sello Azul".

Anexos 10 – Actas de reunión con contraparte técnica.

Anexo 11 – Levantamiento de información de Caletas.

Anexo 12 – Guía de buenas prácticas.

Anexo 13 - Carta FIPA, respuesta a FIPA y validación material.

**Anexo 14 - Carta entrega impreso recibido Oficina Partes + guía despacho
+ aviso entrega**