

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

INFORME ETAPA 3

"REPOSICIÓN MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN"

COMUNA DE CONCEPCIÓN

ID:5407-155-LR23

ETAPA: 3

CONSULTORA: Crisosto Smith Arquitectos + 6280 Arquitectura Limitada

andrescrisosto@crisosto.cl

contacto@LopeteguiArellano.com

Francisca Leighton Rivera

Trabajadora Social

CONTRAPARTE TÉCNICA: SERVIU BIOBIO

enero, 2026

ÍNDICE

1. Introducción:	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
2. Enfoque y Metodología	6
Perspectiva de Educación Social y el Trabajo Social Urbano	6
4. Ejecución del Plan de Participación Ciudadana	11
Tabla resumen de actividades ejecutadas por el equipo	11
Tabla de actividades Etapa 3 y descripción metodológica – Mes Octubre	14
Tabla de actividades Etapa 3 y descripción metodológica – Mes Noviembre	21
Desarrollo de Talleres y reuniones informativas:	23
Tabla de actividades Etapa 3 y descripción Metodológica – Meses Diciembre y enero	29
5. Validación Social y metodológica	57
6. Resultados y Análisis	59
Resultados Cualitativos de los procesos presenciales	59
Inclusión, accesibilidad y cuidado - Análisis Cualitativo de percepciones	59
Experiencia de uso cotidiano del Mercado y condiciones de permanencia - Análisis cualitativo de prácticas, recorridos y percepción del espacio	60
Economía local, oficios y formas de inclusión productiva - Análisis cualitativo del Mercado como espacio económico-social	62
El Mercado como espacio público educativo y comunitario - Análisis cualitativo del rol social, cultural y formativo del Mercado	63
Gobernanza, protocolos y confianza en el espacio - Análisis cualitativo de gestión, seguridad y legitimidad social	64
Análisis Interpretativo de los Resultados de la Consulta Ciudadana Web	66
Cruce Análisis cualitativo y resultados Consulta Ciudadana Digital	68
Inclusión, accesibilidad y cuidado	68
Experiencia de uso cotidiano y espacio público	69
Economía local, identidad y materialidad	69
Oferta gastronómica y proyección del Mercado	70
Equilibrio entre patrimonio y propuesta contemporánea	70
Cuadro resumen de Análisis de Resultados y Hallazgos	71

1. Introducción:

La Etapa 3 del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción corresponde al desarrollo del anteproyecto de arquitectura, instancia clave en la cual se consolida el diseño técnico definitivo del nuevo recinto. Esta fase tiene como eje central la validación ciudadana del anteproyecto, con el objetivo de garantizar su pertinencia social, funcionalidad urbana y sentido de apropiación colectiva. A diferencia de las etapas anteriores, orientadas a la exploración de alternativas de diseño, esta etapa profundiza el vínculo entre lo proyectado y los aportes concretos de la comunidad.

Este proceso de participación ciudadana se fundamenta en los resultados obtenidos durante la Etapa 2, en la cual se levantaron propuestas específicas para los distintos espacios funcionales del mercado, todas ellas bien acogidas por la comunidad. Esta recepción positiva evidenció no solo el compromiso de los actores locales, sino también la coherencia, legitimidad y profundidad de los aportes realizados.

Sobre esa base, el presente informe desarrolla la planificación general de las actividades participativas de la Etapa 3, bajo un enfoque de Educación Social, orientado a fomentar procesos de aprendizaje ciudadano en torno al entorno urbano, los derechos colectivos, la memoria patrimonial y el diseño del hábitat público. Se promueve así una participación activa, reflexiva e informada, en la que la ciudadanía no solo emite opinión, sino que también comprende, dialoga e incide como sujeto constructor de la ciudad.

En paralelo, la metodología propuesta considera la articulación de espacios deliberativos, dispositivos de consulta y mecanismos de retroalimentación, que faciliten el intercambio entre los equipos técnicos y la comunidad. Se contemplan además actividades secuenciales orientadas a asegurar cobertura territorial, accesibilidad e inclusión, poniendo especial énfasis en los locatarios actuales del mercado, habitantes del centro histórico de Concepción, visitantes frecuentes, organizaciones sociales, y actores vinculados al comercio, la cultura y el turismo.

Objetivo General

Generar iniciativas que permitan la validación del anteproyecto arquitectónico del nuevo Mercado Central desde una perspectiva ciudadana y educativa, garantizando una óptima información sobre las decisiones técnicas respecto a los principios, ideas y expectativas previamente levantadas por la comunidad.

Objetivos Específicos

- 1) Socializar el anteproyecto con actores relevantes mediante materiales accesibles y actividades pedagógicas.
- 2) Verificar la trazabilidad de los aportes ciudadanos integrados al diseño final.
- 3) Recoger observaciones finales sobre el diseño desde un enfoque de uso cotidiano y experiencia territorial.
- 4) Fortalecer la apropiación simbólica del proyecto como espacio público identitario.
- 5) Evaluar la percepción ciudadana sobre el proceso participativo completo.

Tabla de Complementariedad de los resultados de la Etapa 2 y los Objetivos de la Etapa 3:

Resultados de la Etapa 2	Objetivos de la Etapa 3 que se relacionan directamente	Forma de articulación
Levantamiento de múltiples propuestas ciudadanas para espacios específicos (cocinerías, circulación, patios, oficios, etc.)	Objetivo 1: Socializar el anteproyecto. Objetivo 2: Verificar integración de aportes.	El anteproyecto debe reflejar visualmente estas propuestas, y la ciudadanía debe poder identificar su contribución en planos, renders y láminas.
Buena recepción general de las alternativas por parte de la comunidad	Objetivo 4: Fortalecer apropiación simbólica.	La validación del diseño como algo "propio" se basa en la memoria positiva de la etapa anterior. Se deben usar frases textuales recogidas y fotos de la etapa 2 como insumos emocionales y comunicativos.
Participación amplia y diversa de actores sociales (locatarios, usuarios, visitantes, estudiantes, adultos mayores, etc.)	Objetivo 1: Socializar de forma accesible. Objetivo 3: Recoger observaciones puntuales.	La metodología de la Etapa 3 debe considerar la misma diversidad territorial y demográfica, usando formatos adaptados a cada grupo.
Solicitudes de integración patrimonial, identidad local y espacio para cultura	Objetivo 2: Verificar integración de aportes. Objetivo 3: Recoger ajustes.	La validación en esta etapa debe dejar explícito cómo y dónde se integran esas dimensiones (ej.: señalética histórica, patios culturales, materialidad).
Percepción positiva del proceso participativo	Objetivo 5: Evaluar percepción del	Se debe aplicar una encuesta o entrevistas breves para cerrar el ciclo participativo, reconociendo

	proceso completo.	avances y también mejoras necesarias.
--	-------------------	---------------------------------------

2. Enfoque y Metodología

Perspectiva de Educación Social y el Trabajo Social Urbano

El enfoque metodológico se basa en los principios del Trabajo Social Urbano y de la Educación Social, entendiendo que la ciudad es un espacio de aprendizaje colectivo y que los procesos participativos deben permitir a las personas comprender, dialogar y transformar sus territorios.

Desde esta perspectiva, se diseñarán actividades que no solo informen, sino que también eduquen en torno al diseño urbano, la memoria territorial, los derechos ciudadanos y la gestión participativa del espacio público. Se priorizan estrategias de diálogo horizontal, producción colaborativa de significados y reconocimiento del saber comunitario. Cada actividad se convierte así en una instancia de aprendizaje compartido, donde se refuerzan valores de corresponsabilidad, democracia y sostenibilidad urbana.

A continuación, y según los resultados asociados a la Etapa 2, se presentan los desafíos asociados a la Etapa 3.

Desafíos de la Etapa	Objetivo asociado	Formato y Método propuesto	Producto esperado
Presentación pública del anteproyecto	1, 2	Fichas explicativas provenientes del equipo técnico	Registro fotográfico + opiniones espontáneas
Talleres territoriales de validación	2, 3	Actividad guiada con ficha de observación	Actas de observaciones por espacio
Consulta ciudadana final	3, 4	Formularios físico + digital con valoración del diseño	Base de datos con análisis de satisfacción
Mapa ciudadano de ideas	3	Dinámica colectiva de ubicación de sugerencias	Mural digital + insumos para ajustes
Reunión ampliada con locatarios*	2, 3	Validación específica por rubros y necesidades	Acuerdo y minuta firmada

Cierre participativo con presentación final	1, 4, 5	Evento comunitario + síntesis audiovisual	Video resumen + compromiso comunitario
---	---------	---	--

**Hito asociado a las disponibilidades de las instituciones contrapartes.*

Dimensiones del Trabajo Social Urbano y la Educación Social para las matrices de observación, conversación y retroalimentación.

Dimensión	Aplicación en Etapa 3
<i>Ecológica y de hábitat</i>	Validación de aspectos de confort ambiental, acceso universal y diseño inclusivo.
<i>Simbólica y afectiva</i>	Reconocimiento de memorias, usos tradicionales y relatos identitarios en la presentación del anteproyecto.
<i>Económica productiva</i> y	Análisis desde los oficios, la economía local y el fortalecimiento de redes productivas del territorio.
<i>Política organizacional</i> y	Vinculación con organizaciones sociales y gremiales en espacios de decisión, con trazabilidad de los aportes.
<i>Comunicacional educativa</i> y	Activación de procesos pedagógicos que permitan comprender el diseño, sus implicancias y derechos ciudadanos sobre el espacio urbano.

3. Carta Gantt Basada en Objetivos:

	M 1	M 1	M 1	M 1	M 2	M 2	M 2	M 2	M 2	M 3	M 3	M 3	M 3
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 4
Consolidación de Instrumento Consulta													
Participación en construcción de Instrumento Consulta Ciudadana Digital		x	x										
Presentación de opciones de plataforma pertinente para aplicación del instrumento (según ítems definidos por la comisión)			x										
Testeo y validación de plataforma/respuestas con perfiles usuarios y equipo.			x										
Consulta Ciudadana					x	x	x	x	x	x	x	x	x
Lanzamiento Consulta.					x	x							
Difusión Consulta (Coordinación con Municipios según fechas por entregar)				x	x	x	x	x	x	x	x		
Coordinación de permisos para la entrega de material digital y presencial		x	x	x	x								

Actividades Presenciales (Participantes Etapa 1 y 2)	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Coordinación de fechas de Talleres/Focus Group Permanentes (Comercio, Cultura, Instituciones, Territorio Comunal)	x	x	x	x								
Reuniones Virtuales con Escuelas de Arquitectura, Trabajo Social, Comercial, etc, para estrategias de presentación anteproyecto.	x	x	x	x								
Taller 1						x	x	x	x			
Taller 2						x	x	x	x			
Taller 3						x	x	x	x			
Taller 4						x	x	x	x			
Asamblea de Inicio				x								
Encuentros/Taller/Focus con participantes Etapa 1 y 2 (Considera: JJ.VV en nóminas etapa 1y Grupos específicos en nóminas etapa 1 AM, NNA, Discapacidad, Mujeres, Emprendedores, etc..).			x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Actividad Territorial Provincia del Biobío								x				

Actividad Territorial									x				
Provincia de Arauco													

	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Actividades Presenciales (Nuevos actores)												
Mapeo e Invitación a nuevos actores	x	x	x	x	x							
Reuniones con nuevos actores		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Encuentro Profesionales, oficios y Artistas e investigadores Mercado Central de Concepción							x					
Seminario									x			
Asamblea de Cierre												x

4. Ejecución del Plan de Participación Ciudadana

Tabla resumen de actividades ejecutadas por el equipo

Nº	Actividad / Organización	Tipo de actividad	Asistentes / Participación
1	Asamblea de Inicio	Asamblea presencial	37 asistentes
2	Junta de Vecinos Renacer	Taller participativo	31 asistentes
3	Asociación de Artesanos y Maestros del Gran Concepción	Taller participativo	10 asistentes
4	Junta de Vecinos Pie de Monte	Taller participativo	14 asistentes
5	Junta de Vecinos Candelaria Sur	Reunión informativa	1 asistente
6	Conformación del nuevo COSOC - SERVIU	Reunión institucional	15 asistentes
7	Asociación Newen Leufu	Taller participativo	31 asistentes
8	Junta de Vecinos Alonso de Ercilla	Taller participativo	6 asistentes
9	Agrupación de Emprendedoras Corazones Unidos	Taller / reunión participativa	10 asistentes
10	Conjunto Habitacional Vicuña Mackenna	Taller / reunión territorial	12 asistentes
11	Ingreso al Mercado	Actividad territorial	No registrado

12	Conjunto Habitacional Aníbal Pinto	Taller / reunión territorial	14 asistentes
13	Feria de Emprendimiento del Cuero y Calzado	Actividad ferial	10 asistentes
14	Feria de Emprendimiento Sector Riviera Sur	Actividad ferial	5 asistentes
15	Asociación de Emprendedores Chapekan	Taller / reunión	13 encuestas aplicadas
16	Hito comunicacional: Lanzamiento 3ra encuesta online	Hito comunicacional presencial	12 asistentes
17	Club de Adulto Mayor Luz y Esperanza	Taller participativo	12 asistentes
18	Feria de Emprendimiento en Plaza de Armas	Difusión territorial	Difusión
19	Asociación de Emprendedores Kollilleko	Taller / reunión	13 asistentes
20	Carnaval de la Costa	Difusión territorial	Difusión
21	Reunión con accionistas, locatarios y GORE	Reunión interinstitucional	Asistentes no registrados
22	Seminario Internacional	Seminario	33 asistentes
23	Unión Comunal de Cabrero	Taller / reunión	11 asistentes
24	Parque Metropolitano Cerro Caracol	Difusión territorial	Difusión
25	Feria de Emprendimiento en Plaza de Armas	Difusión territorial	Difusión

26	Reunión con encargado de Oficina de la Diversidad	Reunión informativa	1 asistente
27	Red de Cuidadoras de Chiguayante y Agrupación de Neurodivergentes	Reunión / taller participativo	5 asistentes
28	Representantes Mesa de la Diversidad de Concepción	Reunión participativa	8 asistentes
29	Festival de Jazz Aut	Difusión territorial	Difusión
30	Ampliando Fronteras desde el Sur del Mundo – Universidad de Concepción	Difusión territorial	Difusión
31	Feria Retro en Plaza Condell	Difusión territorial	Difusión
32	Feria Internacional en Parque Ecuador	Difusión territorial	Difusión

Tabla de actividades Etapa 3 y descripción metodológica - Mes Octubre

Tipo de Instancia	Nombre descriptivo	Metodología y verificadores	Fecha	Personas (n°) o impacto
Hito	Asamblea de Inicio de la tercera etapa del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción	Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (23)	23 de octubre del 2025	37 asistentes

4.1 Asamblea de Inicio

Fecha: Jueves 23 de octubre de 2025

Hora: 17:00 horas

Lugar: Hall del primer piso de SERVIU Biobío, Arturo Prat 575, Concepción

Tipo de instancia: Hito de inicio del proceso participativo

Participación: 37 asistentes registrados

a) Descripción de la actividad

La Asamblea de Inicio de la Tercera Etapa del proyecto “Diseño de Reposición del Mercado Central de Concepción” tuvo como objetivo presentar públicamente las principales acciones, alcances y objetivos que se desarrollarían durante esta fase del proyecto, correspondiente a la Elaboración del Anteproyecto y Estudios asociados.

Durante la jornada se expusieron los principales lineamientos de la etapa, incluyendo: objetivos generales del anteproyecto, etapas del proceso de diseño, instancias de participación ciudadana programadas, y mecanismos de comunicación con la comunidad.

La actividad permitió iniciar formalmente el proceso participativo de la tercera etapa, convocando a diversos actores vinculados al Mercado Central y al desarrollo urbano de la ciudad.

b) Participación y convocatoria

La convocatoria fue dirigida a una amplia diversidad de actores institucionales, territoriales y sociales vinculados al proyecto. Entre los grupos invitados se encontraban:

- **Juntas de Vecinos del Gran Concepción**
- **Locatarios y accionistas del Mercado Central y Mercado Provisorio**
- **Organismos públicos**, tales como SERVIU Biobío, Gobierno Regional del Biobío, Municipalidad de Concepción, Consejo de Monumentos Nacionales, PDI e INJUV
- **Universidades de la región**, entre ellas Universidad Andrés Bello, Universidad de Concepción, Universidad del Desarrollo, Universidad San Sebastián, Universidad Católica de la Santísima Concepción y Universidad del Bío-Bío
- **Organizaciones de la sociedad civil**, como el Sindicato de Suplementeros, representantes de la Cámara Chilena de la Construcción y agrupaciones productivas locales, entre ellas la Agrupación de Cuero y Calzado
- Representantes de medios comunitarios y organizaciones territoriales.

De acuerdo al proceso de confirmación de asistencia, **47 personas confirmaron su participación previamente**. Las convocatorias se realizaron mediante diversos canales, incluyendo correo electrónico, llamadas telefónicas, mensajería instantánea y comunicaciones directas con organizaciones territoriales, con el fin de asegurar la participación de actores relevantes, particularmente locatarios del Mercado Provisorio y representantes comunitarios.

Las **listas de asistencia registraron un total de 37 personas presentes** en la actividad.

Entre los asistentes se encontraban representantes del equipo consultor, autoridades y funcionarios públicos, locatarios del mercado, dirigentes sociales y estudiantes universitarios interesados en el proceso de reposición del edificio.

c) Resultados cuantitativos de la actividad

Durante la actividad se aplicó un instrumento de encuesta de satisfacción, cuyo vaciado registró **31 respuestas válidas**.

Los resultados generales obtenidos fueron los siguientes:

Evaluación	Número de menciones
Muy bueno	105
Bueno	75
Regular	11
Malo	2
Muy malo	5
No sabe	6
No responde	3

Para conocer el detalle de las respuestas, ver gráficos en carpeta de anexos Actividades PAC, 0 Asamblea de Inicio. En términos generales, las respuestas evidencian una valoración positiva de la actividad, con una amplia concentración de evaluaciones en las categorías “Muy bueno” y “Bueno”, lo que indica una recepción favorable respecto de la información presentada y la instancia de diálogo generada.

d) Resultados cualitativos de la actividad

Las respuestas abiertas y comentarios registrados en las encuestas de satisfacción permiten identificar diversas percepciones y observaciones de los participantes respecto del proceso presentado.

Entre los principales comentarios se destacan los siguientes:

Algunos asistentes manifestaron la importancia de ampliar la difusión de la información del proyecto hacia todos los actores vinculados al mercado, incluyendo no solo a propietarios y accionistas, sino también a arrendatarios, trabajadores y personas que desarrollan actividades económicas asociadas al entorno del mercado.

En este sentido, se planteó la necesidad de que el proceso participativo considere de manera explícita a quienes desarrollan actividades comerciales en el sector, de modo que puedan contar con información oportuna para la toma de decisiones en el contexto del avance del proyecto.

Otros comentarios se relacionaron con la percepción de que la **convocatoria hacia representantes de locatarios y accionistas podría fortalecerse**, señalando la importancia de asegurar la participación de quienes deberán interactuar directamente con las instituciones responsables durante el desarrollo del proyecto.

Asimismo, algunos participantes destacaron la claridad general de la jornada y valoraron positivamente la instancia informativa. Sin embargo, también se plantearon observaciones relacionadas con aspectos comunicacionales de la presentación, tales como la necesidad de mejorar ciertos elementos del material expuesto, revisar aspectos formales del contenido y explicar con mayor detalle algunos conceptos técnicos, particularmente el alcance y significado del anteproyecto dentro del proceso de diseño.

Entre los comentarios específicos, se mencionó también la preocupación de representantes del Sindicato de Suplementeros, quienes señalaron la importancia de considerar la situación de los quioscos asociados al sindicato dentro de los futuros desarrollos del proyecto, de modo de asegurar la continuidad de su actividad una vez ejecutadas las obras.

Por su parte, algunos representantes institucionales destacaron la relevancia de mantener una coordinación permanente con el Consejo de Monumentos Nacionales, considerando el carácter patrimonial del edificio y la necesidad de resguardar adecuadamente los criterios de conservación durante el proceso de diseño.

En términos generales, los comentarios recogidos reflejan tanto el interés de la comunidad por el avance del proyecto como la importancia de mantener canales de información claros y una participación amplia durante el desarrollo de la etapa de anteproyecto.

A continuación se presenta una tabla que incluye los comentarios dejados en la encuesta de Satisfacción Usuaría:

Participante	Institución	Comentario / Solicitud
Nieves Cares	Mercado Central (Locataria)	Sería bueno que se pueda entregar información no solo a los dueños (accionistas) del recinto, sino que también se considere a los arrendatarios que aún están funcionando en el Mercado Central, como en la Galería Las Palmas, y a quienes trabajan en las pérgolas. Esto para que se tenga tiempo para tomar decisiones y saber qué hacer para cuando se consolide el proyecto.

<p>Raúl Díaz Arias Díaz Vaciado)</p>	<p>Sindicato de Suplementeros (Presidente)</p>	<p>Solicita que los quioscos de sus socios estén incluidos en los proyectos, ya que una vez terminado no habrá dónde instalarlos, indicando que no están considerados y mencionando problemáticas como la falta de concepción a la luz (no hay concesión a la luz). Incluye datos de contacto: 998732281, rauldiazarias@gmail.com.</p>
<p>Javier Rozas</p>	<p>Mercado Central (Accionista)</p>	<p>Considera que no hubo énfasis en la convocatoria a los representantes del Mercado Central. Debería haberse considerado a las personas que deben tomar decisiones con las entidades que tienen competencia en el desarrollo del proyecto de diseño que sea apropiado y realizar las gestiones correspondientes con los representantes de los locatarios y accionistas.</p>
<p>Antonia Osorio</p>	<p>Universidad de Concepción (Estudiante)</p>	<p>Señala que la jornada ha sido bastante clara y agradable. Cree que a raíz de las dudas se deja en evidencia una falta de coordinación por parte del municipio. Empatiza con la incertidumbre de los antiguos propietarios, aunque considera que se les debe dar responsabilidad por no asistir a las consultas ciudadanas, y espera que esas gestiones se den de la mejor manera.</p>
<p>Florencia Rodríguez</p>	<p>UNAB (Estudiante)</p>	<p>Buena disposición a las dudas de las personas. Como sugerencia: mejorar la distribución del PPT, revisar la ortografía (puede desconcentrar al público) y especificar mejor o dar un ejemplo de lo que es el anteproyecto.</p>
<p>Claudio Figueroa</p>	<p>Municipalidad de Concepción</p>	<p>Es necesaria la presencia constante del CMN (Consejo de Monumentos Nacionales), no solo quedar con la impresión de la oficina local que a su parecer ha sido muy permisiva. Menciona que al pasar a revisión de los consejeros en Santiago, recién se visualizan los requerimientos o requisitos exigidos por el CMN.</p>

Ana Rodríguez	JJVV N°15	Solicita espacios para exponer talleres de mujeres con sus productos hechos en los talleres municipales de la municipalidad, y talleres para la comunidad sobre enseñanzas culturales con raíces indígenas como telar, cuero y cerámicas.
Viviana Torres	JJVV Lorenzo Arenas	Indica que es necesario y urgente su reposición (la del mercado), que haya "convergencia social" en el centro de Concepción, que no sea como la Vega Monumental donde los propietarios pagan arriendo, y que faltan los dirigentes del mercado.
David Antinao	Sindicato de Suplementeros (Director)	Manifiesta que le preocupan los quioscos de los socios y que también estén en conversación para que los tengan presentes. Incluye datos de contacto: David Antinao Hormazabal, 941771640.
Guillermina Miranda	Centro Cultural Lorenzo Arenas	Dejó una invitación para una entrevista en la Radio Lorenzo Arenas 107.1 fm. Incluye datos de contacto: Guillermina Miranda San Martín, +56935181763.
Loreto Araneda	JJVV N°15 (Presidenta)	Solo se espera ver hecho realidad este proyecto emblemático para la ciudad.

e) Análisis de la actividad

La Asamblea de Inicio cumplió un rol fundamental como instancia de apertura del proceso participativo de la Etapa 3, permitiendo informar a la comunidad sobre el inicio de la fase de anteproyecto y establecer un primer espacio de diálogo entre el equipo técnico, las instituciones involucradas y los distintos actores vinculados al mercado.

La diversidad de asistentes permitió recoger percepciones provenientes de distintos ámbitos —institucional, comunitario, académico y comercial— lo que contribuye a fortalecer el carácter participativo del proceso.

Los resultados cuantitativos evidencian una evaluación mayoritariamente positiva de la actividad, mientras que los comentarios cualitativos entregan insumos relevantes respecto de expectativas, preocupaciones y sugerencias vinculadas al desarrollo del proyecto,

particularmente en lo relativo a la difusión de la información, la participación de los actores directamente vinculados al mercado y la claridad de los contenidos técnicos presentados.

Estos elementos constituyen insumos relevantes para la planificación y desarrollo de las actividades participativas posteriores de la etapa.

Tabla de actividades Etapa 3 y descripción metodológica - Mes Noviembre

Tipo de Instancia	Nombre descriptivo	Metodología y verificadores	Fecha	Personas (n°) o impacto
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con la JJVV Renacer	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (13)	02 de noviembre del 2025	31 asistentes
Talleres Permanentes	Actividad PAC con la Asociación de Artesanos y Maestros del Gran Concepción	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (8)	13 de noviembre del 2025	10 asistentes

Talleres y Focus Group	Actividad PAC con la JJVV Pie de Monte	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (12)	22 de noviembre de 2025	14 asistentes
Reunión informativa	Actividad PAC con la JJVV Candelaria Sur	-Afiche de convocatoria -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (1)	25 de noviembre de 2025	1 asistente
Reunión informativa	Presentación informativa en la conformación del nuevo COSOC en SERVIU	-Lista de asistencia -Registros fotográficos	27 de noviembre de 2025	15 asistentes
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con la Asociación Newen Leufu	-Afiche de convocatoria	29 de noviembre de 2025	31 asistentes

			-Registros fotográficos		
			-Lista de asistencia		
			-Encuesta de satisfacción (17)		
Talleres y Focus Group	Actividad con la Alonso Ercilla	PAC JJVV de	-Afiche de convocatoria	30 noviembre 2025	de del 6 asistentes
			-Registros fotográficos		
			-Lista de asistencia		
			-Encuesta de satisfacción (4)		

Desarrollo de Talleres y reuniones informativas:

4.2 Taller Participativo con Junta de Vecinos Renacer

- Tipo de instancia: Taller participativo
- Fecha: 02 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la organización
- Público objetivo: Vecinos y vecinas del sector Renacer
- Número de participantes: 31 personas
- Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (13)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló en formato de taller participativo, con el objetivo de socializar el avance del anteproyecto del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde la experiencia cotidiana de uso del mercado y su entorno urbano. La jornada contempló una presentación del proceso participativo, destacando el rol de la Etapa 3 como instancia de validación ciudadana del anteproyecto arquitectónico.

Posteriormente, se generó un espacio de conversación guiada orientado a recoger percepciones, valoraciones y observaciones respecto del diseño propuesto, abordando aspectos vinculados a accesibilidad, circulación interior, relación con el entorno y significado social del mercado. La metodología utilizada prioriza la participación activa de las personas asistentes y el diálogo abierto.

c) Resultados cuantitativos y cualitativos de la actividad

Las opiniones y comentarios levantados durante el taller dan cuenta de una valoración positiva del espacio de diálogo generado, destacándose la importancia de contar con instancias presenciales que permitan conocer en detalle el avance del proyecto. Las personas participantes reconocen el Mercado Central como un espacio histórico relevante para la ciudad, asociado tanto a la vida cotidiana como a la memoria urbana y social del territorio.

Se identifican observaciones relacionadas con la necesidad de asegurar condiciones adecuadas de accesibilidad universal, considerando a personas mayores, personas con movilidad reducida y familias. Asimismo, se plantea la importancia de una circulación interior clara y fluida, que facilite el recorrido por los distintos espacios del mercado sin generar congestión ni dificultades de orientación.

De manera transversal, se expresa el interés por que el nuevo mercado mantenga su carácter abierto, diverso y representativo de la identidad local, valorándose que el anteproyecto considere estos elementos como parte central de su propuesta.

Con respecto a la aplicación de instrumentos, se completaron 13 encuestas de satisfacción para el proyecto, etapa 3.

- **Participantes:** 13 personas encuestadas (7 femeninas y 6 masculinos).
- **Edad Promedio:** 66.15 años (rango de 50 a 88 años).
- **Alto Nivel de Satisfacción:** El 76.92% (10 de 13) de los participantes calificaron la mayoría de los aspectos (invitación, presentación, claridad y utilidad) como "**Muy bueno**".
- **Menor Consenso:** La métrica con la proporción más baja de "Muy bueno" (61.54%) fue la "**Pertinencia de la Actividad**".

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió recoger observaciones relevantes desde una escala barrial, aportando insumos situados para la validación del anteproyecto. Las opiniones levantadas refuerzan la importancia de abordar el diseño del mercado desde su uso cotidiano y su rol

social, contribuyendo a fortalecer la comprensión del proyecto por parte de la comunidad participante.

4.3 Taller Permanente con la Asociación de Artesanos y Maestros del Gran Concepción

- Tipo de instancia: Taller participativo
- Fecha: 13 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la asociación
- Público objetivo: Artesanos y maestros del Gran Concepción
- Número de participantes: 10 personas
- Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (8)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló en formato de taller permanente, orientado a socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde la perspectiva de los oficios y la economía local. Durante la jornada se presentó el avance del proyecto y se generó un espacio de diálogo respecto del rol del mercado como espacio de comercialización, exhibición y encuentro cultural.

La metodología utilizada permitió abordar de manera específica las necesidades y expectativas de quienes desarrollan oficios tradicionales y actividades productivas vinculadas a la identidad local.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Desde el punto de vista cualitativo, las personas participantes destacan la relevancia del Mercado Central como vitrina para los oficios tradicionales y la producción artesanal local. Se expresa interés por contar con espacios adecuados para la exhibición de productos, que permitan una correcta visibilidad y un flujo de público constante.

Asimismo, se mencionan expectativas respecto de que el diseño del mercado facilite la interacción entre artesanos, visitantes y compradores, promoviendo la permanencia y el recorrido por los distintos espacios. Se valora el reconocimiento del mercado como espacio cultural, más allá de su función comercial, y la posibilidad de que el anteproyecto considere áreas que favorezcan actividades demostrativas y de difusión de los oficios.

Con respecto a la aplicación de la **Encuesta de Satisfacción Usuario**, existen 8 encuestas válidas analizadas, en donde se observa **altos niveles de satisfacción** con la actividad, concentrándose más del 80% de las respuestas en las categorías "Muy bueno" y "Bueno".

Los participantes valoraron el trabajo realizado, indicaron la existencia de continuidad con etapas anteriores y sintieron que las opiniones rescatadas en el proceso de participación ciudadana fueron consideradas en los avances del diseño

Desde la organización visualizan las siguientes necesidades para el diseño y modelo de gestión del Mercado:

- Buena distribución de espacios para exposición de artesanías e identificación en mapas.
- Variedad de ofertas programáticas.
- Vinculación con las SEREMI involucradas o el municipio para talleres de artesanía durante todo el año.
- Vínculo constante con las organizaciones participantes.
- Generar una **curatoría especializada** para ferias, diferenciando productos artesanales manufacturados de los de reventa, considerando la nueva ley de artesanía y el registro nacional de artesanos.
- Los participantes conciben el futuro Mercado Central como un **símbolo de identidad penquista** y un espacio de vinculación con costumbres y tradiciones.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó una mirada específica desde el ámbito productivo y cultural, permitiendo recoger observaciones relevantes para la validación del anteproyecto en relación con la visibilidad de los oficios y la funcionalidad de los espacios. Las opiniones levantadas contribuyen a reforzar el rol del mercado como articulador de economía local y cultura.

4.4 Taller Participativo con Junta de Vecinos Pie de Monte

- Tipo de instancia: Taller participativo
- Fecha: 22 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la organización
- Público objetivo: Vecinos y vecinas del sector Pie de Monte
- Número de participantes: 14 personas
- Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (12)

a) Descripción de la actividad

El taller tuvo como objetivo socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde la experiencia territorial del sector Pie de Monte. La actividad incluyó una presentación del proyecto y un espacio de conversación guiada, orientado a abordar la relación del mercado con el entorno urbano y la conectividad con distintos barrios de la ciudad.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Las personas participantes identifican al Mercado Central como un nodo urbano relevante, tanto por su ubicación como por su rol histórico en la ciudad. Se plantean observaciones relacionadas con la conectividad peatonal y la necesidad de que los accesos al mercado sean claros y fácilmente reconocibles desde el entorno.

Asimismo, se destaca la importancia de que el mercado funcione como espacio de encuentro y permanencia, valorándose que el diseño contemple áreas que favorezcan el

tránsito cómodo y la estadía de distintos tipos de usuarios. Se expresa interés por que el proyecto fortalezca la integración del mercado con la vida urbana cotidiana.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió recoger observaciones situadas respecto de la relación del mercado con su entorno urbano y los flujos de uso cotidiano. Los aportes realizados contribuyen a la validación del anteproyecto desde una perspectiva territorial y de conectividad.

4.5 Reunión Informativa con Junta de Vecinos Candelaria Sur

- Tipo de instancia: Reunión informativa
- Fecha: 25 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la organización
- Público objetivo: Dirigencia vecinal
- Número de participantes: 1 persona

a) Descripción de la actividad

La reunión informativa se desarrolló con el objetivo de presentar el avance del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción y resolver consultas específicas de la dirigencia vecinal respecto del proceso participativo y las etapas del proyecto.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Durante la instancia se manifiesta interés por conocer en mayor detalle los plazos del proyecto y las etapas futuras del proceso de reposición. Asimismo, se valora la posibilidad de acceder a información directa y actualizada, destacándose la importancia de mantener canales de comunicación abiertos con las organizaciones territoriales.

d) Análisis de la actividad

Si bien se trata de una instancia de alcance acotado, la reunión permitió asegurar el acceso a la información y mantener el vínculo con la organización, contribuyendo a la transparencia del proceso participativo.

4.6 Presentación Informativa en la Conformación del COSOC - SERVIU Biobío

- Tipo de instancia: Reunión informativa
- Fecha: 27 de noviembre de 2025
- Lugar: SERVIU Biobío
- Público objetivo: Integrantes del Consejo de la Sociedad Civil (COSOC)
- Número de participantes: 15 personas
- Instrumentos aplicados: No aplica

a) Descripción de la actividad

La actividad consistió en una presentación informativa del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción y de los objetivos de la Etapa 3, en el contexto de la conformación del COSOC de SERVIU Biobío. Se abordaron los principales hitos del proceso participativo y los mecanismos de validación ciudadana del anteproyecto.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Las consultas realizadas por las personas asistentes se orientaron principalmente a comprender el rol del COSOC en el seguimiento del proyecto y los espacios formales de participación disponibles. Se evidencia interés institucional por la metodología de participación ciudadana y por la continuidad del proceso.

d) Análisis de la actividad

La presentación permitió articular el proyecto con instancias formales de participación institucional, fortaleciendo la difusión informada y el conocimiento del proceso a nivel de actores representativos de la sociedad civil.

4.7 Taller Participativo con Asociación Newen Leufu

- Tipo de instancia: Taller participativo
- Fecha: 29 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la organización
- Público objetivo: Integrantes de la Asociación Newen Leufu
- Número de participantes: 31 personas
- Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (17)

a) Descripción de la actividad

El taller tuvo como objetivo socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde una perspectiva comunitaria y cultural. La actividad incluyó una presentación del proyecto y un espacio de diálogo orientado a abordar identidad, usos del espacio y diversidad de usuarios.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Las opiniones recogidas destacan la importancia del Mercado Central como espacio identitario y de encuentro social. Se valora que el anteproyecto considere la diversidad cultural y la posibilidad de integrar usos múltiples, tanto comerciales como comunitarios.

Asimismo, se mencionan expectativas respecto de que el diseño del mercado favorezca la permanencia y la convivencia de distintos grupos, asegurando condiciones adecuadas de accesibilidad y confort. Se expresa interés por que el mercado se consolide como un espacio inclusivo y representativo de la diversidad del territorio.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió validar el anteproyecto desde una mirada comunitaria amplia, aportando insumos relevantes en relación con identidad, diversidad y uso social del espacio.

4.8 Taller Participativo con Junta de Vecinos Alonso de Ercilla

- Tipo de instancia: Taller participativo
- Fecha: 30 de noviembre de 2025
- Lugar: Dependencias de la organización
- Público objetivo: Vecinos y vecinas del sector Alonso de Ercilla
- Número de participantes: 6 personas
- Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (4)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló en formato de taller participativo, con el objetivo de presentar el avance del anteproyecto y resolver dudas respecto del proceso de reposición del mercado. La instancia permitió abordar inquietudes específicas del sector.

c) Resultados cualitativos de la actividad

Las personas participantes expresan interés por comprender el alcance del proyecto y su impacto en la ciudad. Se valora la posibilidad de participar en instancias presenciales y de recibir información clara respecto del proceso y sus etapas.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió asegurar el acceso a la información y recoger observaciones desde una escala territorial acotada, contribuyendo a la validación social del anteproyecto.

Tabla de actividades Etapa 3 y descripción Metodológica – Meses Diciembre y enero

Durante el mes de diciembre de 2025 se desarrolló un conjunto intensivo y diverso de actividades de participación ciudadana en el marco de la Etapa 3 del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción. Estas instancias permitieron ampliar la cobertura territorial y social del proceso, incorporando a organizaciones comunitarias, agrupaciones productivas, personas mayores, emprendedores y ciudadanía general, así como espacios de difusión en el espacio público.

Tipo de Instancia	Nombre descriptivo	Metodología y verificadores	Fecha	Personas (nº) o impacto
Talleres Permanentes	Grupo de Emprendedoras Corazones Unidos	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (10)	01 de diciembre del 2025	10 asistentes
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con el Conjunto Habitacional Vicuña Mackenna	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (2)	02 de diciembre del 2025	12 asistentes
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con el Conjunto Habitacional Anibal Pinto	-Afiche de convocatoria	04 de diciembre del 2025	14 asistentes

		-Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (14)		
Talleres y Focus Group	Feria de emprendedores del cuero y calzado	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Instrumento de participación ciudadana (10)	05 de diciembre del 2025	10 instrumentos aplicados
Talleres y Focus Group	Feria de emprendedores de la JJVV Riviera Sur	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Instrumento de participación ciudadana (5)	06 de diciembre del 2025	5 instrumentos aplicados
Talleres Permanentes	Asociación de Emprendedoras Chapekan	-Afiche de convocatoria	07 de diciembre del 2025	16 asistentes

		-Registros fotográficos		
		-Lista de asistencia		
		-Encuesta de satisfacción (16)		
Hito Comunicacional	Lanzamiento de la tercera encuesta ciudadana online	-Afiche de convocatoria	09 de diciembre del 2025	12 asistentes
		-Registros fotográficos		
		-Lista de asistencia		
Talleres y Focus Group	Club de Adulto Mayor Luz y Esperanza	-Afiche de convocatoria	09 de diciembre del 2025	12 encuestas
		-Registros fotográficos		
		-Lista de asistencia		
		-Encuesta de satisfacción (12)		

Jornada de difusión	Jornada de difusión en feria de armas de Concepción	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Instrumento de participación ciudadana (5)	10 de diciembre del 2025	5 instrumentos aplicados
Talleres Permanentes	Asociación de Emprendedores Kollilleko	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (13)	15 de diciembre del 2025	13 asistentes
Jornada de difusión	Jornada de difusión en el Carnaval de la Costa	-Registros fotográficos	16 de diciembre del 2025	
Talleres y Focus Group	Seminario Internacional	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos	17 de diciembre del 2025	33 asistentes

		-Lista de asistencia		
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con la Union Comunal de Cabrero y la JJVV	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia	18 de diciembre del 2025	11 asistentes
Jornada de difusión	Jornada de difusión en el Parque Metropolitano Cerro Caracol	-Registros fotográficos -Afiche de convocatoria	19 de diciembre del 2025	
Jornada de difusión	Jornada de difusión en Plaza de Armas de Concepción	-Registros Fotográficos	22 de diciembre del 2025	
Reunión informativa	Oficina de la diversidad de Concepción	-Registros fotográficos -Correo Electrónico	22 de diciembre del 2025	1 asistente

Talleres y Focus Group	Actividad PAC con Red de cuidadoras de Chiguayante y la Agrupación de Neurodivergentes del Biobío	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia	29 de diciembre del 2025	5 asistentes
Talleres y Focus Group	Actividad PAC con Representantes de la Mesa de la Diversidad de Concepción	-Afiche de convocatoria -Registros fotográficos -Lista de asistencia -Encuesta de satisfacción (7)	05 de enero del 2026	8 asistentes
Jornada de difusión	Jornada de difusión en Festival Jazz Aut	-Registros Fotográficos	11 de enero del 2026	
Jornada de difusión	Jornada de difusión en Ampliando fronteras desde el sur de Chile	-Registros Fotográficos	15 de enero del 2026	

Jornada de difusión	de	Jornada de difusión Feria Retro	de en	-Registros Fotográficos	17 de enero del 2026	
Jornada de difusión	de	Jornada de difusión Feria Internacional del Parque Ecuador	de en	-Registros Fotográficos	18 de enero del 2026	
Talleres y Focus Group		Actividad PAC con Representantes del colegio de arquitectos de Concepción		-Correo electrónico	20 de enero del 2026	Suspendida
Talleres y Focus Group		Actividad PAC con Representantes de la Cámara de Comercio de Concepción		-Correo electrónico	20 de enero del 2026	Suspendida
Hito		Asamblea de cierre de la tercera etapa del Proyecto		-Correos Electrónicos	20 de enero del 2026	Suspendida

4.9 Taller Permanente: PAC con el Grupo de Emprendedoras Corazones Unidos

Fecha: 01 de diciembre de 2025

Tipo de instancia: Taller permanente

Participantes: 10 personas

Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (10)

a) Descripción de la actividad

El taller se desarrolló con integrantes del Grupo de Emprendedoras Corazones Unidos, con el objetivo de socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde la experiencia de mujeres emprendedoras vinculadas a actividades productivas locales. La jornada incluyó una presentación del proyecto, del proceso participativo y del rol específico de la Etapa 3 como instancia de validación ciudadana del anteproyecto arquitectónico.

Posteriormente, se desarrolló un espacio de diálogo guiado, orientado a recoger percepciones respecto del mercado como espacio de comercialización, visibilidad de productos, circulación de público y condiciones para el desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres.

c) Resultados cualitativos

A partir de las respuestas abiertas de la encuesta de satisfacción y del registro de la conversación grupal, se identifica una valoración positiva del Mercado Central como espacio estratégico para el desarrollo de emprendimientos de pequeña escala y de carácter local. Las participantes destacan la importancia de contar con espacios que permitan la visibilización efectiva de productos, señalando que el diseño del mercado debe favorecer recorridos fluidos y zonas de permanencia que incentiven la interacción entre visitantes y emprendedoras.

Se releva, además, la necesidad de que el mercado cuente con condiciones que faciliten la participación de emprendimientos liderados por mujeres, tales como espacios accesibles, flexibles y con costos acordes a la economía local. En varias respuestas se enfatiza el valor del mercado como espacio de encuentro social y como plataforma para fortalecer redes de apoyo entre emprendedoras.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió recoger insumos cualitativos relevantes desde la perspectiva del emprendimiento femenino, aportando elementos para la validación del anteproyecto en relación con usos productivos, diversidad de oferta y rol del mercado en el fortalecimiento de economías locales.

4.10 Taller Participativo PAC con el Conjunto Habitacional Vicuña Mackenna

- **Fecha:** 02 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo
- **Participantes:** 12 personas
- **Instrumentos aplicados:** Encuesta de satisfacción (2)

a) Descripción de la actividad

El taller se desarrolló con residentes del Conjunto Habitacional Vicuña Mackenna, con el objetivo de presentar el avance del anteproyecto del Mercado Central y recoger observaciones desde la experiencia cotidiana de uso del mercado por parte de habitantes

de un sector residencial. La actividad contempló una presentación general del proyecto y un espacio de conversación orientado a resolver dudas y recoger percepciones.

c) Resultados cualitativos

Desde el registro cualitativo de la actividad se identifica que las personas participantes reconocen al Mercado Central como un espacio relevante para el abastecimiento cotidiano y como un punto de referencia urbano. Las observaciones se centran en la necesidad de asegurar accesos claros y seguros, especialmente para personas que se desplazan desde sectores residenciales hacia el centro de la ciudad.

Asimismo, se plantea la importancia de que el mercado mantenga una oferta diversa y cercana a las necesidades diarias, destacándose su rol como espacio funcional más allá del turismo o del consumo ocasional. Las respuestas abiertas relevan expectativas respecto de la accesibilidad peatonal y la seguridad en los desplazamientos.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó observaciones situadas desde una escala residencial, contribuyendo a la validación del anteproyecto en relación con accesibilidad urbana, uso cotidiano y vínculo del mercado con los barrios habitacionales.

4.11 Taller Participativo PAC con el Conjunto Habitacional Aníbal Pinto

- **Fecha:** 04 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo
- **Participantes:** 14 personas
- **Instrumentos aplicados:** Encuesta de satisfacción (14)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló con residentes del Conjunto Habitacional Aníbal Pinto, con el objetivo de socializar el anteproyecto del Mercado Central y recoger observaciones desde la experiencia territorial del sector. La jornada incluyó una presentación del proyecto y un espacio de diálogo abierto.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas abiertas de la encuesta de satisfacción y las observaciones registradas durante la actividad evidencian una valoración positiva del mercado como espacio histórico y funcional para la ciudad. Las personas participantes destacan su rol en la vida urbana cotidiana y manifiestan interés por que el nuevo diseño mantenga su carácter abierto y accesible.

Se plantean observaciones vinculadas a la circulación interior, la claridad de los accesos y la relación del mercado con el espacio público circundante. Asimismo, se expresa la expectativa de que el mercado continúe siendo un espacio integrador para distintos grupos sociales.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió recoger insumos territoriales relevantes desde la experiencia de un conjunto habitacional específico, aportando a la validación del anteproyecto en términos de conectividad, uso cotidiano y accesibilidad.

4.12 Taller Participativo PAC en Feria de Emprendedores del Cuero y Calzado

- **Fecha:** 05 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo en feria
- **Instrumentos aplicados:** Instrumento de participación ciudadana (10)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló en el contexto de la Feria de Emprendedores del Cuero y Calzado, con el objetivo de difundir el proceso de reposición del Mercado Central y aplicar instrumentos de participación ciudadana a personas vinculadas al emprendimiento y al público asistente.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas recogidas mediante el instrumento aplicado evidencian interés por el Mercado Central como espacio de comercialización especializada y como plataforma para rubros productivos específicos. Se destaca la necesidad de contar con espacios visibles y bien integrados al recorrido general del mercado, que permitan atraer público diverso.

Asimismo, se releva la expectativa de que el mercado favorezca la permanencia y el recorrido, contribuyendo a fortalecer la experiencia de compra y la visibilidad de emprendimientos.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió incorporar percepciones desde un contexto ferial, ampliando la mirada sobre el rol del mercado en el fortalecimiento de rubros productivos específicos.

4.13 Taller Participativo PAC en Feria de Emprendedores de la Junta de Vecinos Riviera Sur

- **Fecha:** 06 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo en feria
- **Instrumentos aplicados:** Instrumento de participación ciudadana (5)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló en el marco de la Feria de Emprendedores organizada por la Junta de Vecinos Riviera Sur, con el objetivo de difundir el proyecto y aplicar instrumentos de participación ciudadana en un espacio comunitario de alta concurrencia.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas recogidas dan cuenta de una valoración del mercado como espacio comunitario y de encuentro social. Se expresan expectativas respecto de diversidad de oferta, accesibilidad y vinculación del mercado con los barrios.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió recoger percepciones ciudadanas en un contexto comunitario abierto, complementando las instancias formales del taller.

4.14 Taller Permanente PAC con la Asociación de Emprendedores Chapekan

Fecha: 07 de diciembre de 2025

Tipo de instancia: Taller permanente

Participantes: 16 personas

Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (16)

a) Descripción de la actividad

Taller desarrollado con integrantes de la Asociación de Emprendedores Chapekan, orientado a socializar el anteproyecto y recoger observaciones desde la experiencia productiva local organizada.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas abiertas evidencian una valoración del mercado como espacio clave para el emprendimiento local y la economía barrial. Se destaca la importancia de contar con espacios flexibles, buena circulación y condiciones que favorezcan la permanencia del público.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó insumos relevantes para la validación del anteproyecto desde la perspectiva del emprendimiento organizado.

4.15 Hito Comunicacional: Lanzamiento de la Tercera Encuesta Ciudadana Online

- **Fecha:** 09 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Hito comunicacional
- **Participantes:** 12 personas
- **Instrumentos aplicados:** Registro de participación y observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

El hito comunicacional tuvo como objetivo dar inicio oficial a la tercera encuesta ciudadana online del proyecto, informando a la comunidad sobre los mecanismos de participación digital disponibles durante la Etapa 3. La actividad contempló la difusión del enlace de la encuesta, la explicación de los contenidos evaluados y el rol complementario de la participación digital respecto de las instancias presenciales.

c) Resultados cualitativos

Desde las observaciones registradas durante la actividad se identifica interés por parte de las personas asistentes en contar con mecanismos de participación que no requieran presencialidad, valorándose la posibilidad de opinar y entregar observaciones de manera remota. Se releva la percepción de que la encuesta online amplía el acceso a la participación, especialmente para personas con limitaciones de tiempo o desplazamiento.

Asimismo, se observa la necesidad de contar con información clara respecto de los plazos de aplicación y del uso posterior de los resultados, lo que refuerza la importancia de una comunicación transparente del proceso.

d) Análisis de la actividad

El hito fortaleció la difusión del proceso participativo y permitió complementar la participación presencial con mecanismos digitales, ampliando la cobertura del proceso de validación ciudadana.

4.16 Taller Participativo PAC con el Club de Adulto Mayor “Luz y Esperanza”

- **Fecha:** 09 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo
- **Instrumentos aplicados:** Encuesta de satisfacción (12)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló con integrantes del Club de Adulto Mayor Luz y Esperanza, con el objetivo de socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde la experiencia de personas mayores usuarias habituales del mercado. La jornada incluyó una presentación del proyecto y un espacio de diálogo orientado a identificar necesidades específicas asociadas al uso del espacio.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas abiertas de la encuesta de satisfacción y los comentarios recogidos durante la actividad evidencian una fuerte vinculación emocional con el Mercado Central, asociado a recuerdos, prácticas cotidianas y a la historia personal y colectiva de las personas mayores. Se releva la importancia de que el nuevo diseño mantenga el carácter reconocible del mercado, evitando una transformación que dificulte su apropiación por parte de este grupo etario.

Se plantean de manera reiterada observaciones vinculadas a accesibilidad universal, necesidad de espacios de descanso, buena iluminación, señalización clara y recorridos comprensibles. Asimismo, se destaca la relevancia de contar con un entorno seguro y cómodo para el desplazamiento autónomo de personas mayores.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó insumos cualitativos clave para la validación del anteproyecto desde una perspectiva de envejecimiento activo, accesibilidad e inclusión, relevando la importancia del mercado como espacio significativo para personas mayores.

4.17 Jornada de Difusión PAC en Feria de Plaza de Armas de Concepción

- **Fecha:** 10 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Jornada de difusión
- **Instrumentos aplicados:** Instrumento de participación ciudadana (5)

a) Descripción de la actividad

La jornada se desarrolló en la Feria de Plaza de Armas de Concepción, con el objetivo de difundir el proceso de reposición del Mercado Central y aplicar instrumentos de participación ciudadana a personas que transitaban por el espacio público.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas recogidas evidencian un reconocimiento general del Mercado Central como espacio emblemático de la ciudad. Se manifiesta interés por conocer los avances del proyecto y expectativas respecto de mejoras en infraestructura, ordenamiento y accesibilidad. Asimismo, se observa que la instancia permite acercar el proceso a personas que no participan habitualmente en talleres formales.

d) Análisis de la actividad

La actividad permitió ampliar la difusión del proyecto y recoger percepciones ciudadanas en un espacio público de alta concurrencia, complementando las instancias de participación más estructuradas.

4.18 Taller Permanente PAC: Asociación de Emprendedores Kollilleko

- **Fecha:** 15 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller permanente
- **Participantes:** 13 personas
- **Instrumentos aplicados:** Encuesta de satisfacción (13)

a) Descripción de la actividad

El taller se desarrolló con integrantes de la Asociación de Emprendedores Kollilleko, con el objetivo de socializar el anteproyecto del Mercado Central y recoger observaciones desde la experiencia de emprendimientos organizados vinculados a la economía local.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas abiertas evidencian una valoración del mercado como plataforma estratégica para la comercialización de productos locales. Se destaca la importancia de contar con espacios bien definidos, recorridos claros y condiciones que favorezcan la permanencia del público. Asimismo, se expresa interés por que el mercado promueva una oferta diversa y representativa del territorio.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó insumos relevantes para la validación del anteproyecto desde la perspectiva del emprendimiento organizado, reforzando el rol del mercado como motor de economía local.

4.19 Jornada de Difusión PAC en el Carnaval de la Costa (San Pedro de la Paz)

Fecha: 16 de diciembre de 2025

Tipo de instancia: Jornada de difusión

Instrumentos aplicados: Registro de observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

La jornada se desarrolló en el contexto del Carnaval de la Costa, con el objetivo de difundir el proyecto y acercar información a un público amplio en un evento cultural de alta convocatoria.

b) Resultados cualitativos

Desde las observaciones registradas se identifica interés espontáneo por parte de asistentes al evento en conocer el proyecto y su impacto en la ciudad. Se reconoce el mercado como referente urbano y cultural.

c) Análisis de la actividad

La actividad permitió ampliar la visibilidad del proceso participativo en un contexto cultural masivo.

4.21 Seminario Internacional del Proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción

- **Fecha:** 17 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Talleres y focus group
- **Participantes:** 33 personas

a) Descripción de la actividad

El seminario tuvo como objetivo presentar experiencias y reflexiones en torno a mercados urbanos, arquitectura y revitalización de espacios patrimoniales, en el marco del proyecto de reposición.

c) Resultados cualitativos

Las intervenciones y comentarios recogidos evidencian interés por modelos de mercados integrados al espacio público, con énfasis en sostenibilidad, identidad local y usos mixtos.

d) Análisis de la actividad

El seminario aportó un marco de referencia conceptual que complementa la validación ciudadana del anteproyecto.

4.22 Taller Participativo PAC con la Unión Comunal de Cabrero y Junta de Vecinos (Online)

- **Fecha:** 18 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Taller participativo
- **Participantes:** 11 personas

a) Descripción de la actividad

Instancia orientada a socializar el anteproyecto y recoger observaciones desde organizaciones territoriales de otra comuna.

b) Resultados cualitativos

Se releva el interés por el mercado como referente regional y por su potencial como espacio de atracción cultural y comercial.

c) Análisis de la actividad

La actividad permitió ampliar la mirada territorial del proceso participativo.

4.23 Jornada de Difusión PAC en el Parque Metropolitano Cerro Caracol

- **Fecha:** 19 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Jornada de difusión

Resultados cualitativos y análisis

Se reconoce el valor del mercado como espacio urbano emblemático y se difunde el proceso a públicos diversos.

4.24 Jornada de Difusión PAC en Plaza de Armas de Concepción

- **Fecha:** 22 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Jornada de difusión

Resultados cualitativos y análisis

La actividad permitió reforzar la difusión del proyecto en el principal espacio público de la ciudad.

4.25 Reunión Informativa PAC con la Oficina de la Diversidad de Concepción

- **Fecha:** 22 de diciembre de 2025
- **Tipo de instancia:** Reunión informativa
- **Participantes:** 1 persona

Resultados cualitativos y análisis

Se recogen observaciones orientadas a la inclusión y diversidad, reforzando la necesidad de un mercado accesible y seguro.

4.26 Taller Participativo PAC con la Red de Cuidadoras de Chiguayante y la Agrupación de Personas Neurodivergentes del Biobío

Fecha: 29 de diciembre de 2025
Tipo de instancia: Taller participativo
Participantes: 5 personas

Resultados cualitativos

Se enfatiza la importancia de señalización clara, reducción de estímulos y espacios comprensibles. Las agrupaciones se comprometen a realizar envío de carta con propuestas de adecuación para el funcionamiento del Mercado Central de Concepción.

Análisis

Aporta una mirada de cuidado e inclusión fundamental para la validación social del anteproyecto. La

Durante el mes de enero de 2026, la Etapa 3 del proceso de participación ciudadana se orientó principalmente a actividades de difusión territorial, instancias con organizaciones vinculadas a diversidad e inclusión, y actividades de cierre planificadas del proceso participativo. Este bloque permitió reforzar la difusión del proyecto en espacios culturales y comunitarios, así como profundizar la validación social del anteproyecto desde miradas asociadas a diversidad, cuidado e inclusión.

4.27 Taller Participativo PAC con Representantes de la Mesa de la Diversidad de Concepción

Fecha: 05 de enero de 2026

Tipo de instancia: Taller participativo

Participantes: 8 personas

Instrumentos aplicados: Encuesta de satisfacción (7)

a) Descripción de la actividad

La actividad se desarrolló con representantes de la Mesa de la Diversidad de Concepción, con el objetivo de socializar el anteproyecto del Mercado Central de Concepción y recoger observaciones desde una perspectiva de diversidad social, inclusión y uso seguro del espacio público. La jornada contempló una presentación del proyecto, del proceso participativo desarrollado hasta la fecha y del rol de esta instancia en la validación social del anteproyecto.

Posteriormente, se desarrolló un espacio de diálogo guiado orientado a identificar necesidades específicas asociadas al uso del mercado por parte de personas de la diversidad sexual, de género y otros colectivos históricamente excluidos del diseño urbano tradicional.

c) Resultados cualitativos

Las respuestas abiertas de la encuesta de satisfacción y las observaciones registradas durante la actividad evidencian una valoración del Mercado Central como espacio potencialmente inclusivo y representativo de la diversidad social de la ciudad. Se releva la importancia de que el diseño del mercado incorpore criterios de seguridad, visibilidad y claridad espacial, que permitan a distintos grupos sentirse cómodos y seguros en su uso cotidiano.

Asimismo, se enfatiza la necesidad de que el mercado cuente con señalética comprensible, uso de lenguaje inclusivo y una organización espacial que favorezca la convivencia de distintos públicos sin generar exclusión. En varias respuestas se menciona la relevancia del mercado como espacio de encuentro cultural y social, más allá de su función comercial.

d) Análisis de la actividad

La actividad aportó insumos cualitativos relevantes desde una perspectiva de diversidad e inclusión, contribuyendo a la validación del anteproyecto en términos de uso seguro del espacio, convivencia y representatividad social.

4.28 Jornada de Difusión PAC en Festival Jazz Aut

Fecha: 11 de enero de 2026

Tipo de instancia: Jornada de difusión

Instrumentos aplicados: Registros fotográficos y observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

La jornada de difusión se desarrolló en el contexto del Festival Jazz Aut, con el objetivo de acercar información del proyecto de reposición del Mercado Central de Concepción a un público amplio en un evento cultural de alta convocatoria. La actividad consistió en la entrega de información general sobre el proyecto y el proceso participativo, así como en la difusión de los canales de participación ciudadana disponibles.

b) Resultados cualitativos

Desde las observaciones registradas se identifica interés espontáneo por parte de las personas asistentes en conocer el estado del proyecto y su impacto en la ciudad. Se reconoce al Mercado Central como un espacio emblemático y significativo, asociado a identidad urbana y vida cultural. Se observa que este tipo de instancias permite acercar el proceso participativo a públicos que no suelen participar en talleres formales.

c) Análisis de la actividad

La actividad permitió ampliar la visibilidad del proceso participativo en un contexto cultural, reforzando la difusión del proyecto y su apropiación simbólica por parte de la ciudadanía.

4.29 Jornada de Difusión PAC en “Ampliando Fronteras desde el Sur de Chile”

Fecha: 15 de enero de 2026

Tipo de instancia: Jornada de difusión

Instrumentos aplicados: Registros fotográficos y observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

La jornada se desarrolló en el marco del evento “Ampliando Fronteras desde el Sur de Chile”, realizado en dependencias de la Universidad de Concepción, con el objetivo de difundir el proyecto en un espacio académico-cultural y recoger percepciones generales del público asistente.

b) Resultados cualitativos

Las observaciones registradas dan cuenta de un interés por el Mercado Central como espacio urbano con potencial cultural, turístico y social. Se manifiestan expectativas respecto de que el proyecto fortalezca el rol del mercado como punto de encuentro y como parte del patrimonio urbano de Concepción.

c) Análisis de la actividad

La actividad permitió difundir el proyecto en un espacio académico, ampliando el alcance territorial y social del proceso participativo.

4.30 Jornada de Difusión PAC en Feria Retro

Fecha: 17 de enero de 2026

Tipo de instancia: Jornada de difusión

Instrumentos aplicados: Registros fotográficos y observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

La jornada se desarrolló en el contexto de la Feria Retro, con el objetivo de difundir el proceso participativo y el proyecto de reposición del Mercado Central en un espacio cultural de alta concurrencia ciudadana.

b) Resultados cualitativos

Las observaciones recogidas evidencian una asociación directa del mercado con la memoria, la identidad y la historia urbana. Se manifiesta interés por que el nuevo mercado mantenga elementos reconocibles y resguarde su carácter patrimonial.

c) Análisis de la actividad

La actividad aportó insumos cualitativos desde una dimensión simbólica y patrimonial, complementando las instancias formales de participación.

4.31 Jornada de Difusión PAC en Feria Internacional del Parque Ecuador

Fecha: 18 de enero de 2026

Tipo de instancia: Jornada de difusión

Instrumentos aplicados: Registros fotográficos y observaciones cualitativas

a) Descripción de la actividad

La jornada se desarrolló en la Feria Internacional del Parque Ecuador, con el objetivo de difundir el proyecto a un público diverso y de carácter internacional, reforzando el alcance comunicacional del proceso participativo.

b) Resultados cualitativos

Se observa interés por parte del público en conocer el proyecto y su impacto urbano. Se reconoce al mercado como un espacio representativo de la ciudad y como potencial atractivo cultural y turístico.

c) Análisis de la actividad

La actividad permitió reforzar la difusión del proyecto en un contexto multicultural y de alta visibilidad pública.

4.32 Actividades Programadas y Suspensas

4.32.1 Taller Participativo PAC con Representantes del Colegio de Arquitectos de Concepción

Fecha: 20 de enero de 2026

4.32.2 Taller Participativo PAC con Representantes de la Cámara de Comercio de Concepción

Fecha: 20 de enero de 2026

4.32.3 Asamblea de Cierre de la Tercera Etapa del Proyecto

Fecha: 20 de enero de 2026

4.4 Encuesta Web: CONSULTA CIUDADANA ETAPA 3

En el marco de la Etapa 3 del proceso de Participación Ciudadana, se implementó una consulta ciudadana en modalidad web con el objetivo de recoger la opinión de la comunidad respecto de diversos aspectos del anteproyecto arquitectónico del nuevo Mercado Central de Concepción. Esta consulta buscó evaluar el grado de valoración de distintas características del diseño propuesto, particularmente en relación con el rescate patrimonial, la inclusión y accesibilidad, la identidad territorial y la programación de usos del edificio.

La consulta alcanzó un total de 1.249 respuestas válidas, provenientes principalmente de habitantes de la Región del Biobío, lo que permite afirmar que los resultados reflejan mayoritariamente la percepción de la población del territorio directamente vinculado al proyecto.

4.41 Caracterización general de las personas participantes

La participación en la consulta web mostró una distribución relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, con una leve predominancia de participación masculina. En términos territoriales, la gran mayoría de las personas participantes reside en la Región del Biobío, destacando especialmente habitantes de la comuna de Concepción y de comunas cercanas del área metropolitana.

Género	Porcentaje
Masculino	51,8 %
Femenino	47,1 %
No binario	0,6 %
No sabe / No responde	0,5 %

Región	Porcentaje
Región del Biobío	95,9 %
Región Metropolitana	2,2 %

Otras regiones	1,9 %
----------------	-------

Valoración del rescate patrimonial del edificio

Una de las preguntas de la consulta abordó la relevancia que la ciudadanía otorga a que el nuevo Mercado de Concepción permite visualizar elementos estructurales y materiales originales del edificio, tales como la albañilería o el hormigón. Este aspecto busca reforzar el vínculo del proyecto con la memoria histórica del inmueble y con su valor patrimonial dentro de la ciudad.

Los resultados muestran una valoración ampliamente favorable hacia esta estrategia de diseño, evidenciando que una proporción significativa de las personas participantes considera importante que el proyecto mantenga visibles elementos del edificio original.

Relevancia de mostrar estructuras y materiales originales

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	43,96 %
Relevante	29,22 %
Ni relevante ni irrelevante	11,13 %
Irrelevante	10,73 %
Algo relevante	4,96 %

La suma de las categorías “muy relevante” y “relevante” alcanza aproximadamente el 73 %, lo que indica un amplio respaldo ciudadano al enfoque patrimonial del proyecto.

Incorporación de elementos originales sobrevivientes al incendio

La consulta también abordó la importancia de incorporar en el nuevo diseño elementos representativos del mercado original que sobrevivieron al incendio, tales como sistemas de apertura de ventanas, baldosas, muros de locales originales o mesones de pescaderías.

Los resultados reflejan una valoración positiva hacia la integración de estos componentes, los cuales son percibidos como elementos que contribuyen a preservar la identidad histórica del lugar.

Relevancia de incorporar elementos originales sobrevivientes

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	38,75 %
Relevante	26,74 %
Ni relevante ni irrelevante	13,61 %
Irrelevante	13,53 %
Algo relevante	7,37 %

En conjunto, cerca de dos tercios de las personas participantes consideran relevante o muy relevante esta medida, lo que reafirma la importancia del rescate patrimonial como eje central del proyecto.

Reutilización de madera original en el nuevo diseño

Otro de los aspectos evaluados en la consulta se refiere a la reutilización de la madera original del edificio, particularmente aquella proveniente de los cielos del mercado, para su incorporación en elementos de mobiliario u otros componentes del nuevo diseño.

Relevancia de reutilizar madera original

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	35,87 %
Relevante	30,66 %
Ni relevante ni irrelevante	14,17 %

Irrelevante	12,57 %
Algo relevante	6,73 %

Los resultados indican que **más de un 66 % de las personas participantes valora positivamente esta estrategia**, lo que sugiere que la reutilización de materiales originales es percibida como una forma concreta de mantener la continuidad histórica del edificio.

Inclusión y accesibilidad en el diseño del nuevo mercado

La consulta ciudadana también abordó aspectos relacionados con la inclusión y la accesibilidad universal, particularmente en relación con la incorporación de señaléticas accesibles para personas con discapacidad visual.

Relevancia de señalética accesible

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	70,62 %
Relevante	22,98 %
Ni relevante ni irrelevante	3,28 %
Algo relevante	2,32 %
Irrelevante	0,80 %

Los resultados muestran uno de los niveles de consenso más altos de toda la consulta, con **más del 93 % de las respuestas concentradas en las categorías “muy relevante” y “relevante”**, lo que refleja una clara expectativa ciudadana respecto de que el nuevo mercado incorpore criterios de accesibilidad universal.

En la misma línea, la consulta abordó la pertinencia de incorporar señalética en múltiples idiomas, incluyendo inglés y mapudungun.

Inclusión de idiomas en señalética

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	52,76 %
Relevante	28,90 %
Ni relevante ni irrelevante	8,41 %
Irrelevante	6,00 %
Algo relevante	3,92 %

La mayoría de las personas participantes considera relevante esta medida, lo que sugiere una valoración positiva hacia la incorporación de elementos que refuercen la dimensión intercultural y turística del proyecto.

Valoración de materiales representativos de la región

La consulta también evaluó la importancia de que el edificio incorpore materiales representativos del territorio regional, particularmente la madera, considerando la fuerte tradición forestal y maderera del Biobío.

Uso de materiales regionales

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	52,28 %
Relevante	32,43 %
Ni relevante ni irrelevante	8,97 %
Algo relevante	3,20 %
Irrelevante	3,12 %

Los resultados indican que **más del 84 % de las personas participantes considera relevante o muy relevante la utilización de materiales regionales**, lo que reafirma la importancia de integrar identidad territorial en el diseño arquitectónico.

Programación de usos: terraza y oferta gastronómica

Otro aspecto evaluado fue la incorporación de una terraza en la azotea del edificio, concebida como un espacio de descanso, contemplación y posible oferta gastronómica.

Relevancia de la terraza en azotea

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	66,13 %
Relevante	27,38 %
Ni relevante ni irrelevante	3,92 %
Algo relevante	1,44 %
Irrelevante	1,12 %

Los resultados muestran un respaldo muy significativo a esta propuesta, con **más del 93 % de valoración positiva**, lo que sugiere que la ciudadanía percibe favorablemente la incorporación de espacios de permanencia y encuentro dentro del edificio.

Asimismo, se consultó respecto de la valoración de una oferta gastronómica diversa dentro del nuevo mercado.

Valoración de oferta gastronómica diversa

Nivel de relevancia	Porcentaje
Muy relevante	63,17 %
Relevante	21,46 %

Ni relevante ni irrelevante	7,45 %
Irrelevante	4,16 %
Algo relevante	3,76 %

La mayoría de las personas participantes manifiesta una valoración positiva hacia la diversidad gastronómica, lo que evidencia expectativas de que el mercado combine tradición culinaria con nuevas propuestas gastronómicas.

Percepción de equilibrio entre el mercado antiguo y la propuesta nueva

Finalmente, la consulta incluyó una pregunta orientada a evaluar si las personas participantes consideran que el proyecto logra un equilibrio adecuado entre el mercado histórico y la nueva propuesta arquitectónica.

Percepción de equilibrio entre antiguo y nuevo

Respuesta	Porcentaje
Sí, totalmente	40,91 %
Sí, en parte	41,15 %
No estoy seguro/a	15,45 %
No, en realidad no	1,44 %
No, para nada	1,04 %

Los resultados muestran que **más del 82 % de las personas participantes considera que el proyecto logra total o parcialmente dicho equilibrio**, lo que constituye un indicador relevante de aceptación ciudadana del anteproyecto presentado.

5. Validación Social y metodológica

La Etapa 3 del proceso de participación ciudadana del proyecto de Reposición del Mercado Central de Concepción tuvo como objetivo principal validar socialmente los lineamientos del proyecto, profundizando en las percepciones, expectativas y valoraciones de la ciudadanía respecto de la propuesta arquitectónica, el modelo de gestión y el enfoque patrimonial. Para ello, se implementó una metodología de carácter mixto, que combinó instrumentos cuantitativos y cualitativos, permitiendo abordar tanto la dimensión evaluativa del proyecto como los significados y experiencias asociados a su uso y proyección futura.

5.1 Enfoque metodológico

El diseño metodológico de la Etapa 3 se sustentó en un enfoque mixto de tipo convergente, en el cual los resultados cuantitativos y cualitativos fueron analizados de manera complementaria. Este enfoque permitió no solo dimensionar niveles de acuerdo y validación ciudadana, sino también comprender los fundamentos sociales y culturales que explican dichas valoraciones, evitando lecturas reduccionistas del proceso participativo.

Desde esta perspectiva, el componente cuantitativo se orientó a la validación social de criterios y lineamientos del proyecto, mientras que el componente cualitativo permitió profundizar en la experiencia vivida, las tensiones, expectativas y propuestas ciudadanas que no pueden ser capturadas mediante escalas cerradas. La integración de ambos enfoques se realizó en la etapa de análisis, asegurando coherencia metodológica y trazabilidad entre participación, diseño y toma de decisiones.

5.2 Instrumentos de levantamiento de información

Para el desarrollo de la Etapa 3 se utilizaron los siguientes instrumentos:

a) Consulta ciudadana cuantitativa

Se aplicó una encuesta estructurada de consulta ciudadana, orientada a recoger la opinión de la comunidad respecto de aspectos clave del proyecto, tales como inclusión y accesibilidad, experiencia de uso del Mercado, materialidad, economía local, oferta gastronómica y equilibrio entre patrimonio y propuesta contemporánea. El instrumento contempló preguntas de escala de valoración, permitiendo medir niveles de acuerdo, relevancia y percepción general del proyecto.

La consulta ciudadana constituyó el instrumento central de validación social de la Etapa 3, siendo aplicada a un total de 1.219 personas, lo que permitió contar con una base robusta de análisis cuantitativo.

b) Instrumentos cualitativos complementarios

De manera paralela, se aplicaron instrumentos de carácter cualitativo, incluyendo preguntas abiertas incorporadas al final de las encuestas de cierre de talleres, instrumentos de participación ciudadana aplicados a organizaciones, ferias y asociaciones, así como documentos de propuestas elaborados por colectivos y organizaciones sociales. Estos insumos permitieron recoger percepciones, relatos, observaciones y sugerencias que profundizan la comprensión de la experiencia ciudadana y del rol social del Mercado.

5.3 Población y muestra

La población considerada en la Etapa 3 corresponde a personas residentes en la ciudad de Concepción y su entorno, así como a actores vinculados al uso, trabajo y proyección del Mercado Central, incluyendo vecinos, visitantes, emprendedores, feriantes y representantes de organizaciones sociales. La muestra cuantitativa estuvo compuesta por 1.219 casos válidos, mientras que el corpus cualitativo se conformó a partir de la diversidad de actores participantes en instancias presenciales y de los aportes escritos recibidos durante la etapa.

5.4 Procedimiento de análisis cuantitativo

El análisis cuantitativo se realizó mediante una lectura descriptiva y agregada de los resultados, calculando frecuencias y porcentajes de respuesta para cada uno de los ítems evaluados. Este análisis permitió identificar tendencias generales, niveles de acuerdo y ámbitos de mayor o menor consenso ciudadano, constituyendo la base para la validación social del proyecto.

Los resultados cuantitativos fueron presentados sin inferencias estadísticas complejas, privilegiando una lectura clara y comprensible, acorde al carácter participativo del proceso y a los objetivos de validación de la Etapa 3.

5.5 Procedimiento de análisis cualitativo

El análisis cualitativo se desarrolló a través de un análisis temático aplicado, que consideró la lectura comprensiva de las respuestas abiertas, instrumentos de participación y propuestas ciudadanas. A partir de este proceso, se identificaron unidades de sentido y se construyeron categorías analíticas vinculadas a inclusión y cuidado, experiencia de uso cotidiano, economía local, rol comunitario y gobernanza del Mercado.

Este análisis permitió profundizar en dimensiones de la experiencia ciudadana que no son capturables por mediciones cuantitativas, tales como la memoria, la identidad, los imaginarios urbanos, las prácticas de cuidado y las expectativas de futuro asociadas al Mercado Central.

5.6 Integración de resultados cuantitativos y cualitativos

La integración de ambos enfoques se realizó en la etapa de análisis e interpretación, mediante el cruce sistemático de resultados cuantitativos y cualitativos. Este procedimiento permitió explicar, contextualizar y profundizar los hallazgos de la consulta ciudadana, asegurando que los porcentajes y niveles de acuerdo se comprendieran a la luz de las experiencias, relatos y propuestas expresadas por la ciudadanía.

Este enfoque integrado permitió fortalecer la validez del proceso participativo, aportando una lectura comprensiva del proyecto y entregando insumos concretos para la toma de decisiones en las siguientes etapas de diseño y gestión del Mercado Central de Concepción.

6. Resultados y Análisis

Resultados Cualitativos de los procesos presenciales

Inclusión, accesibilidad y cuidado - Análisis Cualitativo de percepciones

El análisis cualitativo de la Etapa 3 evidencia que uno de los ejes más significativos y transversales levantados por la ciudadanía dice relación con la inclusión, la accesibilidad y las prácticas de cuidado asociadas al uso cotidiano del Mercado Central de Concepción. Esta dimensión emerge con fuerza desde distintos tipos de insumos cualitativos —respuestas abiertas de encuestas de cierre, instrumentos de participación ciudadana y propuestas formales de organizaciones sociales— configurando un campo de sentido que no es capturable mediante indicadores cuantitativos, pero que resulta clave para la comprensión integral del proyecto.

A diferencia de otros aspectos más funcionales del diseño, las observaciones asociadas a inclusión y cuidado se expresan mayoritariamente desde la experiencia vivida, desde situaciones concretas de uso, acompañamiento y permanencia en el espacio, particularmente en el caso de personas neurodivergentes, personas con discapacidad, niños y niñas, y quienes ejercen labores de cuidado. En este sentido, el Mercado es comprendido no solo como un espacio de intercambio económico, sino como un entorno social complejo, donde las condiciones sensoriales, espaciales y organizativas inciden directamente en la posibilidad de habitarlo de manera digna y segura.

Las propuestas ciudadanas recogen de forma reiterada la necesidad de regular los estímulos ambientales, identificando la iluminación, el sonido y las aglomeraciones como factores críticos para la experiencia de uso. La solicitud de iluminación cálida y de baja intensidad, música ambiental moderada o reducida, y pasillos amplios que faciliten la circulación, no se formulan únicamente desde criterios de comodidad, sino como condiciones habilitantes para la inclusión efectiva de personas que experimentan sobreestimulación sensorial o dificultades de movilidad. Estas observaciones revelan una lectura ciudadana sofisticada del espacio, en la que el diseño arquitectónico se vincula directamente con el bienestar y la autonomía.

De manera especialmente significativa, emerge la demanda por la incorporación de espacios de calma al interior del Mercado, concebidos como lugares silenciosos, con aislación acústica y cercanos al núcleo de funcionamiento del recinto. Estos espacios son entendidos como dispositivos de cuidado indispensables para personas neurodivergentes y sus familias, permitiendo la regulación emocional y la respuesta oportuna frente a situaciones de descompensación. La ciudadanía no solo solicita la existencia física de estos espacios, sino que subraya la necesidad de contar con personal capacitado, protocolos claros y una cultura organizacional que comprenda y legitime estas medidas, reforzando la idea de que la inclusión no se agota en la infraestructura, sino que requiere gestión y formación.

En esta misma línea, las propuestas enfatizan el rol de las familias cuidadoras y la importancia de reconocerlas como usuarias legítimas del espacio público. La solicitud de espacios de lactancia adecuados, zonas de descanso con sombra y mobiliario confortable, baños infantiles diferenciados y accesibles, así como áreas de juego inclusivo, da cuenta de una comprensión del cuidado como una práctica social cotidiana que debe ser considerada en el diseño urbano. Estas demandas refuerzan la noción del Mercado como un espacio intergeneracional, donde la permanencia y el uso prolongado requieren condiciones que sostengan la vida cotidiana y no solo el tránsito rápido.

Otro elemento central identificado en el análisis cualitativo es la accesibilidad comunicacional y cognitiva. La ciudadanía plantea de manera explícita la necesidad de incorporar señalización con pictogramas, información accesible para personas con discapacidad visual y auditiva, y sistemas de orientación claros en entradas, salidas y vías de evacuación. Estas propuestas se articulan con la demanda por protocolos de emergencia inclusivos y por la disponibilidad de equipamiento y formación básica en respuesta a emergencias, como el uso de DEA y la reanimación cardiopulmonar, lo que amplía la comprensión de la seguridad más allá de lo estructural, integrándola a una lógica de cuidado comunitario.

En conjunto, este eje de análisis permite afirmar que la ciudadanía no concibe la inclusión como un atributo accesorio del proyecto, sino como un criterio estructurante del diseño y la gestión del Mercado Central. Las propuestas levantadas no solo buscan corregir barreras existentes, sino proyectar un espacio público que reconozca la diversidad de cuerpos, ritmos, sensibilidades y formas de habitar la ciudad. Desde esta perspectiva, la incorporación de criterios de accesibilidad universal, regulación sensorial y cuidado aparece como una condición necesaria para fortalecer la apropiación simbólica del proyecto y su legitimidad social, alineándose con los principios de una ciudad a escala humana y con enfoque de derechos.

Experiencia de uso cotidiano del Mercado y condiciones de permanencia - *Análisis cualitativo de prácticas, recorridos y percepción del espacio*

El análisis cualitativo desarrollado a partir de los instrumentos de participación ciudadana aplicados en la Etapa 3 permite identificar un eje central vinculado a la experiencia de uso cotidiano del Mercado Central, entendida no sólo desde una perspectiva funcional, sino como una experiencia social compleja, históricamente asociada a los mercados como espacios de intercambio económico y de construcción de vínculos comunitarios.

En este sentido, resulta relevante señalar que las percepciones ciudadanas recogidas no se refieren exclusivamente al acto de compra, sino a un conjunto de prácticas sociales cotidianas que se despliegan en el Mercado: el encuentro reiterado, el reconocimiento entre personas, la conversación espontánea, la permanencia sin un objetivo inmediato y la posibilidad de habitar el espacio a distintos ritmos. El comercio aparece así como el medio a través del cual se activa la vida social del Mercado, y no como su único fin.

Desde esta comprensión, las observaciones asociadas a circulación, ruido, permanencia o legibilidad del espacio expresan una evaluación social del Mercado como institución urbana, más que una crítica aislada a condiciones físicas específicas. La ciudadanía valora el carácter vivo y diverso del recinto, pero tensiona aquellas configuraciones espaciales que dificultan el desarrollo de relaciones sociales cotidianas, generan estrés ambiental o limitan la posibilidad de permanecer y recorrer el espacio con tranquilidad.

Las respuestas cualitativas evidencian que la experiencia cotidiana del Mercado se encuentra fuertemente condicionada por factores espaciales y ambientales, tales como el ancho de los pasillos, la presencia de aglomeraciones, la claridad de los recorridos, el nivel de ruido y la disponibilidad de espacios para detenerse y descansar. Estos elementos inciden directamente en la forma en que las personas se relacionan entre sí y con el entorno, afectando la calidad del intercambio social que caracteriza históricamente a los mercados tradicionales.

Uno de los aspectos más reiterados en los relatos ciudadanos es la percepción de congestión y saturación espacial, especialmente en horarios de alta afluencia. La demanda por pasillos más amplios y recorridos claramente definidos se asocia tanto a criterios de accesibilidad como a la necesidad de preservar un ritmo social propio del Mercado, donde el desplazamiento no se viva como una experiencia forzada o apresurada. La congestión excesiva es percibida como un factor que interrumpe la conversación, el encuentro y la observación, prácticas centrales de la vida cotidiana del recinto.

Asimismo, las personas manifiestan que la permanencia en el espacio constituye un atributo fundamental del Mercado, pero actualmente está tensionado por la falta de condiciones adecuadas para quedarse. La solicitud de zonas de descanso, asientos suficientes, espacios con sombra y lugares que permitan pausas durante el recorrido refuerza la idea de que el Mercado es vivido como un espacio social de encuentro y acompañamiento, y no únicamente como un lugar de tránsito rápido. La posibilidad de permanecer sin consumir de inmediato aparece como un indicador relevante de apropiación y pertenencia.

En relación con los estímulos sensoriales, el análisis cualitativo muestra que el ambiente sonoro influye significativamente en la experiencia cotidiana. Si bien se reconoce el carácter dinámico del Mercado, las personas señalan que niveles elevados de ruido o música constante dificultan la comunicación interpersonal y la permanencia prolongada, afectando especialmente a personas mayores, familias con niños y personas neurodivergentes. La regulación del ambiente sonoro es comprendida, por tanto, como un mecanismo para fortalecer la calidad del intercambio social sin afectar la identidad del espacio.

Finalmente, la legibilidad del espacio emerge como un factor socialmente relevante. La facilidad para orientarse, reconocer accesos y ubicar servicios incide en la sensación de control, seguridad y confianza, elementos indispensables para que el Mercado funcione como un espacio abierto e inclusivo. Las dificultades de orientación son percibidas como barreras simbólicas que limitan el uso cotidiano, especialmente para visitantes ocasionales y personas que no frecuentan regularmente el recinto.

En síntesis, la experiencia de uso cotidiano del Mercado Central se configura como una experiencia social densa, donde el comercio, la convivencia y la vida comunitaria se

entrelazan. Las observaciones ciudadanas recogidas en la Etapa 3 permiten comprender que mejorar las condiciones de circulación, permanencia y confort no responde únicamente a criterios funcionales, sino a la necesidad de preservar y potenciar el rol histórico del Mercado como espacio de riqueza social, encuentro y vida urbana a escala humana.

Economía local, oficios y formas de inclusión productiva - *Análisis cualitativo del Mercado como espacio económico-social*

El análisis cualitativo de la Etapa 3 evidencia que el Mercado Central es comprendido por la ciudadanía como un espacio estratégico para la economía local, pero también como un lugar donde el trabajo, los oficios y el emprendimiento se encuentran profundamente imbricados con la identidad, la trayectoria y la pertenencia territorial. A diferencia de otras formas de comercio, el Mercado es valorado como un espacio donde la actividad económica mantiene un rostro humano, relacional y comunitario.

Las respuestas abiertas y los instrumentos de participación aplicados a emprendedores, ferias y asociaciones dan cuenta de una valoración significativa del Mercado como plataforma de subsistencia y visibilización de oficios, especialmente para pequeños productores, artesanos, feriantes y emprendimientos de base local. La ciudadanía reconoce el rol del Mercado como un espacio que permite sostener economías familiares, generar redes de apoyo y fortalecer circuitos económicos que no siempre encuentran cabida en formatos comerciales estandarizados.

En este contexto, emerge con fuerza la demanda por formas de inclusión productiva, entendidas no solo como acceso a espacios de venta, sino como condiciones estructurales que permitan participar en igualdad de condiciones. Las observaciones cualitativas señalan la necesidad de considerar la diversidad de actores económicos —mujeres emprendedoras, personas cuidadoras, personas neurodivergentes y colectivos históricamente excluidos— reconociendo que la actividad productiva se ve afectada por barreras físicas, sensoriales, organizativas y culturales.

El Mercado es percibido, además, como un espacio donde los oficios tradicionales y contemporáneos pueden coexistir, generando una oferta diversa que refuerza su carácter identitario. Las propuestas ciudadanas destacan la importancia de visibilizar el trabajo artesanal, la producción local y las economías creativas, no solo como elementos decorativos o complementarios, sino como parte constitutiva del proyecto. Esta valoración se vincula con la idea de que el Mercado debe reflejar la diversidad productiva del territorio y fortalecer la relación entre comercio, cultura y memoria.

Asimismo, las respuestas cualitativas revelan que la inclusión productiva no se limita a la infraestructura física, sino que involucra condiciones de gestión, acompañamiento y reconocimiento social. Se identifican demandas por apoyos técnicos, visibilidad, reglas claras de funcionamiento y una gestión que reconozca las particularidades de los distintos rubros y trayectorias. La economía local aparece así como un campo atravesado por relaciones sociales, cuidados y responsabilidades que requieren ser consideradas en el modelo de gestión del Mercado.

Desde esta perspectiva, el análisis cualitativo permite comprender que el Mercado Central es concebido por la ciudadanía como un espacio económico-social, donde la generación de ingresos se articula con vínculos de confianza, colaboración y reconocimiento mutuo. Fortalecer la economía local implica, por tanto, diseñar un espacio que no solo facilite el intercambio comercial, sino que también promueva relaciones económicas más justas, inclusivas y arraigadas en el territorio.

El Mercado como espacio público educativo y comunitario - *Análisis cualitativo del rol social, cultural y formativo del Mercado*

El análisis cualitativo de la Etapa 3 permite identificar una comprensión compartida del Mercado Central como un espacio público con un rol educativo y comunitario, que trasciende su función comercial y se vincula con procesos de aprendizaje social, transmisión de saberes y construcción de convivencia urbana. Esta dimensión emerge de manera transversal en las respuestas abiertas y propuestas ciudadanas, especialmente cuando se hace referencia a la necesidad de formación, sensibilización y generación de una cultura de respeto e inclusión al interior del Mercado.

Desde la perspectiva ciudadana, el Mercado es reconocido como un lugar de aprendizaje cotidiano, donde se transmiten conocimientos asociados a los oficios, la alimentación, las tradiciones locales y las formas de relación social propias del territorio. Este aprendizaje no es formal ni institucionalizado, sino que se produce a través de la observación, la conversación, la repetición de prácticas y el contacto directo entre personas de distintas edades, orígenes y trayectorias. En este sentido, el Mercado es valorado como un espacio donde la cultura se vive y se practica, más que como un contenido abstracto.

Las propuestas cualitativas relevan de manera explícita la importancia de fortalecer el rol educativo del Mercado, especialmente en relación con temáticas de inclusión, diversidad y trato digno. La solicitud de capacitaciones al personal y a los locatarios en atención preferencial, protocolos de cuidado y comprensión de la neurodivergencia refleja una lectura ciudadana que reconoce al Mercado como un espacio de convivencia, donde las prácticas cotidianas de quienes trabajan y circulan en él inciden directamente en la experiencia de otros. La formación aparece así como una herramienta clave para transformar el espacio desde lo relacional y no solo desde lo físico.

Asimismo, emerge la necesidad de incorporar estrategias de sensibilización y educación comunitaria dirigidas a quienes visitan el Mercado. Campañas informativas, material educativo, señalización inclusiva y acciones comunicacionales internas son comprendidas como mecanismos para promover una cultura de respeto, corresponsabilidad y cuidado colectivo. Estas propuestas evidencian que la ciudadanía no concibe la inclusión únicamente como una obligación normativa, sino como un proceso social que requiere información, aprendizaje y participación activa.

El análisis cualitativo también destaca el potencial del Mercado como espacio cultural abierto, donde pueden desarrollarse actividades que refuercen la identidad local y la diversidad social. Talleres, expresiones artísticas, instancias de encuentro comunitario y acciones culturales son mencionadas como oportunidades para fortalecer el vínculo entre

el Mercado y la ciudad, ampliando su función más allá del intercambio económico. Estas actividades son valoradas no como eventos aislados, sino como prácticas que pueden contribuir a una mayor apropiación del espacio y a la construcción de sentido de pertenencia.

En este marco, el Mercado es concebido como un espacio de socialización intergeneracional, donde niños, niñas, personas mayores, familias y trabajadores comparten un entorno común. La posibilidad de que distintos grupos convivan y aprendan unos de otros es reconocida como un valor social del Mercado, siempre que existan condiciones que faciliten la interacción respetuosa y segura. Esta lectura refuerza la idea de que el diseño y la gestión del espacio deben considerar su impacto en las relaciones sociales y en los aprendizajes cotidianos que allí se producen.

En síntesis, este eje de análisis permite comprender que la ciudadanía proyecta el Mercado Central como un espacio público educativo y comunitario, capaz de contribuir a la formación de prácticas de convivencia, inclusión y cuidado en la ciudad. La incorporación de acciones formativas, culturales y de sensibilización no aparece como un complemento opcional, sino como una dimensión necesaria para consolidar al Mercado como un lugar vivo, significativo y socialmente integrado, coherente con su rol histórico y con las expectativas ciudadanas levantadas en la Etapa 3.

Gobernanza, protocolos y confianza en el espacio - *Análisis cualitativo de gestión, seguridad y legitimidad social*

El análisis cualitativo evidencia que la experiencia y proyección del Mercado Central se encuentran estrechamente vinculadas a la confianza que la ciudadanía deposita en su gestión y en su capacidad de responder adecuadamente a situaciones cotidianas y extraordinarias. Las respuestas abiertas y propuestas ciudadanas muestran que la gobernanza del Mercado no es percibida como un aspecto exclusivamente administrativo, sino como un componente central de la experiencia de uso y de la legitimidad social del proyecto.

Las observaciones ciudadanas subrayan la importancia de contar con protocolos claros y visibles, especialmente en materia de emergencias, evacuación y atención de situaciones críticas. La solicitud de protocolos inclusivos, que consideren las necesidades de personas neurodivergentes, personas con discapacidad, niños y niñas, revela una comprensión de la seguridad como una práctica social compartida, más allá de la mera infraestructura. La presencia de equipamiento adecuado, como desfibriladores externos automáticos (DEA), y de personal capacitado en reanimación cardiopulmonar básica, es valorada como un elemento que fortalece la sensación de cuidado y responsabilidad colectiva.

Asimismo, el análisis cualitativo destaca la relevancia del rol del personal del Mercado como figura de referencia y orientación. La ciudadanía valora la existencia de puntos de información, módulos de atención y personas claramente identificables que puedan orientar, acompañar y asistir en distintas situaciones. Esta demanda se vincula con la necesidad de generar un entorno predecible y confiable, donde las personas sepan a quién acudir y cómo actuar ante eventuales dificultades.

La confianza en el espacio también se asocia a la coherencia entre el diseño físico y la gestión cotidiana. Las propuestas ciudadanas evidencian que la inclusión, la accesibilidad y el cuidado solo se materializan plenamente cuando existen reglas claras, formación continua y una gestión que respalde las medidas implementadas. En este sentido, la gobernanza del Mercado es entendida como un proceso dinámico, que requiere evaluación permanente, participación de los actores involucrados y capacidad de adaptación a las necesidades emergentes.

De manera significativa, algunas propuestas cualitativas plantean la importancia de incorporar mecanismos de participación continua, que permitan a la ciudadanía, a las organizaciones sociales y a los usuarios del Mercado incidir en la revisión y mejora de las medidas adoptadas. Esta demanda refuerza la idea de que la confianza no se construye únicamente a través de normas y protocolos, sino mediante la apertura a la retroalimentación y al diálogo sostenido.

En síntesis, este eje de análisis permite afirmar que la gobernanza del Mercado Central es percibida como un factor determinante para su apropiación social y su funcionamiento cotidiano. La existencia de protocolos claros, personal capacitado, información accesible y mecanismos de participación contribuye a fortalecer la confianza ciudadana y a consolidar al Mercado como un espacio seguro, inclusivo y legítimo. Desde la mirada cualitativa recogida en la Etapa 3, la gestión del Mercado aparece así como un componente inseparable del diseño y del uso social del espacio.

Análisis Interpretativo de los Resultados de la Consulta Ciudadana Web

Los resultados de la consulta ciudadana aplicada durante la Etapa 3 del proceso participativo permiten observar una valoración mayoritariamente positiva respecto de los principales componentes del anteproyecto del nuevo Mercado Central de Concepción. En términos generales, las respuestas reflejan una percepción favorable hacia la propuesta arquitectónica presentada, particularmente en lo relativo al equilibrio entre rescate patrimonial, incorporación de criterios de inclusión y desarrollo de nuevas dinámicas de uso para el edificio.

Uno de los aspectos más relevantes que emerge del análisis de la consulta se relaciona con la **importancia que la ciudadanía asigna al rescate del carácter patrimonial del mercado**. Las preguntas asociadas a la visibilización de estructuras originales, la incorporación de elementos sobrevivientes al incendio y la reutilización de materiales históricos muestran niveles de valoración ampliamente mayoritarios. Este resultado sugiere que el mercado no es percibido únicamente como un espacio comercial, sino como un elemento significativo dentro de la memoria urbana de la ciudad de Concepción. En este sentido, la mantención de rasgos materiales y simbólicos del edificio original aparece como una condición relevante para la legitimidad social del proyecto.

Un segundo elemento que destaca en los resultados corresponde al **alto consenso en torno a los criterios de inclusión y accesibilidad universal**. Las preguntas vinculadas a señalética accesible, incorporación de idiomas en la información del edificio y generación de espacios que respondan a necesidades diversas obtienen algunos de los niveles de valoración más altos de toda la consulta. Este resultado evidencia una expectativa ciudadana clara respecto de que el nuevo mercado no solo cumpla funciones comerciales o turísticas, sino que también sea concebido como un espacio público inclusivo, accesible y acogedor para distintos tipos de usuarios, incluyendo personas mayores, familias con niños pequeños, turistas y personas con discapacidad.

En tercer lugar, los resultados reflejan una **valoración significativa de la identidad territorial y de la economía local**. La relevancia asignada al uso de materiales representativos de la región y a la priorización de productos locales indica que las personas participantes esperan que el nuevo mercado mantenga un vínculo directo con el territorio del Biobío. Esta expectativa se relaciona tanto con el reconocimiento cultural de la región como con el rol histórico que los mercados han cumplido como plataformas de intercambio económico local. En este sentido, la consulta sugiere que la ciudadanía valora que el proyecto contribuya al fortalecimiento de circuitos productivos regionales y a la visibilización de la identidad local.

Un cuarto ámbito relevante corresponde a la **valoración de nuevas dinámicas de uso del edificio, particularmente en relación con la incorporación de espacios de permanencia y encuentro**. La alta valoración obtenida por la propuesta de terraza en la azotea, así como por la existencia de una oferta gastronómica diversa, sugiere que la ciudadanía percibe positivamente la incorporación de programas complementarios que amplíen las posibilidades de uso del mercado. Este tipo de espacios es interpretado por las personas participantes como una oportunidad para fortalecer la vida urbana del sector,

generar mayor permanencia de público y promover nuevas formas de interacción social dentro del edificio.

Finalmente, uno de los indicadores más relevantes de la consulta corresponde a la **percepción general de que el proyecto logra un equilibrio adecuado entre el mercado histórico y la nueva propuesta arquitectónica**. La amplia mayoría de las respuestas señala que dicho equilibrio se alcanza total o parcialmente, lo que sugiere que el diseño presentado ha logrado integrar de manera razonable las expectativas ciudadanas relacionadas con la conservación de la identidad del mercado y la incorporación de mejoras funcionales y contemporáneas.

En conjunto, los resultados de la consulta permiten concluir que el anteproyecto presentado cuenta con un alto nivel de aceptación ciudadana, especialmente en aquellos aspectos vinculados al rescate patrimonial, la inclusión social, la identidad territorial y la activación de nuevos usos del edificio. Asimismo, la consulta confirma la relevancia que el Mercado Central mantiene dentro del imaginario urbano de Concepción, consolidándose como un espacio que trasciende su función comercial para convertirse en un lugar de encuentro, identidad y memoria colectiva para la ciudad y la región.

Desde la perspectiva del proceso participativo, estos resultados permiten afirmar que las temáticas trabajadas a lo largo de las etapas previas del proceso —particularmente aquellas relacionadas con patrimonio, identidad local, inclusión y activación urbana— se encuentran reflejadas en las valoraciones expresadas por la ciudadanía en esta consulta. De esta manera, la consulta ciudadana de la Etapa 3 constituye un insumo relevante para la validación social del anteproyecto, al evidenciar que las principales orientaciones del diseño se encuentran alineadas con las expectativas manifestadas por la comunidad durante el proceso de participación.

Cruce Análisis cualitativo y resultados Consulta Ciudadana Digital

La consulta ciudadana aplicada durante la Etapa 3, considerada el principal instrumento de validación social del anteproyecto, permite constatar un alto nivel de respaldo ciudadano a los lineamientos generales de la reposición del Mercado Central de Concepción. El análisis de los resultados cuantitativos, interpretado en conjunto con los insumos cualitativos levantados durante las distintas instancias participativas del proceso, confirma tanto la legitimidad del proceso participativo desarrollado como la existencia de expectativas claras por parte de la ciudadanía respecto de la forma en que el proyecto debe materializarse.

En términos generales, la encuesta muestra niveles de acuerdo superiores al 70 % en todos los ejes evaluados, lo que evidencia una valoración ampliamente positiva del proyecto. No obstante, el cruce con el análisis cualitativo permite comprender que esta aprobación no se expresa de manera abstracta, sino que se encuentra estrechamente vinculada a la incorporación efectiva de criterios asociados a inclusión, accesibilidad, identidad local, economía de proximidad y experiencia cotidiana de uso del espacio. En este sentido, los resultados cuantitativos permiten dimensionar el alcance de dichas valoraciones, mientras que el análisis cualitativo aporta elementos interpretativos que explican las razones y significados que subyacen a dichas preferencias ciudadanas.

Inclusión, accesibilidad y cuidado

Uno de los ámbitos donde se observa mayor nivel de consenso corresponde a la dimensión de inclusión y accesibilidad universal. Los resultados cuantitativos muestran un respaldo particularmente alto a los elementos asociados a la accesibilidad del espacio. Un 96,1 % de las personas encuestadas considera relevante o muy relevante que el proyecto incluya señaléticas accesibles, con apoyo de lectoescritura, braille o texturas para personas con dificultad visual. Asimismo, un 85,8 % valora positivamente la incorporación de señalización en otros idiomas, como inglés y mapudungun, lo que refuerza una comprensión del Mercado como un espacio abierto a una diversidad de públicos y contextos culturales.

De manera consistente, un 78,8 % de las personas participantes considera relevante que el nuevo diseño incorpore espacios de lactancia, lo que dialoga directamente con los relatos cualitativos levantados en talleres, encuentros territoriales y propuestas ciudadanas. En dichas instancias se enfatizó el rol del cuidado, la infancia y las familias cuidadoras como usuarios legítimos del Mercado, planteando la necesidad de que el espacio público incorpore condiciones que permitan su uso cotidiano por parte de distintos tipos de personas.

El cruce de resultados permite constatar que la alta valoración cuantitativa de los elementos asociados a inclusión se sustenta en experiencias concretas de uso del espacio urbano. Los relatos cualitativos hacen referencia recurrente a situaciones vividas por personas con discapacidad, personas neurodivergentes, adultos mayores o cuidadores de niños y niñas, lo que refuerza la expectativa de que el nuevo Mercado sea concebido como un espacio accesible, seguro y acogedor para una diversidad de usuarios.

Experiencia de uso cotidiano y espacio público

En relación con la experiencia de uso y la configuración espacial del Mercado, la consulta ciudadana evidencia un fuerte respaldo a decisiones de diseño que favorecen la permanencia, el recorrido y el disfrute del espacio. Un 95,1 % de las personas encuestadas valora que la nueva terraza de la azotea contemple usos gastronómicos, recreativos o contemplativos, lo que refuerza la concepción del Mercado como un espacio público activo, orientado al encuentro y a la interacción social, y no únicamente como un recinto destinado a la actividad comercial.

Asimismo, un 78,3 % manifiesta acuerdo con que el nuevo Mercado muestre sus estructuras originales a la vista, como la albañilería o el hormigón, mientras que un 72,8 % valora la incorporación de elementos representativos del antiguo Mercado, tales como baldosas, muros originales o mesones históricos. Desde la lectura cualitativa, estos resultados se explican por la manera en que el Mercado es comprendido por la ciudadanía como una institución urbana donde el comercio se articula con la memoria colectiva, el encuentro social y la experiencia cotidiana de la ciudad.

Las opiniones recogidas durante las actividades participativas evidencian que el Mercado es percibido como un lugar de permanencia, circulación y convivencia, más que como un espacio de tránsito o consumo rápido. En este contexto, la valoración de espacios como terrazas, zonas de descanso o áreas gastronómicas puede interpretarse como una expectativa ciudadana de que el nuevo edificio continúe funcionando como un espacio urbano vivo, capaz de sostener diversas formas de uso y apropiación social.

Economía local, identidad y materialidad

La encuesta refleja igualmente un respaldo muy significativo a la dimensión económica local del proyecto. Un 93,4 % de las personas encuestadas considera relevante que el nuevo Mercado fomente y priorice el uso de productos locales, mientras que un 87,9 % valora que la construcción incorpore materiales representativos de la región, como la madera. En la misma línea, un 73,4 % manifiesta acuerdo con el rescate y reutilización de la madera original del edificio en el nuevo diseño.

Estos resultados cuantitativos dialogan directamente con los insumos cualitativos aportados por ferias, asociaciones de emprendedores y organizaciones locales, que conciben el Mercado como un espacio de sustento económico, visibilización de oficios y fortalecimiento de economías de proximidad. Desde esta perspectiva, el Mercado no es entendido únicamente como infraestructura comercial, sino como un espacio de intercambio social y económico donde convergen producción local, identidad territorial y vida urbana.

El alto nivel de acuerdo observado en la consulta confirma que la ciudadanía espera que el proyecto combine procesos de modernización arquitectónica con un fuerte arraigo territorial, evitando transformaciones que puedan desdibujar el carácter tradicional del mercado o desplazar las dinámicas económicas locales que históricamente han tenido lugar en este espacio.

Oferta gastronómica y proyección del Mercado

La dimensión gastronómica también presenta niveles de aprobación elevados. Un 88,8 % de las personas encuestadas valora que el nuevo Mercado cuente con una oferta gastronómica diversa, que incluya tanto opciones tradicionales como propuestas culinarias más elaboradas. Asimismo, un 90,2 % considera positivo incorporar alternativas innovadoras y gourmet representativas de la región.

Desde la lectura cualitativa, esta valoración se explica por la expectativa de que el Mercado continúe funcionando como un espacio de encuentro social y cultural. En los relatos recogidos durante el proceso participativo, la gastronomía aparece reiteradamente como un elemento articulador entre identidad local, experiencia urbana y actividad económica. En este sentido, la incorporación de una oferta gastronómica diversa es interpretada por la ciudadanía como una oportunidad para fortalecer el atractivo del Mercado, ampliar su público y consolidarlo como un espacio de referencia dentro de la vida urbana de Concepción.

Equilibrio entre patrimonio y propuesta contemporánea

Finalmente, un 82,4 % de las personas encuestadas considera que el proyecto logra un equilibrio entre el antiguo Mercado y la propuesta arquitectónica contemporánea, lo que constituye un indicador relevante de validación social del anteproyecto. Este resultado sugiere que la ciudadanía percibe positivamente el esfuerzo por integrar elementos de rescate patrimonial con nuevas soluciones arquitectónicas orientadas a mejorar las condiciones de uso del edificio.

El análisis cualitativo permite comprender que esta percepción positiva no implica la ausencia de tensiones o preocupaciones, sino más bien la expectativa de que dicho equilibrio se sostenga en decisiones concretas de diseño, gestión y programación del espacio. Particularmente, las personas participantes enfatizan la importancia de que los criterios de accesibilidad, inclusión, cuidado e identidad territorial se mantengan presentes en las etapas posteriores de desarrollo del proyecto.

En conjunto, el cruce entre resultados cuantitativos y análisis cualitativo permite afirmar que el anteproyecto del nuevo Mercado Central de Concepción cuenta con un nivel significativo de aceptación ciudadana. Al mismo tiempo, evidencia que dicho respaldo se encuentra condicionado a la mantención de los principios que han orientado el proceso participativo, especialmente aquellos vinculados al rescate patrimonial, la inclusión social, el fortalecimiento de la economía local y la consolidación del Mercado como un espacio urbano de encuentro, identidad y vida cotidiana.

Cuadro resumen de Análisis de Resultados y Hallazgos

Dimensión analizada	Hallazgo principal	Evidencia cuantitativa	Interpretación desde el análisis cualitativo
Inclusión y accesibilidad	La inclusión y accesibilidad universal constituyen uno de los ejes de mayor consenso ciudadano dentro del proyecto.	96,1 % considera relevante o muy relevante la incorporación de señaléticas accesibles. 85,8 % valora señalización en múltiples idiomas. 78,8 % considera relevante incluir espacios de lactancia.	Los relatos cualitativos destacan la necesidad de un mercado accesible para personas con discapacidad, adultos mayores, personas neurodivergentes y familias cuidadoras. El mercado es comprendido como un espacio cotidiano que debe permitir el uso seguro y cómodo por parte de diversos públicos.
Experiencia de uso y espacio público	La ciudadanía valora la incorporación de espacios que favorezcan la permanencia, el encuentro y la activación del edificio.	95,1 % respalda la incorporación de una terraza con usos gastronómicos, recreativos o contemplativos.	Desde los insumos cualitativos, el Mercado es entendido como un lugar de encuentro social y no únicamente como un recinto comercial. La valoración de espacios de permanencia se vincula con expectativas de revitalización urbana y mayor vida pública en el sector.

<p>Patrimonio y memoria urbana</p>	<p>Existe un respaldo significativo al rescate patrimonial del edificio y a la incorporación visible de elementos del antiguo Mercado.</p>	<p>78,3 % valora que las estructuras originales queden visibles. 72,8 % respalda incorporar elementos históricos del antiguo Mercado.</p>	<p>Las narrativas ciudadanas posicionan al Mercado como parte de la memoria colectiva de Concepción. El rescate de elementos materiales del edificio se interpreta como una forma de mantener continuidad histórica e identidad urbana.</p>
<p>Economía local e identidad territorial</p>	<p>La ciudadanía espera que el nuevo Mercado fortalezca la economía local y promueva productos y oficios del territorio.</p>	<p>93,4 % considera relevante priorizar productos locales. 87,9 % valora el uso de materiales representativos de la región. 73,4 % respalda reutilizar madera original del edificio.</p>	<p>Los actores vinculados a ferias, emprendimientos y asociaciones locales enfatizan el rol del Mercado como plataforma de sustento económico y visibilización de oficios. La expectativa ciudadana apunta a combinar modernización con arraigo territorial.</p>
<p>Gastronomía y proyección urbana del Mercado</p>	<p>La dimensión gastronómica es valorada como un elemento clave para fortalecer la vida urbana y el atractivo del mercado.</p>	<p>88,8 % respalda una oferta gastronómica diversa. 90,2 % valora incorporar propuestas gastronómicas innovadoras representativas de la región.</p>	<p>La gastronomía aparece en el análisis cualitativo como un componente articulador entre identidad cultural, experiencia urbana y desarrollo económico. La diversidad gastronómica es percibida como una oportunidad para</p>

			ampliar el público del Mercado.
Equilibrio entre patrimonio y propuesta contemporánea	El proyecto logra un alto nivel de validación ciudadana respecto del equilibrio entre rescate patrimonial y diseño contemporáneo.	82,4 % considera que el proyecto logra total o parcialmente este equilibrio.	El análisis cualitativo muestra que la ciudadanía valora la modernización del edificio siempre que esta mantenga el carácter histórico del Mercado y garantice inclusión, identidad local y accesibilidad.

LISTADO DE ANEXOS:


CARPETA ANEXOS PAC:

1. ACTIVIDADES PAC

Registros de verificadores por actividad realizada, incluye: asistencia, encuestas de satisfacción, fotografías, instrumentos aplicados y evidencias de convocatoria.

2. CONSULTA CIUDADANA WEB

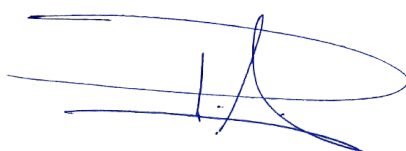
Archivo excel con respuestas de la Consulta WEB.



Andrés Crisosto Smith

Representante Legal UTP 6280 Arquitectura Ltda /

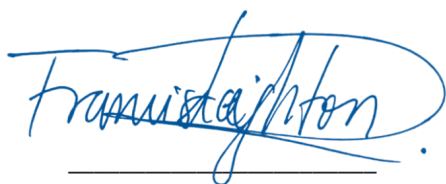
Crisosto Smith Arquitectos Ltda.



Pablo Arellano Padilla

16.941.094-1

p.p 6280 Arquitectura Limitada



Francisca Leighton Rivera

17.045.318-2

Profesional Titular PAC - Trabajadora Social

Proyecto Reposición Mercado Central de Concepción