

MERCADOS PARA LA CIUDAD

I. INFORMACIÓN GENERAL

Curso	: Temas de Urbanismo 4	Código	: 1ARC25
Ciclo	:	Semestre	: 2025I
Profesor	: Ana M. Huaita Alfaro Cynthia Shimabukuro	Horario	:
Créditos	: 3	N° de horas teóricas	: 2 horas
		N° de horas prácticas	: 2 horas
Área curricular	: Urbanismo	Requisitos	: URB210- Taller de Urbanismo 2

II. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Los mercados son centralidades fundamentales en la construcción espacial y configuración social de las ciudades, y son principalmente reconocidos y estudiados desde su rol en la comercialización de alimentos. A pesar del avance de la modernización y digitalización de la comercialización, los mercados siguen siendo equipamientos vigentes en ciudades a nivel global, y en mayor número en el sur global por los diversos roles que cumplen dentro de las ciudades como parte del sistema alimentario y como espacios de trabajo, inclusión de diversidad y construcción de convivencia entre los residentes. Aún considerando su importancia, existe escasa información disponible para el conocimiento de los mercados a nivel local y nacional, además de poca especialización urbana, tanto desde el urbanismo como fuera de él. Ante ello, el curso busca ser un espacio de discusión y reflexión sobre los mercados de escala barrial **Lima Centro**, tejiendo paralelos con la realidad que enfrentan estas centralidades en otras metrópolis latinoamericanas y globales. El curso propone abordarlos desde conceptos claves que permitan la comprensión de estos desde su

importancia actual, principalmente desde un enfoque urbano y alimentario ,
explorando sus características espaciales y dinámicas que generan a escala barrial, los
cuales tienen implicancias en la sostenibilidad y resiliencia de las ciudades.

III. METODOLOGÍA

El curso estará conformado por sesiones teóricas, visitas a campo y sesiones especiales, con el objetivo de que los estudiantes puedan aplicar los conceptos discutidos en clase en un caso de estudio específico que les será asignado en clase.

El curso se divide en dos unidades:

- La primera unidad busca contextualizar el enfoque urbano de los mercados a través de los roles que cumplen en las ciudades. Se revisará la historia de los mercados, tipos de mercado, su relación con el espacio público a escala de la cultura urbana. A nivel práctico, los estudiantes generarán un diagnóstico de los mercados seleccionados para los casos de estudio.
- La segunda unidad se enfoca en el rol alimentario de los mercados. Se revisarán aspectos como los sistemas alimentarios, su relación con el territorio y la economía urbana, así como las nuevas tendencias y fenómenos vinculados a los mercados a nivel global. A nivel práctico, los estudiantes generarán propuestas de diseño para generar alternativas de la relación del espacio del mercado estudiado con su entorno inmediato, incluyendo condiciones para el abastecimiento y acceso alimentario.

Salvo algunas tareas individuales, los casos de estudio y propuestas de diseño se trabajarán de manera grupal durante todo el curso. El número de estudiantes por grupo se definirá en función de los estudiantes matriculados.

Al finalizar el curso, se generará un documento publicable, a modo de portafolio, que compilará los estudios de casos resultantes y las propuestas de diseño, dando la autoría correspondiente de los estudiantes.

IV. CONTENIDOS

Unidad	Temas
PRIMERA UNIDAD: El enfoque urbano de los mercados	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción a los mercados - El enfoque urbano: Los mercados, el espacio público y las centralidades - Historia y origen de los mercados urbanos - Mercados en la actualidad

	Facultad de Arquitectura y Urbanismo XXXXXX – MERCADOS PARA LA CIUDAD
--	---

	- Cultura urbana y diversidad en los mercados
SEGUNDA UNIDAD: Los espacios de mercado y su rol alimentario	- El enfoque alimentario - Economía urbana y alimentaria en el mercado - Nuevos desarrollos de mercados

V. EVALUACIÓN

a. Sistema de evaluación

Rubro de evaluación*	Peso sobre la nota final del curso	Descripción
Evaluación parcial	40%	La evaluación parcial considerará la exposición y entrega parcial del caso de estudio (40%)
Evaluación final	40%	La evaluación parcial considerará la exposición y entrega final del caso de estudio y propuesta de diseño (40%)
Evaluación continua	20%	La evaluación continua incluye las críticas calificadas, tareas, la participación en clase y el desempeño en las actividades en campo.

b. Fórmula de evaluación

$(4 \text{ Entrega Parcial} + 4 \text{ Entrega Final} + 2 \text{ Evaluación Continua}) / 10$

c. Consideraciones

- La ausencia a 5 clases y /o críticas, el alumno quedará automáticamente desaprobado.
- Los alumnos deberán dar cumplimiento a los anexos adjuntos sobre plagio y trabajo grupal; así como de Códigos de ética del VRI PUCP.

VI. CRONOGRAMA

Semana	Contenido temático	Actividades de evaluación
PRIMERA UNIDAD: El enfoque urbano de los mercados		
1	<p>Presentación del curso : introducción a los mercados</p> <p>-Definición de los mercados. -Roles y servicios públicos de los mercados de alimentos.</p> <p>Ejercicio en clase Memorias de los mercados</p>	<p>- Ejercicio en clase sobre el mercado del barrio - Participación en clase</p>
2	<p>Los mercados como centralidades: lugares públicos a escala barrial.</p> <p>- Centralidades y economía de aglomeración. - Los espacios públicos y la escala barrial -Mercados como espacios comunes y de co-creación de políticas de vida urbana</p> <p>Ejercicio en clase Debate de caso específico</p>	<p>- Participación en clase - Debate de lecturas para caso específico - Selección de caso de estudio</p>
3	<p>Historia de los mercados urbanos y tipos en la actualidad</p> <p>- Del mercado al origen: El camino tradicional del campo a la ciudad. - Tipos y sistemas de mercados en las ciudades de hoy: Lima, Perú y occidente urbano.</p> <p>Ejercicio en clase</p>	<p>- Participación en clase - Crítica de avance de caso de estudio</p>

	Presentación de primeros hallazgos caso de estudio y discusión entre grupos.	
4	<p>Mercados en la actualidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política económica y normatividad de los mercados en Perú. - Presentación de líderes de mercados y casos de aplicación de políticas urbanas. <p>Ejercicio en clase Presentación de avance del caso de estudio y discusión entre grupos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en clase - Crítica de avance de caso de estudio
5	VISITA DE CAMPO: Mercados en Lima Centro	
6	<p>Cultura urbana y diversidad en los mercados</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imaginarios de ciudad - Imaginarios de la alimentación - Identidades en los mercados: migración y roles de género. <p>Ejercicio en clase Presentación de fotoensayo y discusión sobre hallazgos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en clase - Entrega y discusión de fotoensayo sobre la visita a campo (tarea)
7	<p>SESIÓN ESPECIAL: MERCADOS EN LA CIUDAD</p> <p>Presentación de especialista nacional o internacional (virtual) invitado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en clase
8	PRE-ENTREGA	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en clase - Crítica de avance

9	ENTREGA PARCIAL	- Revisión de entrega parcial
SEGUNDA UNIDAD: Los espacios de mercados y su rol alimentario		
10	El enfoque alimentario - Visión de sistemas alimentarios y relación con espacio urbano y territorio. - Comercialización tradicional de alimentos. Ejercicio en clase El origen de los productos Crítica de diseño	- Participación en clase - Crítica de diseño
11	Economía urbana y alimentaria en el mercado - Gentrificación y gourmetización en ciudades. - Tendencias en comercialización de alimentos y nuevos mercados Ejercicio en clase Debate de caso específico Crítica de diseño	- Participación en clase - Debate de lecturas para caso específico
12	Nuevos desarrollos de mercados - Ejemplos en el mundo de buenas (y no tan buenas) prácticas urbanas a nivel de mercados. - Perspectivas sobre el futuro de los mercados urbanos Ejercicio en clase Crítica de diseño	- Participación en clase. - Crítica de diseño.

13	SESIÓN ESPECIAL: MERCADOS DESDE EL ENFOQUE ALIMENTARIO Presentación de especialista nacional o internacional (virtual) invitado	- Participación en clase.
14	CRÍTICA DE AVANCE FINAL	- Crítica de diseño y revisión del portfolio completo.
15	PRE-ENTREGA Exposición de caso de estudio y propuesta de diseño en clase.	- Crítica de diseño y revisión del portfolio completo.
16	ENTREGA FINAL Entrega de portfolio completo.	- Revisión de entrega final.

VII. REFERENCIAS

a. Obligatorias

- De La Pradelle, M. (1995), Market exchange and the social construction of a public space. *French Cultural Studies* 6, 359-371.
- Filgueiras, B. (2009), Miradas sobre el comercio popular en la ciudad de Lima. *Revista Argumentos*, 20.
- Gonzalez, S. & Waley, P. (2013) Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode: a radical journal of geography* Vol. 45, No. 4, pp. 965-983.
- Leung J. (2016). *Abastecer o ser abastecido: La influencia de los mercados tradicionales sobre el tejido urbano de Lima* Thesis (Master in Urbanism), Universitat Politècnica de Catalunya.
- Medina, F.X. (2013). Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas. Análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest, Buenos Aires). *Zainak* Vol. 36, pp. 183-200

- Santandreu, A., Huaita-Alfaro, A.M. y Ortega, C. (2021). Los mercados de abasto como centralidades para la resiliencia alimentaria de la ciudad. En: Ocupa Tu Calle (Ed.) FIIUR *Resiliencia Urbana* Tomo I: Artículos y Fotoensayos, pp. 60-69. Lima: Ocupa tu Calle.
- Vega Centeno, P. (2017). Las escalas vecinal y céntrica del espacio público urbano. *Investiga Territorios*(6), 914.
- Watson, S. (2009). The magic of the marketplace: Sociality in a neglected public space. *Urban Studies*, vol. 46, No. 8, pp. 1577-1591.

b. Complementarias

- Borja, J. & Muxí, Z. (2003). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Sociedad Editorial Electa Espana.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press
- Huaita-Alfaro, A.M. (2019). *Encounters at Lima's Inner-City Marketplaces: Negotiating Fragmentation and Common Living in Urban Fleas*. Tesis de PhD [en línea]. Disponible en: <https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10070259/>
- Hernández, A. (2014). Gentrificación comercial y mercados públicos: el Mercado de Santa Caterina, Barcelona. *Working Paper Series Contested Cities, WPCC– 14017*.
- Hiebert, D., Rath, J. & Vertovec, S. (2015). Urban markets and diversity: towards a research agenda. *Ethnic and Racial Studies, Vol. 38, No. 1, pp. 1-21*.
- Jacobs, J. (2013). *Muerte y vida de las grandes ciudades americanas*. Madrid: Cap. Swing
- Medina, F.X. & Alvarez, M. (2009). El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. In: Medina, F. X., Ávila, R. & De Garine, I. [coord.] *Alimentación, Imaginarios y fronteras culturales. Ensayos en honor a Helen Macbeth*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 183-202.

- Mele, C., Ng, M. and Chim, M. (2014). *Urban markets as a 'corrective' to advanced urbanism: The social space of wet markets in contemporary Singapore*. *Urban Studies*, pp18
- Pottie-Sherman, Y. (2011). *Markets and diversity: an overview*. Max Planck Institute for the study of religious and ethnic diversity. MMG Working Paper 11 – 03.
- Steel, C. (2013). *Hungry City: How Food Shapes Our Lives (Reissue ed.)* Vintage UK.
- Shimabukuro, C. (2021). *Urban markets as public places: Exploring diversity influence in Rotterdam's Street markets* . Disponible en: <http://hdl.handle.net/2105/66133>
- Vega Centeno, P. (2017). La desigualdad invisible: el uso cotidiano de los espacios públicos en la Lima del siglo XXI. *Revista Territorios*, 36, 246.

II. POLÍTICAS SOBRE EL PLAGIO

Para la corrección y evaluación de todos los trabajos del curso se va a ~~tomar~~ ~~en~~ cuenta el debido respeto a los derechos de autor, castigando cualquier indicio de plagio con nota CERO (00). Estas medidas serán independientes del proceso administrativo de sanción que la facultad estime conveniente de acuerdo a cada caso en particular. La información está disponible en las siguientes direcciones electrónicas:

- ✓ <http://guiastematicas.biblioteca.pucp.edu.pe/normasapa>
- ✓ http://files.pucp.edu.pe/homepucp/uploads/2016/04/29104934/06_-Porque-debemos-combatir-el-plagio1.pdf

III. ANEXOS DE DECLARACIÓN JURADA DE TRABAJOS GRUPALES (DE LAS DIRECTIVAS Y NORMAS APROBADAS EN CONSEJO UNIVERSITARIO DEL 7 DE ABRIL DEL 2010)

DIRECTIVA Y NORMAS PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS GRUPALES (Aprobado en sesión de Consejo Universitario del 7 de abril del 2010)

Sobre el trabajo grupal, conceptos previos

Se entiende por trabajo grupal¹ aquella estrategia de enseñanza-aprendizaje diseñada para que una tarea planteada sea emprendida por dos o más alumnos. El objetivo buscado con la tarea puede ser alcanzado de una manera más eficiente y enriquecedora gracias a la colaboración y el aporte de los distintos integrantes del grupo. En estos casos, se entiende que no es posible cumplir con el objetivo pedagógico propuesto recurriendo al trabajo de una sola persona o a la simple sumatoria de trabajos individuales.

Los objetivos que se busca alcanzar al plantear una tarea a ser resuelta por un equipo pueden diferir si los alumnos están o no preparados para trabajar en grupo. Cuando los integrantes del equipo tienen experiencia trabajando en grupo, los objetivos de aprendizaje están centrados, primero, en enriquecer el análisis del problema con las opiniones de los miembros del equipo y, en segundo lugar, en poder emprender una tarea cuya complejidad y estructura hacen muy difícil que pueda ser concluido de manera individual, en forma satisfactoria y en el tiempo designado. Es decir, con personas preparadas para trabajar en equipo, el trabajo grupal es una condición de la tarea y no un objetivo en sí mismo.

Por otro lado, cuando los alumnos no están habituados a trabajar en grupo, el objetivo del trabajo grupal será prepararlos para trabajar en equipo y desarrollar en ellos capacidades como la de planificar y diseñar estrategias en consenso, dividir el trabajo de forma adecuada, elaborar

cronogramas específicos, intercambiar ideas e integrarlas en un trabajo final, entre otras. Además, permite reforzar actitudes de responsabilidad, empatía, puntualidad, respeto, solidaridad, ejercicio del pensamiento crítico, entre otros. Este objetivo es también muy importante debido a que la práctica de trabajar en grupo en la Universidad prepara a los alumnos para cuando tengan que desempeñarse en el mundo laboral colaborando con otros profesionales o en equipos.

Como puede verse, si los alumnos no tienen la preparación debida para trabajar en equipo y además el curso no está diseñado para formarlos para este tipo de encargo, el trabajo grupal pierde mucha de su potencialidad. En tal sentido, con alumnos no preparados o muy poco preparados, se debe considerar como objetivo del curso en un primer momento, que ellos alcancen las habilidades para el trabajo en grupo. Una vez que este sea alcanzado, se puede plantear como objetivo subsiguiente la riqueza del análisis grupal y, además, el poder realizar tareas complejas de un trabajo que en principio, no puede ser desarrollado de manera individual.

En el sentido de lo señalado, la inclusión de un trabajo grupal en un curso, cualquiera sea su denominación o nivel, debe obedecer a objetivos claramente establecidos en el sílabo y debe ser diseñado cuidadosamente atendiendo a los criterios pedagógicos arriba expuestos. De este modo, se evitarán casos, lamentablemente constatados, de trabajos grupales injustificados y carentes de seguimiento por parte del docente.

Por lo expuesto, el trabajo grupal debe ser promovido cuando permite obtener resultados superiores a los que serían alcanzados en un trabajo individual dada la naturaleza del curso y los plazos, las condiciones y las facilidades establecidas para este.

1 Nota: El término “trabajo grupal” se entiende equivalente a “trabajo en equipo y a cualquier otra forma de trabajo colaborativo entre estudiantes.

TRABAJOS ESCRITOS GRUPALES

La presente directiva se aplica a la elaboración de trabajos escritos grupales de pregrado, posgrado y diplomaturas, que son desarrollados dentro o fuera del aula y que, eventualmente, podrían ser expuestos. Ello, sin perjuicio de que se entiende que los trabajos grupales son dinámicas colectivas que pueden tener una expresión oral, escrita o visual.

Para que un trabajo grupal sea eficaz debe estar diseñado apropiadamente, tarea que recae en el profesor del curso. En tal sentido, las unidades que impartan asignaturas en pregrado, posgrado y diplomaturas cuidarán de que se cumplan las siguientes normas:

1. La inclusión de uno o más trabajos escritos grupales como parte de un curso debe contar con la aprobación de la autoridad académica de la unidad a la que pertenece el curso o de quien éste designe antes del inicio del semestre académico o del Ciclo, según corresponda.
2. El diseño del trabajo grupal debe asegurar la participación de todos los integrantes del grupo, de forma tal que se garantice que, si uno o más de sus miembros no cumple con el trabajo asignado, entonces todo el equipo se verá afectado.
3. El producto de un trabajo colaborativo supone los aportes de cada uno de los integrantes, pero implica más que una simple yuxtaposición de partes elaboradas individualmente, pues requiere de una reflexión de conjunto que evite la construcción desarticulada de los diversos aportes individuales.
4. El profesor deberá contar con mecanismos que le permitan evaluar tanto el esfuerzo del equipo como la participación de cada integrante en la elaboración del trabajo grupal. Uno de estos mecanismos puede incluir la entrega de un documento escrito donde los integrantes del grupo especifiquen las funciones y la dedicación de cada uno de ellos, los detalles de la organización del proceso y la metodología de trabajo seguida por el grupo. La presente directiva incluye una propuesta de "Declaración de Trabajo Grupal".
5. Los trabajos grupales deben tener evaluaciones intermedias, previas a la entrega final, en las que se constate el trabajo de todos y cada uno de los miembros del grupo.
6. La ponderación que se asignará para la calificación final debe responder a las características y al objetivo de este.
7. El profesor deberá indicar de manera explícita en el sílabo del curso si este tiene uno o más trabajos escritos grupales y el peso que tiene cada uno de estos trabajos en la nota final del curso, cuidando que no exceda de la ponderación de la evaluación individual.
8. En caso el curso cuente con uno o más trabajos escritos grupales, el profesor entregará dos documentos anexos al sílabo. En el primero de ellos constará el texto íntegro de la presente directiva. En el segundo, se señalará de forma explícita las características del trabajo o los trabajos escritos grupales a ser desarrollados durante el periodo académico. En este documento se deberá indicar:
 - a. la metodología involucrada en cada trabajo grupal.
 - b. el número de integrantes y se recomienda no más de cuatro.

- c. los productos a entregar.
 - d. los cronogramas y plazos de las entregas parciales y del trabajo escrito final.
 - e. los criterios de evaluación, así como el peso relativo de las entregas parciales en la calificación del trabajo grupal.
 - f. el tipo de evaluación del trabajo grupal y, de ser el caso, el peso relativo del aporte individual y del esfuerzo grupal en la calificación final del trabajo.
 - g. el cronograma de asesorías, de ser el caso.
9. Como todo trabajo grupal implica un proceso colectivo de elaboración e intercambio intelectual, en caso de plagio o cualquier otra falta dirigida a distorsionar la objetividad de la evaluación académica, se establece que ~~todo~~ cada uno de los integrantes del grupo asumen la responsabilidad sobre el Integro de los avances y del trabajo final que serán presentados y, por tanto, tienen el mismo grado de responsabilidad.
10. En aquellos casos en los que se juzgue pertinente, ~~se~~ podrá designar a un alumno como coordinador del grupo. El coordinador es el vocero del grupo y nexa con el profesor del curso.
11. La autoridad a la que hace mención el punto 1 de las presentes normas podrá dictar disposiciones especiales u otorgar excepciones ~~en~~ cuando la naturaleza de la carrera o de la asignatura así lo exija.

	Facultad de Arquitectura y Urbanismo XXXXXX – MERCADOS PARA LA CIUDAD
--	---

<i>ANEXO</i>			
<i>Declaración de Trabajo Grupal</i>			
<i>Unidad académica:</i>	Facultad de Ciencias Contables	Semestre:	
<i>Nombre del Curso:</i>		Clave/Horario:	
<i>Nombre del profesor:</i>			
<i>Título del trabajo:</i>			
<i>Diseño/planificación del trabajo grupal (definir cronograma de trabajo, etc.)</i>			
<i>Funciones (compromiso) de cada integrante</i>		Nombre, firma y fecha	

	<p style="text-align: center;">Facultad de Arquitectura y Urbanismo XXXXXX – MERCADOS PARA LA CIUDAD</p>
--	--

<i>Firma del profesor</i>		Fecha: ____/____/____

	Facultad de Arquitectura y Urbanismo XXXXXX – MERCADOS PARA LA CIUDAD
--	---

ANEXO

Los miembros del curso tenemos conocimiento del reglamento disciplinario aplicable a los alumnos ordinarios de la Universidad, en particular; de las disposiciones contenidas en él sobre el plagio, y otras formas de distorsión de la objetividad de la evaluación académica. En tal sentido, asumimos todos y cada uno de nosotros la responsabilidad sobre el integro de los avances y el trabajo final que serán presentados.

Ejecución del trabajo (definir aportes de cada Integrante)	
Labor realizada por cada integrante	Nombre, firma y fecha

	Facultad de Arquitectura y Urbanismo XXXXXX – MERCADOS PARA LA CIUDAD
--	---

--	--