



## **MEMORIA ANUAL DE GESTIÓN INSTITUCIONAL 2025**

### **Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia (ACOVAL de Los Ríos)**

#### **I. Introducción Institucional y Marco Estatutario**

La Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia, denominada también en su quehacer público e institucional como «Asociación de Consumidores ACOVAL» o «ACOVAL Los Ríos», se erige como un actor fundamental en la promoción y defensa ciudadana. Nuestra entidad se encuentra legalmente inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores bajo el Número 3-10 AC, contando con su personalidad jurídica plenamente vigente y con domicilio en la comuna de Valdivia, Región de Los Ríos.

Conforme a lo consagrado en nuestros estatutos, la misión central de la Asociación es proteger, informar, representar y educar a los consumidores y consumidoras, asumiendo la defensa de sus derechos con absoluta independencia de cualquier interés económico, comercial o político. Para dar estricto cumplimiento a esta misión, nuestro marco de acción se estructura en base a la Ley N° 19.496, desarrollando actividades orientadas a informar y educar a los consumidores, brindarles asesoría especializada, estudiar y proponer políticas públicas, efectuar investigaciones en el área del consumo, y ejecutar proyectos mediante el Fondo Concursable.

El gobierno y la administración superior de nuestra institución están a cargo de un Directorio dedicado a hacer cumplir los acuerdos y materializar las políticas fijadas por la Asamblea. La directiva que lidera la Asociación para el período vigente (hasta el 30 de abril de 2026) está conformada por Eduardo Ramírez Blamey (Presidente), Jesús Eugenio Eugenio (Vicepresidente), Ricardo Norambuena (Secretario), Luis Contreras León (Tesorero), y los directores Javier Rodríguez Tureo, Cecilia Lagos Paredes y Jorge Villanueva Ormeño.

#### **II. Análisis Global de Gestión Institucional**

Durante el ejercicio reportado, la capacidad operativa y técnica de ACOVAL alcanzó un nivel histórico de gestión. Hemos logrado materializar nuestra misión estatutaria articulando un portafolio estratégico de cinco proyectos adjudicados a través del Fondo Concursable del



SERNAC. En su conjunto, han generado un impacto transformador, priorizando la educación financiera, la defensa de derechos, el consumo sustentable, la descentralización de la información y la generación de conocimiento empírico.

### **1. Apalancamiento Financiero y Ejecución de Recursos**

La excelencia técnica en la formulación de nuestras propuestas nos permitió captar un financiamiento público total que asciende a \$93.332.811. Esta cifra refleja la envergadura de nuestra operación y se desglosa en las siguientes cinco iniciativas:

Proyecto "ACOVAL en Acción IV": \$27.249.000.

Proyecto "Pienso y luego consumo 2da temporada": \$20.781.097.

Proyecto "Agua para la vida 2": \$18.882.714.

Proyecto "Derechos de los Consumidores Migrantes": \$14.100.000.

Proyecto "Estudio Feria Central Techada": \$12.320.000.

### **2. Alcance Ciudadano, Diversidad de Públicos y Atención Integral**

El trabajo institucional de este período destaca por abarcar a una amplia diversidad de grupos objetivos. A nivel global, logramos:

**Educación Ambiental y Juventud:** A través del proyecto enfocado en recursos hídricos, logramos formar directamente a 51 estudiantes y 12 docentes pertenecientes a 5 establecimientos educacionales de Valdivia, superando la meta original de 50 alumnos y 10 profesores.

**Asesoría e Intervención en Terreno:** Se entregaron más de 330 asesorías jurídicas gratuitas a consumidores, se ejecutaron 208 inducciones rápidas en espacios públicos y se aplicaron 310 encuestas ciudadanas presenciales en ferias libres.

**Participación y Formación:** Sumamos a decenas de ciudadanos en instancias participativas, destacando 14 personas migrantes en grupos focales, 21 asistentes en hitos formativos para migrantes, y cientos de asistentes a nuestras 6 charlas sobre deberes y derechos del consumidor.

### **3. Despliegue Territorial y Descentralización**



Nuestra gestión consolidó un alcance que superó las fronteras de la capital regional, logrando irradiar nuestras actividades, intervenciones físicas y difusión mediática a las 12 comunas que componen la Región de Los Ríos. Se concretaron al menos 15 intervenciones ciudadanas presenciales en comunas como Valdivia, Máfil, Los Lagos, Futrono y La Unión.

#### **4. Ecosistema Digital, Mediático y Alfabetización Masiva**

La Asociación logró un impacto comunicacional robusto en este período:

Rozamos el millón de impactos digitales, alcanzando 942.587 impresiones orgánicas y pagadas en nuestras redes sociales (Facebook e Instagram) para la campaña preventiva de ACOVAL en Acción.

Consolidamos nuestra presencia en medios tradicionales, emitiendo campañas y documentales mediante convenios estratégicos con 8 radioemisoras de cobertura regional, 2 canales de televisión locales y la emisión de 3 spots educativos enfocados en el cuidado del agua.

#### **5. Generación de Conocimiento para la Política Pública**

La Asociación se posicionó como un centro generador de evidencia técnica, concluyendo investigaciones clave para la toma de decisiones:

Levantamos evidencia científica que respalda, con un 93,9% de aprobación, la viabilidad social del proyecto "Feria Central Techada" en Valdivia.

Documentamos por primera vez de manera cualitativa las barreras y experiencias de discriminación de la población migrante venezolana en el mercado local.

### **III. Detalle de Proyectos Ejecutados**

#### **1. ACOVAL en Acción IV: Derechos del consumidor en redes, territorio y medios**

Encargado: Luis Germán Contreras León.

Fecha de ejecución: Año 2025 (julio a noviembre).

Financiamiento: Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (1er Llamado 2025).

Monto: \$27.249.000.



Objetivo: Reducir el desconocimiento de los derechos y deberes del consumidor en la Región de Los Ríos mediante acciones de información, orientación legal y despliegue territorial.

Beneficiarios: Más de 330 atenciones jurídicas; 208 inducciones; cientos de asistentes a 6 charlas; 942.587 impresiones digitales.

Actividades: 15 intervenciones presenciales en diversas comunas; 6 seminarios; asesorías jurídicas con derivaciones institucionales; campañas digitales masivas.

## **2. Pienso y luego consumo. 2da temporada del podcast de ACOVAL sobre consumo responsable**

Encargada: Bernarda Aucapan Millaquipai.

Fecha de ejecución: Año 2025.

Financiamiento: Fondo Concursable (1er Llamado 2025).

Monto: \$20.781.097.

Objetivo: Educar y generar conciencia sobre consumo informado, educación financiera y sobreendeudamiento.

Beneficiarios: Habitantes de las 12 comunas mediante cobertura radial y televisiva regional.

Actividades: Producción de 10 capítulos audiovisuales; entrevistas a especialistas; emisión en radios y TV; difusión en plataformas digitales y campaña radial.

## **3. Derechos de los Consumidores Migrantes Venezolanos en Valdivia: Percepciones y Desafíos**

Encargado: Luis Germán Contreras León.

Fecha de ejecución: Año 2025 (agosto a noviembre).

Financiamiento: Fondo Concursable (2do Llamado 2025).

Monto: \$14.100.000.

Objetivo: Identificar barreras y experiencias de consumo de población migrante venezolana en Valdivia.



Beneficiarios: 14 participantes en grupos focales; 21 asistentes en hito presencial; 15.700 personas alcanzadas digitalmente.

Actividades: Grupos focales; informe final; hito público de cierre; difusión digital y en medios regionales.

#### **4. Estudio sobre percepciones y expectativas de consumidores en el proyecto Feria Central Techada**

Encargado: Eduardo Ramírez Blamey.

Fecha de ejecución: Año 2025 (agosto a septiembre).

Financiamiento: Fondo Concursable (2do Llamado 2025).

Monto: \$12.320.000.

Objetivo: Conocer percepciones ciudadanas sobre la implementación de una feria central techada.

Beneficiarios: 310 ciudadanos encuestados; 1.000 personas informadas por campañas.

Actividades: Diseño de instrumento; aplicación de encuestas; análisis de datos (93,9% de apoyo); informe final; difusión audiovisual y radial.

#### **5. Agua para la vida 2: Formación de Embajadores de Consumo Responsable de Agua**

Encargado: Jesús Eugenio Eugenio.

Fecha de ejecución: Año 2025 (septiembre a noviembre).

Financiamiento: Fondo Concursable (1er Llamado 2025).

Monto: \$18.882.714.

Objetivo: Implementar un programa de educación ambiental sobre consumo sostenible de agua potable dirigido a estudiantes de tercero medio.

Beneficiarios: 51 alumnos y 12 docentes de 5 establecimientos educacionales.

Actividades: Capacitaciones en la cuenca de Llancahue; entrega de material pedagógico; difusión en redes; emisión de spots radiales; ceremonia de certificación con 41 asistentes.



#### **IV. Conclusión y Proyecciones Institucionales**

El cierre del presente ejercicio confirma la consolidación de ACOVAL de Los Ríos como un pilar en la defensa ciudadana. La adjudicación y ejecución de cinco proyectos estratégicos, con una inversión pública superior a los 93 millones de pesos, demuestra nuestra madurez institucional, probidad y capacidad técnica.

Durante este período, fortalecimos el despliegue territorial, ampliamos nuestra cobertura mediática y diversificamos nuestras áreas de intervención, incorporando el consumo sustentable, la inclusión migrante y la generación de evidencia técnica para la política pública.

La información levantada constituye hoy un insumo relevante para el Estado y para la toma de decisiones locales. El Directorio reafirma su compromiso de continuar trabajando por la reducción de asimetrías en el mercado, el empoderamiento ciudadano frente al sobreendeudamiento y las cobranzas abusivas, y la promoción de un consumo responsable y sustentable.

Agradecemos la confianza de las y los ciudadanos, estudiantes, medios de comunicación e instituciones públicas que participaron en nuestras iniciativas. Su compromiso es el motor que impulsa a ACOVAL a seguir construyendo un mercado más justo, transparente y sustentable para el sur de Chile.