



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

El impacto de la densidad comercial en la emergencia de una
estructura policéntrica en Lima Norte, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecta

AUTORAS:

Barros Romero, Milagros (ORCID: 0000-0001-5612-3024)

Santos Nomberto, Dayana (ORCID: 0000-0002-4859-1474)

ASESOR:

Dr. Saenz Mori, Isaac Disraeli (ORCID: 0000-0001-6623-3227)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura Urbana Sostenible

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedicamos nuestra investigación con mucho cariño a nuestros padres, quienes fueron el pilar fundamental en nuestros años de formación universitaria; de la misma manera a nuestros familiares y grandes amigos por brindarnos su apoyo en reiteradas ocasiones.

AGRADECIMIENTO.

Agradecidas con Dios, por mantenernos con bienestar, y permitir que lleguemos hasta este punto. A todas aquellas personas que contribuyeron en nuestro proceso de formación, agradecemos en especial a nuestro asesor el Dr. Isaac Sáenz, el mismo que aportó en nuestra investigación con mucha dedicación, brindando conocimientos y asesorías hasta altas horas de la noche, sobre todo por ser un buen amigo y confiar plenamente en nosotras. Agradecidas con nuestros padres por esta gran inversión y apoyo infinito; también por esta amistad que juntas hemos formado, la cual se ha fortalecido con los altos y bajos que hemos experimentado.

Gracias totales.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	xi
1.1. Realidad Problemática	12
II. MARCO TEÓRICO.....	xvi
2.1. Antecedentes Internacionales	17
2.1. Antecedentes Nacionales.....	18
2.2. Bases Teóricas.....	20
III. METODOLOGÍA.....	xxv
3.1. Tipo y diseño de investigación	26
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	26
3.3. Escenario de estudio.....	26
3.4. Participantes.....	27
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.6. Procedimientos.....	28
3.7. Rigor científico.....	28
3.8. Métodos de análisis de la información	29
3.9. Aspectos éticos	29
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	xxx
V. Discusión.....	I
VI. Conclusión.....	liv
Referencias	lvii
Anexos	lxii
6.1 Anexos N°1: Matriz de Operacionalización.	63
6.2 Anexos N°2: Matriz de Consistencia.	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Densidad Empresarial 2014.....	32
Tabla 2.	Densidad Empresarial 2018.....	32
Tabla 3.	Densidad empresarial	33
Tabla 4.	Densidad empresarial	34
Tabla 5.	Tabla de comercios en Lima Norte	35
Tabla 6.	Actividad actual – Poblacion Lima Norte 2019.....	41
Tabla 7.	Distrito de destino para trabajar o estudiar –Lima Norte 2019.....	42
Tabla 8.	Motivos de desplazamiento excepto trabajo o estudio –Lima Norte 2019	43
Tabla 9.	Medio de desplazamiento por compras –Lima Norte 2019.....	44
Tabla 10.	Operacionalización de la categoría 1: Densidad comercial.	63
Tabla 11.	Operacionalización de la categoría 2: Centralidad urbana.	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Densidad empresarial por distritos, Lima 2018.....	33
Figura 2.	Plano de superficie comercial de Lima Norte.....	38
Figura 3.	Plano de reconocimiento de centralidades	39
Figura 4.	Valor del m2 Lima Metropolitana.	46
Figura 5.	Valor del m2 cercanos a dos centros comerciales.....	47
Figura 6.	Valor del m2 cercanos a tres centros comerciales.	48
Figura 7.	Aumento del valor del m2 en Lima Norte.....	49

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar el impacto que genera la densidad comercial en la conformación de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte. Se tiene como antecedentes investigaciones la cuales la centralidad de Lima Norte, a través de la conectividad, los viajes cotidianos y percepción de la población; motivo por el cual, en la presente se mide a partir de la densidad del empleo, localización comercial, zonificación, la morfología comercial; así como también los desplazamientos y el valor del suelo; la densidad comercial ha logrado dispersarse a lo largo de Lima Norte. Este estudio podría servir como modelo para casos similares desarrollados en las periferias de las ciudades, de igual manera se pretende dar una perspectiva nueva de Lima Norte con respecto a Lima Metropolitana.

Palabras clave : Estructura urbana, centralidad, comercio

ABSTRACT

The present research aims to analyze the impact that commercial density generates in the conformation of a polycentric urban structure in North Lima. Research is based on the centrality of North Lima, through connectivity, daily trips and the perception of the population; reason why, at present, it is measured from the density of employment, commercial location, zoning, commercial morphology; as well as the displacements and the value of the land; commercial density has been dispersed throughout North Lima. This study could serve as a model for similar cases developed in the peripheries of cities, in the same way it is intended to give a new perspective of North Lima with respect to Metropolitan Lima.

Keywords: Urban structure, centrality, commerce

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Es necesario comprender los fenómenos y los procesos evolutivos que han atravesado las ciudades a lo largo del tiempo, siendo crucial entender que los procesos emergentes no surgen por pura espontaneidad. Soja (2008). El fenómeno de los sistemas emergentes presenta un dinamismo, el cual se origina por la necesidad de la población en búsqueda de emprender nuevas oportunidades sin orientación o planificación alguna, conocida también como el sistema de reglas simples. Gran cantidad de ciudades consolidadas las cuales generan impacto a nivel local y global, en sus inicios emergieron sin tener una predisposición de lograr relevancia, su éxito se debe a la autoorganización de sus habitantes.

Johnson (2008) narra sobre la evolución de Manchester, la misma que adquirió la nominación de ciudad desconocida debido a la dependencia que generó de aquellas ciudades aledañas; durante el siglo XVII logra desarrollar una economía comercial, pues aprovechó su cercanía con el puerto de Liverpool siendo utilizado para la llegada de materia prima, desarrolló mecanismos eficientes para la producción, venta de lana y la creación de tecnologías textiles a base del vapor. Para el siglo XVIII inicia la revolución industrial, Manchester se convierte en el epicentro industrial internacional, las necesidades y búsqueda de nuevas oportunidades incitan a la autoorganización por parte de la población. Siendo un claro ejemplo de un fenómeno emergente, ya que refleja el inicio, desarrollo y consolidación del impacto comercial, a escala local y global.

En Latinoamérica los dinamismos producidos, desencadenaron cambios en la estructura de las ciudades en vías de desarrollo, estas modificaciones se reflejan en la descentralización de las urbes. Ciccolella & Vecslir (2012) mencionan que la globalización y la tecnología, han influido principalmente en la concentración de las áreas centrales, subcentros y periferias, así como también en el brote de distritos de negocios; las áreas centrales denominadas “centralidad urbana” es entendida a partir de su capacidad de atracción y concentración del espacio. Sassen (1991) en su perspectiva de ciudades globales, expone que estos espacios centrales, son puntos estratégicos para diversos equipamientos de servicio especializado y modernos, estos nodos emergentes buscan la dispersión de actividades económicas dentro de la ciudad.

En el caso de la capital de Perú del Pozo Segura y Gonzales de Olarte (2012) mencionan que las dinámicas económicas, provocaron la dispersión de actividades a lo largo de la ciudad, lo cual trajo consigo cambios importantes en Lima, el libre acceso de recursos, el desarrollo del comercio y mejoras en el nivel educativo, a su vez, la urbe logró una mejora en el uso del espacio, en la accesibilidad del transporte y en el desarrollo de redes globales económicas. El proceso de descentralización en la ciudad de Lima, tiene la finalidad de transformar la economía global, para ello se consideró tanto a los sectores manufactureros como a los “marginales”, ya que ambos actores, tienen la capacidad de atraer flujos económicos, comerciales, de movilidad y relación, distribuyéndolos a nivel local. A lo largo de la ciudad Lima se comienza a reconocer nuevas centralidades especializadas, las cuales reúnen actividades comerciales, industriales, de servicio y culturales.

Lima Metropolitana una ciudad policéntrica está compuesta por cinco centros generales, Lima Centro, Lima Norte, Lima Sur, Lima Este y la provincia constitucional del Callao. Lima Norte está compuesto por 8 distritos, que reúnen el mayor comercio a nivel metropolitano, cuenta con un despegue en el ámbito de la educación y una importante promoción de la vivienda, según Ipsos (2018) manifiesta que la población es representada por un 24.8 % correspondiente a la cuarta parte de Lima. Según el PLANDEMET de 1990–2010 de Lima Metropolitana, hizo el uso particular a “Lima Norte” haciendo referencia al ordenamiento vial y urbano que se estaba suscitando en la ciudad. Se erradica el calificativo de “cono norte”, puesto que este se asimilaba a la marginalidad y la pobreza, mientras “Lima Norte” se planteaba como parte de una “nueva Lima”, la cual refiere a dos fenómenos principales, el desarrollo económico, y la estructuración de estilos de vida, conforme al consumo intensivo de la población.

Lima Norte surge producto de la necesidad de su población, en la búsqueda de establecimientos de prestación de servicios y nuevas oportunidades laborales cerca de ellos, causando un fenómeno de descentralización. Lazarte S., Mendez L. y Suarez R. (2006) manifestaron que uno de los cambios generados por este proceso, fue el crecimiento de las mypes -micro y pequeña empresa- generando oportunidades laborales. El rubro industrial en los años 90', se vio gravemente afectado, al punto de su casi

extinción, siendo sustituidos por la presencia de concentraciones de índole comercial. Este cambio inicia con la aparición de la Corte Superior de Justicia de Lima Norte en 1992, teniendo como objetivo la descentralización de Distrito Judicial de Lima, ubicándose en la Av. Carlos Izaguirre. Cinco años más adelante aparece Hipermercados Metro, ubicado en la Av. Carlos Izaguirre cruce con la Panamericana.

En el año 2002 se realiza la apertura del primer centro comercial Mega Plaza, seguido por la apertura del centro comercial Royal Plaza ubicado a pocas cuadras, ambos implementan una arquitectura moderna e innovadora para el sector, lo cual influenció en la proliferación económica comercial de su entorno, siendo vistos como puntos atractores. Según Real Plaza (2018) el centro comercial Real Plaza de Pro aparece en el año 2008, Retail (2017) manifiesta que el segundo centro comercial más influyente en Lima Norte fue inaugurado en el año 2009, el centro comercial Plaza Norte ubicado al frente de la Av. Alfredo Mendiola con cruce de la Av. Tomás Valle. Para el año 2020 Perú Retail (2020) hace mención de la apertura del centro comercial Mallplaza Comas, ubicado en la Av. Los Ángeles en el distrito de Comas.

Los cinco centros comerciales mencionados, se han convertido en centros de integración y consumo en gran escala para la población, disminuyendo a su vez los problemas de desplazamientos, viajes y pérdidas de tiempo. Estos centros generan oportunidades laborales, produciendo un modelo de progreso económico y modernidad. Arellano (2019) manifiesta que la ventaja obtenida de los centros comerciales ubicados en las periferias de la ciudad, genera un mayor dinamismo e intercambio en el desarrollo de actividades comerciales y de consumo.

Verano (2019) define que Lima Norte ha creado una sociedad consumista atraídos por el uso de las tecnologías, jóvenes modernos de mente abierta, capaces de probar nuevos productos. La aparición de modernos centros comerciales en Lima Norte, aumenta las expectativas de sus consumidores en la búsqueda de productos o servicios innovadores, pero estos no solo han cumplido el papel de producción y consumo, sino también han desencadenado diversas actividades sociales, entonces cabe preguntarse lo siguiente: ¿cuál es el impacto que está generando los centros comerciales en este sector de la

ciudad? La emergencia de múltiples centros comerciales dentro de Lima Norte, han conllevado a la consolidación de un sistema “policéntrico”.

Para ello, se entiende “Policentralidad” como el radio de polarización de una centralidad. Los centros comerciales se encuentran dispersos en el territorio, formando parte de una red de servicios, vinculándose directamente a la centralidad de mayor jerarquía. Beuf (2020). Lima Norte cuenta con sectores de clase media pujantes y progresistas, que han logrado un impacto económico a nivel metropolitano. La problemática de la presente investigación, pretende abordar el estudio de la centralidad de mayor jerarquía de Lima Norte “Mega Plaza Norte”, y como este ha influido a la emergencia de más centros comerciales a lo largo del territorio; analizar como los centros se encuentran formando una red comercial a través de los ejes principales de Lima Norte, lo cual a su vez va generando la densidad de más actividades.

Interesa abordar el análisis de los múltiples centros comerciales emergentes, con el fin de reconocer la influencia en el desarrollo de construcción de una estructura policéntrica en Lima Norte. Soja (2008) menciona que se encuentra pertinente, estudiar el fenómeno policéntrico, ya que es una característica importante de las metrópolis contemporáneas. Ya se ha medido la centralidad de Lima Norte, a partir de la conectividad, los viajes cotidianos y percepción de la población, por ello la presente investigación propone medir los centros comerciales a partir de su localización, demanda, valor del metro cuadrado y el flujo económico, ya que estos han llegado a integrar el comercio formal e informal, logrando un importante fenómeno comercial, el cual hoy en día causa un impacto importante a nivel metropolitano. Este estudio podría llegar a servir como modelo para otros casos de complejidad en las periferias; y a su vez dar una perspectiva nueva de Lima Norte con respecto a Lima Metropolitana.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Internacionales

Beuf Alice (2020), presentó su artículo “Centralidad y policentralidad urbana: interpretaciones, teorías, experiencias” publicado en Espiral, revista de geografías y ciencias sociales. Como objetivo en su investigación presentó conceptos sobre centralidad y policentralidad, analizó la concepción y las perspectivas de las ciudades actuales. Medido a partir de la geografía económica, la movilidad, y los procesos de transformación. Como conclusión, llegó a determinar que el urbanismo a nivel mundial ha sido colisionado desde inicios del siglo XXI, por nuevas centralidades, las cuales han buscado promover identidad en la ciudad.

Levinson, Sarkar, y Wu (2019), presented their research entitled "Measuring polycentricity via network flows, spatial interaction and percolation" published in Sage magazine, the authors mention that polycentricity are various centers of economic, social and employment activity, which attract population. The objective of his research was to determine the multiple capacities of the polycentric structure. As a methodology they used the observation and measurement of accessibility, this allows the centers to have ease of arrival. As a conclusion they determined that planning helps the construction of the polycentricity, since it provides accessibility to these spaces.

Lora Ochoa y Pinedo López (2019), desarrollaron una investigación llamada “Nuevas centralidades urbanas: definición, tipologías y consolidación” elaborada para la revista Architecture, City and Environment- ACE 39. Como objetivo, establecieron seis factores, para poder determinar las tipologías de los nuevos centros. En metodología presentaron los nuevos núcleos urbanos dentro de Montería, detallándolas de manera individual y global, mediante el método analítico-descriptivo; además, emplearon recursos documentales, planes urbanos, portales web recolección en campo y aplicación de encuestas considerando la percepción de su población. Obteniendo como resultado que las nuevas centralidades, además de realizar las actividades tradicionales, también dan valor a los ayuntamientos y servicios alternos a ellos, que usualmente solían ubicarse únicamente en la zona central de la ciudad.

Zang, Sun and Li (2017), presented their research entitled “The economic performance of urban structure: From the perspective of Polycentricity and Monocentricity” published by Le Sevier, where the authors mentioned that the polycentric structure in developed countries was planned from the mobility and economic flow activities, which have obtained negative results, questioning their effectiveness. The objective of his research was to verify the correct functioning of a polycentric urban structure against a monocentric one for possible future planning. They used the quantitative method and the collection of data corresponding to the city of China, considering a total of 286 cities, measuring polycentrism from the employment index. Considering labor productivity, they obtained as a result that polycentrism leads to urban economic performance in a positive way.

Gasca Zamora (2017), realizó una investigación denominada “Centros comerciales de la ciudad de México: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo” ejecutado por el programa de investigación, publicado por la revista Eure. El objetivo fue analizar a los centros comerciales, concebido como edificaciones de encuentro, pues fomentan el distribuir, consumir y prestar servicios a la sociedad, rompiendo con los paradigmas de las ciudades tradicionales. La metodología recolecta y compara la información obtenida correspondiente a la ciudad de México en los 90, cuando se encontraban en todo su apogeo, comparándola con otras ciudades latinoamericanas. Los resultados demuestran que, con el pasar de los años y el incremento de los centros comerciales en la urbe de México, se ha desarrollado un patrón para los ciudadanos convirtiendo a más de la mitad de la población en consumista.

2.1. Antecedentes Nacionales

Lodeiro Zubiria, Mauricio Andia, Munayco Abanto, y Pacheco (2018) elaboraron una investigación titulada “Perfiles de consumidores sin experiencia de compra en un centro comercial basados en factores de atracción: caso Cusco” elaborado por la universidad autónoma del estado de México y publicado por la revista Ciencia ergo-sum. Su objetivo analizar los patrones de consumo en aquellos que nunca habían visitado algún centro comercial. La metodología es mixta, la primera fase se desarrolla de manera cualitativa por las características de los centros comerciales en la ciudad; la segunda cuantitativa, con la aplicación de

cuestionarios teniendo como muestra de estudio a jóvenes. Los resultados demostraron el reconocimiento de patrones predominantes inclinados a servicios básicos y la calidad que brindan los centros comerciales; de las encuestas se obtuvo dos patrones de usuarios, los primeros aceptan la aparición del centro comercial restringiéndose respecto al uso del mismo; el segundo grupo más conserbador, pues rechazan de manera parcial el uso de un centro comercial.

Vega Centeno (2017), elaboró su investigación “La dimensión urbana de las centralidades de Lima Norte: cambios y permanencias en la estructura metropolitana” realizada en la ciudad de Lima a cargo de la Universidad Católica del Perú. El objetivo fue comprender la importancia de las conglomeraciones de actividades en Lima Norte, enfocándose en conocer la dimensión urbana de sus nuevas centralidades, considerando las actividades desarrolladas en el espacio. La metodología compara la percepción de los usuarios de las centralidades en Lima Norte y Miraflores. Los resultados demostraron la dispersión urbana que ha sufrido Lima, dando pie a la creación de nuevas centralidades, además del incremento económico acelerado por lo que ha atravesado Lima Norte, siendo el comercio su principal fuente de ingreso. Vega Centeno determinó que Lima Norte aún no termina de consolidarse como policentralidad, por lo cual recomienda considerar un mejor planteamiento urbano, y el aumento de la oferta laboral.

Kanashiro y Cuevas Calderon (2017) desarrollaron una investigación titulada “El espacio semi público: seguridad y centros comerciales en Lima metropolitana” emitido por la revista Lienzo. El objetivo fue conocer el impacto generado de los centros comerciales en los usuarios. La metodología fue respecto a la etnografía-exploratorio, recolección de datos a través de la observación, diálogo aplicado de manera anónima a trabajadores de seguridad de dichos establecimientos. Obteniendo resultados poco favorables, se menciona que el estudio debió poseer una mayor cantidad de centros comerciales a nivel distrital en la metrópoli de Lima, permitiendo realizar una comparativa según periodos de año; de la misma manera, se debió integrar los centros comerciales de escala regional, considerando el usuario por edades y patrones de práctica.

Vega Centeno (2016), realizó la investigación titulada “La desigualdad invisible: el uso cotidiano de los espacios públicos en Lima en el siglo XXI” publicado por la revista territorios. El objetivo fue argumentar la evolución de Lima respecto a los espacios públicos, contemplando la percepción del ciudadano. Su metodología recolectó data estadística correspondiente a la evolución de Lima, considerando la perspectiva en el uso de estos espacios público. Los resultados demuestran una ciudad con carencias de espacios publicos, los cuales se encuentra conectados y logran accesibilidad mediante redes viales, el uso vehicular, argumentaron que esta necesidad puede reducirse con la creacion edificaciones que sustituyan esta demanda.

Moschella Miloslavich (2015), desarrolló una investigación titulada “La planificación urbana en el desarrollo de centralidades en Lima Metropolitana” llevado a cabo por el centro de investigación de arquitectura y ciudad. El objetivo fue estudiar la función respecto a los planes urbanos correspondientes a la evolución de las centralidades en la configuración de Lima y Callao. La metodología realizó una sistematización bibliográfica concerniente al reconocimiento de centralidades urbanas, data georreferenciada de Lima metropolitana. Los resultados obtenidos reconocen ocho concentraciones de índole metropolitano, independientemente de las centralidades inmersas en el centro histórico de Lima; por otro lado, manifiesta que se hubieran obtenido mejores resultados si se tuviera una actualización de los datos brindados respecto a la metrópoli de Lima, incitando a futuras intervenciones respecto a la creación de instrumentos de planificación urbana.

2.2. Bases Teóricas

La presente investigación muestra una serie de teorías, las mismas que explican de qué manera los centros comerciales impactan en la emergencia de una estructura policéntrica. Se debe conocer cuál es la superficie comercial respecto a su valor agregado; la teoría de renta de tierra correspondiente a áreas urbanas, hace énfasis de los beneficios que poseen aquellas zonas privilegiadas de la ciudad, lo que significó el punto de partida a nuevos estudios y debates con respecto a rentas del suelo. El aporte más destacado fue el de Hurd (1903) en “principles of city land values” menciona que el valor del suelo está establecido según el nivel de aproximación a aquellos centros de desarrollo de actividades

económicas exitosas, comprendiendo elementos u equipamientos como los que aportan valor económico con relación al uso del suelo, costo del área y la influencia según su alcance en la superficie de manera significativa.

Uno de los principales aportantes al valor del suelo de la ciudad es el comercio; se concibe como un sistema de intercambio de productos y servicios, concentración e interacción de actividades que generan dinamismo a un sector de la ciudad. Según lo manifestado por INEGI (2002) refiere al flujo emitido por la actividad social-económica respecto a la compra y venta de bienes, describiéndolo como el intercambio de objetos; la institución lo clasifica según el impacto que se genere. Es fundamental precisar lo manifestado por Krugman (1988) conceptualiza que el éxito comercial alcanzado por un sector, reiteradas veces radica en el respaldo económico recibido por compañías influyentes a gran escala; no obstante, se promueve el pensamiento de una política comercial desarrollando estrategias por niveles, es decir, cuando el estado gubernamental contribuye y respalda, genera la intervención de cadenas nacionales influyentes en la promoción del comercio e industrias.

Al tener presencia de actividades de índole comercial, se logra desarrollar patrones de consumo, Torres (2001) los concibe como modelos, características e inclinaciones presentadas por una porción de la población -grupo de individuos y familias- los mismos que buscan mitigar sus necesidades básicas o complementarias, mediante la adquisición y compra -productos, bienes y servicios-. INEI (2019) manifiesta que la economía, se trata del comportamiento y desarrollo de actividades por parte de la población en distintos lugares del mundo. Los seres humanos, la naturaleza u objetos, están propensos a atravesar por procesos y etapas de cambio; por ello Saxe (1989) parte de la teoría general de sistemas, considera al ser humano como un sistema adaptativo, por encontrarse expuesto a constantes cambios, fenómenos y alteraciones.

Con la aparición de los centros comerciales en los años 50' brinda nueva imagen a las ciudades centrales tradicionales. En la actualidad la cadena de establecimientos comerciales viene desempeñando un rol importante en distintas escalas, produciendo dinámicas económicas y convirtiéndose en el actor principal en el proceso de transformación urbana de las ciudades. Los centros comerciales son atractores de grandes concentraciones, siendo

denominados como nuevas centralidades; para lo cual Beuf (2020) explica que existen dos conceptos de centralidad, la primera contempla aquella ciudad que tiene la capacidad de concentrar servicios y recursos urbanos en un área espacial; mientras que el segundo término, está ligado al espacio físico, pues este hace referencia a un centro como lugar.

Johnson (2008) explica el fenómeno de los sistemas emergentes de forma metafórica evaluando la relación existente entre los mismo, desde una perspectiva de la vida cotidiana, su realidad y conducta. El inicio y crecimiento es realmente un proceso emergente, este proceso surge debido a la carencia y necesidad en la búsqueda de nuevas oportunidades por parte de la población. Goldstein (2016) manifiesta que es un fenómeno, que inicia desde cero a causa de sus necesidades; estos componentes económicos, comerciales, financieros, se integran y configuran paulatinamente, producto de la autoorganización por parte de su población, desarrollando factores para el impulso social, espacial y físico, convirtiéndose así en un sistema emergente complejo.

El modelo monocéntrico en ciudades reducidas, funciona como una buena estructura espacial económica, sin embargo, en la actualidad estos espacios atraviesan crisis debido a la dispersión, el deterioro, falta de cuidado o restauración; con la evolución de las ciudades, el impacto global y los grandes avances tecnológicos, han surgido “nuevas centralidades”. Para el análisis de la estructura de la ciudad, se recurre a la teoría de los lugares centrales de Christaller (1993) el cual determina la centralidad como una característica de la ciudad, siendo parte de un conjunto y no una fracción de ella. Respecto a centralidad maneja dos conceptos, el primero “polarización” referido a un servicio concurrido por la población, lo cual aporta y determina un área de influencia de la centralidad, en cuanto a “jerarquización”, explica que la carencia de servicios especifica la extensión espacial y la influencia de la centralidad. Beuf (2020) en la actualidad el radio de polarización de una centralidad es sub-centros que forman una red de servicios, y se ubican dispersamente en el territorio, vinculándose directamente a la centralidad de mayor jerarquía.

A partir de lo mencionado, Castells (1996) divide la centralidad en tres niveles, el primero, se compone por la movilidad, y procesamiento tecnológico, el segundo se constituye por nodos que se integran a una red financiera, el tercer

nivel consta de la organización espacial, las cuales son determinadas por las élites dominantes. En cuanto a Chion (2002) menciona que la característica actual de la centralidad, es su concentración de poder económico, así como equipamientos de servicios especializados, y nodos integrados a una red de vínculos de economía global. La aparición de estas nuevas centralidades, aportan a la descentralización del núcleo de la ciudad; gracias a su infraestructura vial que conecta la ciudad por medio de redes, contando con una adecuada accesibilidad.

Bähr y Borsdorf (2005) explican que, el centro prevalece como una estructura circular, proveniente del periodo colonial, y conformada por comercios, industrias, vivienda, servicios, y con el pasar de los años puede que haya sido modificada o regenerada. Desde un ámbito urbanístico Vega Centeno (2017), lo denomina como “concentraciones de actividades urbanas que atraen un flujo de habitantes, vehículos y bienes”, de esta manera se entiende que estos sectores tienen la capacidad de atracción y concentración del espacio. Por otro lado, Beuf (2020) presenta al “centro urbano”, como un espacio que brinda identidad, como sentido de pertenencia a algo; pues es el espacio en dónde se puede desarrollar actividades constituyentes para la sociedad urbana, actuando así, como un espacio de concentración, núcleo o corazón.

En cuanto a redes se concibe como la proliferación de puntos que se conectan producto del desarrollo; se observa el incremento, reproducción y multiplicación de elementos, extendiéndose de manera significativa en su área de estudio. Se ve reflejado en la teoría celular Rudolf Virchow, manifiesta que las células nacen y se reproducen, a partir de la división de una célula madre. Chion (2002) comenta que La captación del capital y de servicios no necesariamente ha estado regido por políticas centrales referidas a la macroeconomía, sino que también ha sido causado por los múltiples actores de la localidad, los mismos que desarrollaron la capacidad de organizarse e innovar para atraer flujos y posteriormente poder articularlos en la localidad. Aportando a la teoría mencionada, Beuf (2020) expone que el centro, se encuentra desligado de las “periferias”, se sabe que estos son espacios marginados por la ciudad; sin embargo, estos espacios son parte de la entidad política, para integrar este

sector de la ciudad con el conjunto, se tiene que ser cuidadoso ya que no todas las dinámicas centrales, cumplen con el perfil de estos sectores.

III. METODOLOGÍA

El enfoque cualitativo es una realidad objetiva la cual no modifica las variables, este método emplea el recojo de datos para probar la hipótesis; de los cuales se dará una percepción e interpretación para la comprobación de la hipótesis planteada. Baptista Lucio , Fernandez Collado, y Hernández Sampieri (1997).

El enfoque que tomará la presente investigación será cualitativo, se realizará la recolección de información y base de datos, para posteriormente dar interpretación de los mismos, mediante las categorías utilizadas se podrá comprobar la hipótesis planteada.

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación a desarrollar será de tipo “básica”, mediante la obtención y recolección de los datos correspondientes, se optará por dar la interpretación de acuerdo a la percepción de los mismos, teniendo como finalidad dar respuesta a los problemas y objetivos de la investigación.

Respecto al diseño de investigación, será un estudio de caso múltiples debido al tipo de investigación planteado, correspondientes a los cinco centros comerciales identificados en Lima Norte. De igual manera, el alcance que desea desarrollar la investigación será explicativo.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

La investigación tendrá como primera categoría a la densidad comercial, la cual presenta dos subcategorías; la primera enfocada a la actividad económica la misma que será medida a partir del uso del suelo, localización del empleo, mercado laboral y la economía urbana. Como segunda subcategoría refiere a la superficie comercial medida a partir de la densidad comercial, patrón de consumo en Lima Norte, valor del m² y extensión comercial.

La segunda categoría que se trabajara se trata de la policentralidad urbana, la misma que a su vez presenta como primera subcategoría a la centralidad, medida mediante densificación, jerarquía, redes. Mientras que su segunda subcategoría se trata de la estructura urbana medida mediante nodos, accesibilidad y movilidad presentadas a nivel de Lima Norte.

3.3. Escenario de estudio

Como primera aproximación del escenario de estudio, se destaca sobre los resultados que arrojan la investigación de Gonzales y Del Pozo (2012), los cuales

identifican las centralidades de Lima Metropolitana a partir de la densidad del empleo; estas aglomeraciones se hallan en el centro de la ciudad – Lima Centro – con distancias cortas entre centros, estableciendo una dispersión de centros “concentrada”; a parte de ello, los autores mencionan sobre la emergencia de centros que se encuentran en proceso de consolidación – por medio de una jerarquización de centros se deduce – en Lima Norte, Sur y Este.

Con lo mencionado, el estudio de Vega (2017) recopila los datos mencionados de Lima Metropolitana, y hace un hincapié en las centralidades emergentes que yacen en las periferias de la ciudad, cuyo desarrollo se debe a la densidad poblacional que genera trabajo e inversión. El estudio se enfoca en Lima Norte, siendo el sector más dinámico en economía, entorno a las periferias de la ciudad.

3.4. Participantes

Dado que nuestro escenario de estudio es el sector de Lima Norte, se optará por realizar una selección de distritos los cuales tengan la característica de contar con centros comerciales. Según la figura mostrada, se reconoce a cuatro distritos como participantes del estudio, el distrito de Comas por tener presencia del MallPlaza, Los Olivos- Real Plaza Pro, San Martín de Porres e Independencia – Royal Plaza- Mega Plaza- Plaza Norte.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación parte con la búsqueda bibliográfica teórica, se considera a Baptista Lucio, Fernández Collado, y Hernández Sampieri (1997), los mismos que desarrollaron estudios respecto a metodología, tipos y diseños de investigación, para lo cual la presente desarrollara la metodología cualitativa.

Para la recolección de datos se recurrió a entidades e instituciones tales como, INEI- Instituto Nacional de Estadísticas para obtener data actualizada correspondiente a Lima Norte y los distritos seleccionados a trabajar, así como también los índices de su población emitidos según el último censo nacional realizado, SIGE – Sistema de Información Geográfica para Emprendedores se recolectara la data correspondiente a los estratos sociales según los niveles de ingreso per cápita mensuales por distrito, IPDU- Instituto Peruano de Derecho Urbanístico del cual se obtuvieron los planos de zonificación de los distritos de

Los Olivos, Comas, Independencia y San Martín de Porres, ASEI- Asociación De Empresas Inmobiliarias Del Perú y Urbana para obtener data respecto a usos y valor del m² según las zonas de Lima Norte, entre otros.

De igual modo, se optó por realizar la búsqueda bibliográfica de los antecedentes nacionales e internacionales, además de tomar como referencia la metodología aplicada, en la búsqueda de recolección de datos como en las investigaciones de Gonzales y Del Pozo (2012), Vega (2017), entre otros.

3.6. Procedimientos

Los procedimientos que se emplearan en base a la recolección de información de artículos de investigación, así como también de tesis de postgrado, libros y revistas, compendios, estadísticos de instituciones especializada y abaladas. Toda esa base teórica ayuda a su vez al análisis y aporte crítico del investigador.

3.7. Rigor científico

Se considera la investigación de González desarrollada en el año 2012, titulada “Lima una ciudad policéntrica”, donde se realiza la identificación de las distintas centralidades en Lima metropolitana a partir de la localización del empleo. Hace empleo georreferencia a nivel de zona centrales y combinación de metodologías para estimación de densidad, finalmente logra identificar diez centros a nivel de Lima Metropolitana, los cuales uno se encuentra ubicado en Lima Norte- Centro Comercial Mega Plaza describiéndolo en proceso de consolidación.

Por otro lado, se toma investigación de Vega centeno titulada “Dimensión urbana de las centralidades en Lima Norte” desarrollada en el año 2017, El cuál realiza una medición a través de los viajes, ya sean por motivos laborales o de compras. A nivel de Lima Norte logra identificar dos centros, el primero ubicado en el distrito de Independencia y el segundo en el distrito de Puente Piedra, a los cuales clasifica según la relación existente de sus variables; la primera instancia referido al empleo y accesibilidad, mientras que el segundo movilidad y servicios. Llegando a la conclusión que ambos distritos se caracterizan por contar con manzanas destinadas al uso industrial, pero en su mayoría al comercio. El distrito de Independencia cuenta con un centro comercial un rol significativo, mientras que el distrito de Puente Piedra con pequeños comerciantes.

3.8. Métodos de análisis de la información

Como ya se ha mencionado anteriormente, se continua la metodología utilizada por Gonzales y Del Pozo (2012) quienes destacan la importancia del reconocimiento de diversos centros, ya que esto aporta a la comprensión de los fenómenos entorno al crecimiento comercial; para ello la metodología que emplean es a partir de la recopilación de datos sobre la densidad del empleo, para poder determinar el impacto que logra a nivel metropolitano, complementando a esta información, se considera la metodología desarrollada por Vega (2017) quien realiza un mapeo, de dónde se ubican las centralidades que van emergiendo, ubica la concentración del empleo y la conectividad, en donde realiza la interpretación desde una perspectiva de los desplazamientos – viajes por motivos de trabajos, estudios, compras, entre otros – de los habitantes en comparación con otra centralidad.

De la misma manera la presente investigación plantea recopilar datos que fortalezcan la información brindada, como el radio de influencia, la renta del suelo por proximidad a los centros comerciales en Lima Norte, densidad laboral, entre otros.

3.9. Aspectos éticos

Se espera que la investigación respete los derechos de autor de la información obtenida y usada en la introducción, marco teórico, antecedentes y metodología. De la misma manera se requiere la consideración del anonimato de las personas encuestadas, por el bien de su privacidad. Para finalizar se quiere hacer mención del uso del formato estándar “APA”, para la redacción, determinación de la autoría y referencias bibliográficas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- Problema específico 1: ¿De qué manera la concentración de actividades comerciales impacta en la consolidación de una centralidad en Lima Norte?
- Objetivo específico 1: Determinar de qué manera la concentración de actividades comerciales impacta en la consolidación de una centralidad en Lima Norte.

Las grandes ciudades han sufrido transformaciones debido a la globalización, sobre todo en la densificación de estas metrópolis, creando mayor necesidades y forzando la aparición de centros y subcentros, Ciccolella y Vecslir (2012) en su investigación de Buenos Aires, mencionan que este fenómeno de concentraciones en metrópolis de latinoamérica, se debe a la proliferación de superficies comerciales y centros de actividad social, así como el aporte de la red de autopistas que los conecta. De la misma manera Vega (2017) menciona en su estudio de Lima Norte, que los centros juegan un papel importante en el sector, estos son atractores de capitales, logrando aglomerar actividades de toda índole en su entorno.

El autor Vega (2017) a su vez, reconoce que la carretera Panamericana ejecuta un rol de atractor de aglomeraciones, ya que concentra diversas actividades a lo largo de su eje. Para analizar el fenómeno de concentración de actividades comerciales en Lima Norte, nos apoyamos en Gonzales y Del Pozo (2012), quienes aseveran que la dinámica de la localización empresarial, es la que origina varios centros de venta de productos y factores que reorganizan el territorio. Para el caso de estudio, las actividades comerciales se miden a partir de la localización de empresas conglomeradas.

Como primera aproximación para determinar el nivel de impacto de las concentraciones comerciales, se recopilaron datos de densidad empresarial que brinda INEI, se agrupan en cinco centralidades (conos) de Lima Metropolitana, de las cuales se encuentra Lima Norte, el cual se conforma por los distritos de Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres y Santa Rosa. Según la información del INEI, se muestra la cantidad de empresas que coexisten por cada mil habitantes, asimismo las empresas existentes por kilómetro cuadrado.

Para el año 2014 INEI (2014), señala que Lima Norte contaba con un 72,5 quiere decir que, por cada 1000 habitantes, se tenían 73 empresas.

Tabla 1. Densidad Empresarial 2014.

Área interdistrital	2014	Estructura porcentual 2014	Densidad empresarial (Empresa/mil hab.)	Densidad empresarial (Empresa por Km2)
Total	887235	100.0	91.0	314.9
Lima Norte	179574	20.2	72.5	209.6

Fuente: INEI 2014 – Directorio Central de Empresas y Establecimientos

Lima Norte para el 2014 en cuanto a densidad empresarial / km², presentaba 209,6 empresas. Se tomaron a su vez, datos del año 2018 para reconocer las variaciones entre esos años.

INEI (2018) presentó que Lima Norte contaba con un 87,3 quiere decir que, por cada 1000 habitantes, se encontraban 87 empresas.

Tabla 2. Densidad Empresarial 2018.

Área interdistrital	2018	Estructura porcentual 2018	Densidad empresarial (Empresa/mil hab.)	Densidad empresarial (Empresa por Km2)
Total	1106853	100.0	107.2	380.9
Lima Norte	231545	20.9	87.3	288.8

Fuente: INEI 2018 – Directorio Central de Empresas y Establecimientos

En cuanto a densidad empresarial / km², presentaba 289 empresas por kilómetro cuadrado.

Contemplando los datos empresariales del año 2014 y el 2018, se observó un aumento aproximado del 22% del total en Lima Norte. Para visualizar la densidad empresarial del sector norte entorno a Lima Metropolitana, se presenta un mapa en el que se observa la densidad empresarial por Km², a nivel distrital.

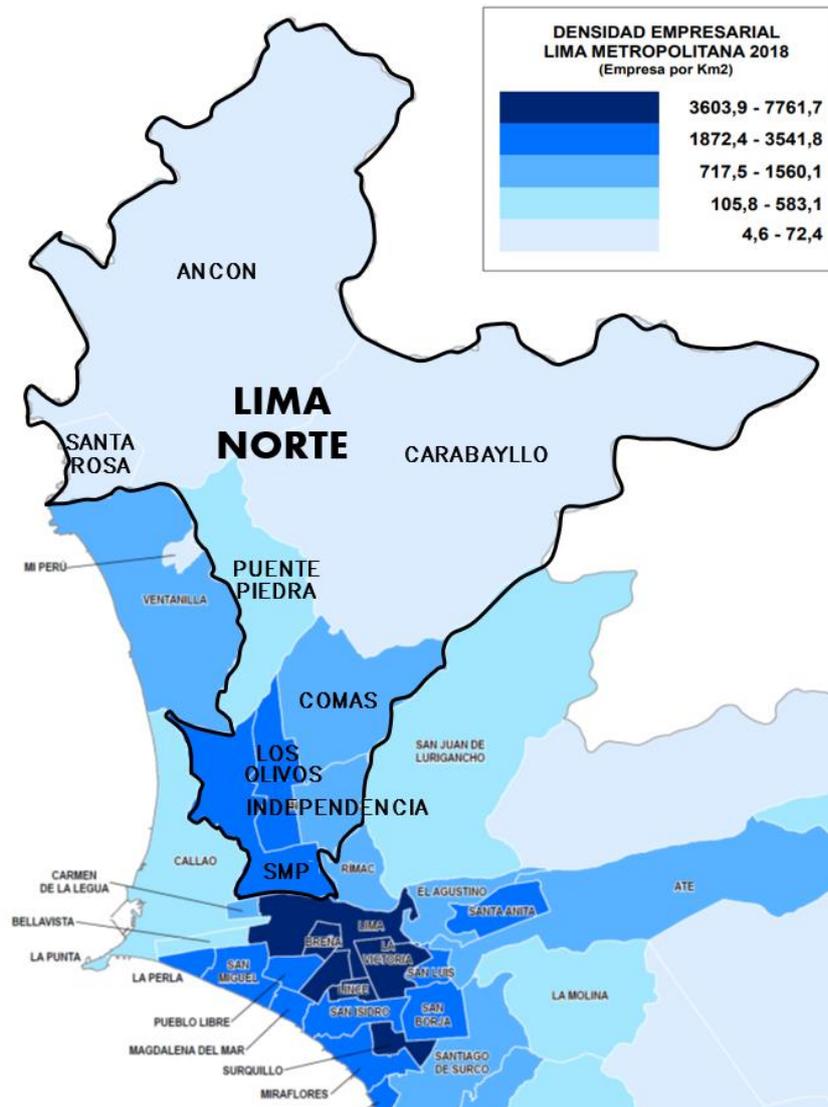


Figura 1. Densidad empresarial por distritos, Lima 2018

Fuente: INEI 2018 – Directorio Central de Empresas y Establecimientos

Con respecto a la imagen, se muestra que en Lima Norte existe un crecimiento empresarial que compite con otros distritos, con alta densidad empresarial en Lima; como son los distritos de San Isidro y San Borja. A partir de la data obtenida, se recopilaron los datos distritales de Lima Norte, analizando los distritos en donde hubo un mayor cambio.

Tabla 3. Densidad empresarial

Área interdistrital	2014	Estructura porcentual 2014	Densidad empresarial (Empresa/mil hab.)	Densidad empresarial (Empresa por Km2)
Total	887 235	100.0	91.0	314.9
Lima Norte	179 574	100.0	72.5	209.6
Ancón	2328	1.3	60.5	7.8
Carabayllo	15 564	8.7	53.6	44.9
Comas	37 868	21.1	72.4	776.8
Independencia	15 493	8.6	71.5	1 064.1
Los Olivos	34 591	19.3	94.5	1 895.4
Puente Piedra	17 963	10.3	53.3	252.4
San Martín de Porres	55 104	30.7	80.2	1 492.9
Santa Rosa	663	0.4	37.7	30.8

Fuente: INEI 2018 – Directorio Central de Empresas y Establecimientos

Tabla 4. Densidad empresarial

Área interdistrital	2018	Estructura porcentual 2018	Densidad empresarial (Empresa/mil hab.)	Densidad empresarial (Empresa por Km2)
Total	1 106 853	100.0	91.0	380.9
Lima Norte	231 545	100.0	87.3	288.8
Ancón	3 310	1.4	79.0	11.6
Carabayllo	21 959	9.5	68.3	72.4
Comas	47 220	20.4	87.0	968.6
Independencia	19 203	8.3	86.2	1 318.9
Los Olivos	43 914	19.0	113.0	2 406.2
Puente Piedra	25 399	11.0	67.4	348.8
San Martín de Porres	69 512	30.0	94.2	1 887.9
Santa Rosa	1 028	0.4	51.4	48.1

Fuente: INEI 2018 – Directorio Central de Empresas y Establecimientos

A nivel distrital, se aprecia que San Martín de Porres es el que demuestra mayor incremento de empresas, seguido de Comas y Los Olivos. Según las investigaciones del mercado de Perú Retail (2019) mencionaron que Lima Norte, tiene la mayor captación de inversionistas en el sector terciario – comercio –, en dónde el distrito de San Martín de Porres genera en ventas mensuales 45 millones de dólares, Los Olivos por su parte alcanza ventas de 26 millones de dólares y Comas con la apertura de su primer centro comercial, factura alrededor de 13 millones de dólares. A comparación de Lima Este, en donde San Juan Lurigancho y Chosica – Lurigancho juntos, obtienen una suma de 49 millones de dólares.

Tabla 5. Tabla de comercios en Lima Norte

Área interdistrital	MERCADOS	CENTROS COMERCIALES
Lima Norte	314	
Ancón	8	-
Carabaylo	25	-
Comas	47	1
Independencia	20	3
Los Olivos	56	1
Puente Piedra	30	-
San Martín de Porres	126	-
Santa Rosa	2	

Fuente: Directorio nacional de mercados de abastos 2016 – INEI.

A pesar de que San Martín de Porres no cuenta con un centro comercial, es el de mayor facturación en Lima Norte; demostrando que los complejos comerciales también provocan el fenómeno de concentraciones, tal como lo reconoce Vega (2017), la centralidad que provoca el complejo comercial

Huamantanga en Puente Piedra, se encuentra conformado por pequeños comerciantes, creando el mismo fenómeno de centralidad.

En los datos de la Tabla 5, San Martín de Porres es el distrito que cuenta con el 40% de mercados de abastos, con relación al total de los que hay en Lima Norte. El comercio a gran escala genera en su entorno la concentración de actividades complementarias, entendiéndose como generadores de empleo, estos comercios más la concentración servicios especializados emergentes del entorno, convierten el sector en una centralidad.

En base al objetivo específico uno, el resultado determina que la conglomeración de actividades comerciales, produce fenómenos de centralidad, para ello, basados en su proceso de datos empresariales del INEI del año 2008, los autores Gonzales y Del Pozo (2012) dan como resultado – en cuanto a Lima Norte – que este sector se encontraba en un “proceso de conformación” como centralidad, destacando al centro comercial Mega Plaza Norte por sus ventas generadas y la dimensión del equipamiento.

El éxito de los complejos comerciales, los convierte en atractores de comercios en su entorno, así como la de centros especializados, resultando una densa concentración de múltiples actividades. En la actualidad se reconoce en Lima Norte diversos centros, los cuales se han solidificado en base al comercio. Por ende, según el producto obtenido, se demuestra que existe un crecimiento empresarial que compite con otros distritos de alta densidad empresarial en Lima, a comparación de lo mencionado en dicha investigación, pues ahora es notorio el desarrollo obtenido en base a la acumulación del capital, lo demuestra a través de su popularidad entre los inversionistas.

- Problema específico 2: ¿De qué manera las centralidades de superficie comercial influyen en el desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte?
- Objetivo específico 2: Determinar de qué manera las centralidades de superficie comercial influyen en el desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte.

En Lima Norte se percibe un considerable movimiento de capitales, predominando la inversión en el sector comercial, en donde existen exitosos complejos comerciales; para determinar el impacto de estas centralidades de superficie comercial, se necesita identificar los centros, subcentros, y la dimensión de cada uno de ellos.

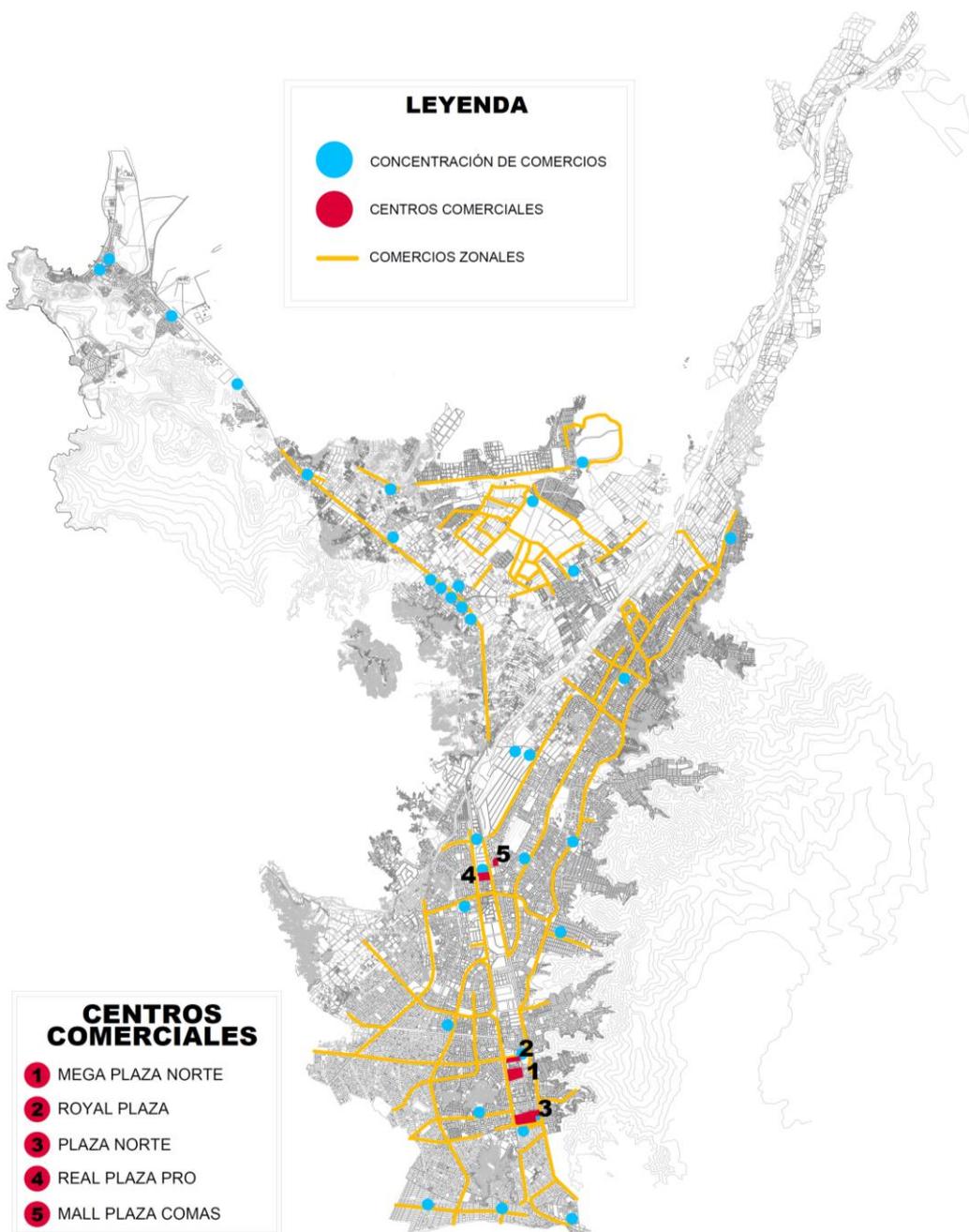


Figura 2. Plano de superficie comercial de Lima Norte

Fuente: Elaboración propia

Con los datos obtenidos del plano de uso de suelos, se encontró una densificación comercial, demostrada en la Figura 2, el cual diferencia la ubicación de los centros comerciales, las concentraciones comerciales – en donde se ubican los grandes centros de abastos – y los comercios zonales – se le identifica de esta manera, porque el comercio se ubica en las avenidas principales de manera lineal–. Se halló en la morfología de este sector, que la mayor parte de concentraciones comerciales están en San Martín de Porres y Los Olivos.

Con respecto a los centros comerciales, Vega (2017) presenta al sector de Mega Plaza Norte y Plaza Norte como la centralidad de mayor jerarquía de Lima Norte, a este dato se le suma el resultado de Arellano (2017) que en su ranking de centros comerciales a nivel nacional, posiciona a Mega Plaza y Plaza Norte en segundo lugar a la vez – debido a las ventas generadas – sin embargo a nivel representativo Mega Plaza Norte, toma la delantera.

Con estos datos proporcionados, podemos deducir que Lima Norte se encuentra estructurada por grandes nodos comerciales los cuales deben de delimitarse. Para la identificación de una estructura policéntrica en Lima Norte, se necesita reconocer el nivel de importancia de los centros, siguiendo las investigaciones hechas en el sector por otros autores – las cuales consideran dos centros en proceso de consolidación – y la red mediante la cual estos se conectan.

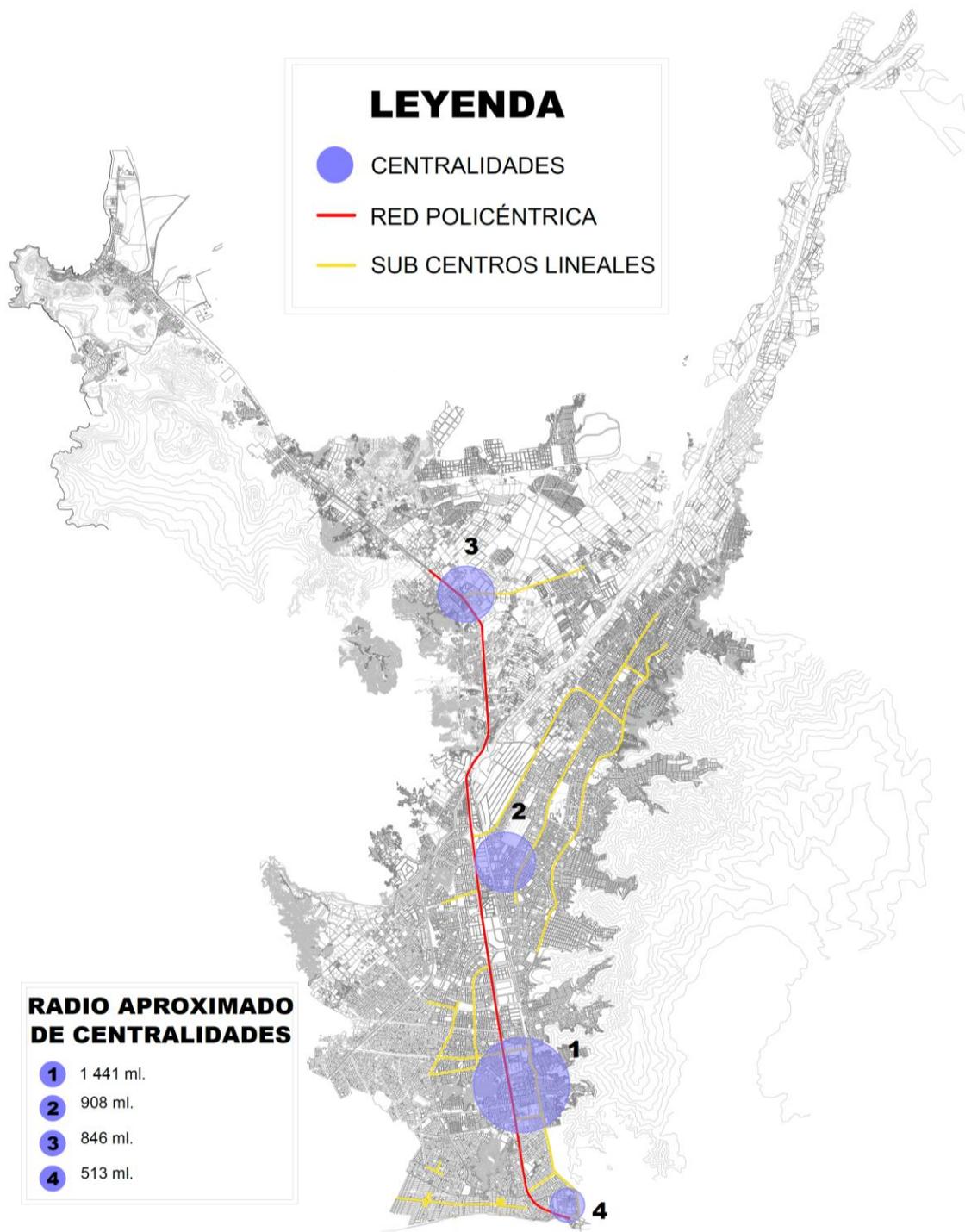


Figura 3. Plano de reconocimiento de centralidades

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a centralidades, se consideran cuatro centros en Lima Norte, los cuales presentan diferentes características. La primera se estructura de tres centros comerciales – entre ellos, dos de mayor influencia a nivel metropolitano – más la concentración de centros especializados, esta zona sería considerada la centralidad de mayor jerarquía; la segunda centralidad se configura de dos

centros comerciales, un centro de abastos y comercios zonales, a diferencia de las dos primeras centralidades, la tercera no cuenta con centros comerciales, esta se encuentra conformada por centros de abastos, mercados y comercios zonales; la cuarta centralidad, compartida con el distrito del Rímac, se encuentra conformado de mercados, centros de abastos y los comercios zonales, esta centralidad es pionera en Lima Norte.

Las cuatro centralidades presentadas, muestran una red troncal, que los conecta, el eje de la Panamericana Norte presenta a su vez una concentración de centros de servicios especializados, así como aglomeraciones comerciales. Los sub centros lineales, al igual que en la Panamericana Norte, muestra su fenómeno de concentración, pero a nivel lineal; esos sub centros, están en proceso de expansión.

Se deduce que la acumulación del capital, es el principal factor que genera una estructura céntrica, ocasionando a su vez un desarrollo de nuevas economías que se encuentran dispersas en la ciudad, esto quiere decir que las actividades comerciales de gran envergadura en Lima Norte están generando más actividades, y este fenómeno se dispersa en otros puntos de la zona, conectándose a través de ejes, lo cual crea una estructura urbana policéntrica.

Se determina que los centros que conforman las ciudades policéntricas tienen un notorio efecto sobre la densidad del empleo en el espacio, pues a mayor actividad siempre será necesario más trabajo. Por ende, como lo mencionan Gonzales y Del Pozo (2012), las empresas cercanas a las principales concentraciones comerciales pagarán mayores rentas por el espacio que ocupan.

- Problema específico 3: ¿De qué manera la movilidad de la población impacta en el valor del suelo comercial urbano en Lima Norte?
- Objetivo específico 3: Determinar de qué manera la movilidad de la población impactan en el valor del suelo comercial urbano en Lima Norte.

La configuración de una estructura urbana basada en la actividad comercial logra establecer concentración de las mismas de manera dispersa; Lima Norte no es la excepción de este proceso, pues debido a la concentración y proliferación de comercio de diversas escalas, ha generado que en aquellas zonas que presentan mayor influencia se cuente con centros comerciales. La acumulación de las economías, según Polése (2001) originan el aumento productivo, el cual se da como resultado de la concentración de la oferta de bienes y servicios, de esta manera se logra tener presencia del personaje fundamental en el crecimiento y desarrollo de la economía- el hombre, el mismo que acude a aquellas concentraciones en la búsqueda de satisfacer sus propias necesidades.

De esta manera, se experimenta un proceso espontáneo de organización de las actividades económicas comerciales, con creciente población e inversión del capital en el espacio, cuya distribución permite repetir el proceso. La acumulación se materializa de manera inevitable en ciudades policéntricas; es indispensable precisar que los nuevos centros, se encuentran ubicados en diferentes puntos de la ciudad. Los autores Muñiz, Galindo y Garcia (2005) manifestaron que aquellas concentraciones de múltiples centros de empleo y prestación de bienes o servicios, se convierten en aliados brindando la satisfacción de las necesidades a los propios y visitantes.

Para conocer de qué manera los desplazamientos impactan en el valor del suelo en Lima Norte, se procedió a emplear la data obtenida en la encuesta de Lima como vamos, correspondiente a la percepción de calidad de vida al año 2019; en el cual se realizó entrevistas de manera directa a personas previamente seleccionadas a nivel de Lima Metropolitana. Respecto al caso de estudio, se procedió a elegir a los distritos ubicados en la zona de Lima Norte para lo cual, solo se tomará en consideración la data obtenida concerniente a movilidad.

Los resultados obtenidos realizados a 536 personas respecto a su ocupación actual a nivel de Lima Norte demostraron que, el índice más alto se dedicó en un 43.1% a trabajar fuera de casa, seguido del 25.4% actividad

dedicada a quedarse en casa; ambas actividades obtuvieron los índices más altos de la zona y a nivel Metropolitano; el 10.8% se dedica a trabajar en casa, estudia obtuvo un 8.6%. Los valores porcentuales más bajos obtenidos se dedicaron en un 5.0% a estar jubilado o retirado, mientras que la tasa de desempleo en un 4.1%, finalmente el 3.0% se dedicaron a trabajar y estudiar.

Tabla 6. Actividad actual – Poblacion Lima Norte 2019

¿ACTUALMENTE USTED... ?							
ACTIVIDAD	GRUPO DE EDAD			LIMA METROPOLITANA			
	18 a 29 años	30 a 44 años	45 años o más	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur
Trabaja fuera de casa	37.5%	54.8%	33.6%	41.5%	40.5%	43.1%	38.2%
Estudia	27.2%	1.5%	0.1%	10.6%	8.1%	8.6%	5.9%
Trabaja y estudia	8.6%	2.1%	0.1%	4.7%	3.0%	3.0%	2.4%
Trabaja en casa	4.3%	14.2%	15.0%	12.3%	13.1%	10.8%	11.5%
Está desempleado	6.8%	3.4%	6.4%	3.4%	8.0%	4.1%	7.6%
Se encarga de la casa	15.1%	23.7%	30.4%	19.1%	23.5%	25.4%	27.8%
Está jubilado / retirado	0.4%	0.0%	14.5%	8.3%	3.8%	5.0%	6.6%
NS/NR	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
Total	N=555	N=611	N=754	N=472	N=528	N=536	N=288

Fuente: Lima como vamos 2019.

Se procedió a identificar los destinos principales para trabajar o estudiar entre las edades de 18 años en adelante. Primeramente, se seleccionó los ocho distritos que conforman Lima Norte; se obtuvo que, el 14.5% corresponde al distrito de San Martín de Porres represento el de mayor índice, a este le sigue Los Olivos con el 12.4%, Comas con 11.4%. Puente Piedra por su lado obtuvo el 7.2%, mientras que Independencia el 4.8% y Carabayllo el 4.8%; finalmente el distrito que no obtuvo valor porcentual significativo a nivel de destinos para trabajar o estudiar fue Santa Rosa con un 0.0%. Es preciso mencionar que estos valores en Lima Norte, no se ven reflejados a nivel de las demás zonas de Lima Metropolitana; mientras que, distritos como Chorrillos, Ate, San Juan de Lurigancho, Miraflores, San Isidro, Santiago de Surco, entre otros; siguen teniendo mayor ventaja como distritos de destino para trabajar o estudiar.

Tabla 7. Distrito de destino para trabajar o estudiar –Lima Norte 2019

¿A QUE DISTRITO SE DIRIGE PRINCIPALMENTE PARA IR A TRABAJAR O ESTUDIAR?								
DISTRITO	GRUPO DE EDAD				LIMA METROPOLITANA			
	2019	18 a 29	30 a 44	45 años o	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur
		años	años	más				
Ancón	0.9%	0.7%	1.1%	0.8%	0.7%	0.0%	2.4%	0.0%
Carabaylo	1.4%	0.7%	1.4%	2.4%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%
Comas	3.5%	3.2%	2.5%	5.1%	0.4%	0.0%	11.4%	0.8%
Independencia	1.5%	2.2%	0.8%	1.2%	0.0%	0.0%	5.2%	0.0%
Los Olivos	4.4%	5.5%	4.0%	3.2%	0.4%	1.8%	12.4%	1.5%
Puente Piedra	2.2%	0.5%	3.1%	3.6%	0.4%	0.0%	7.2%	0.0%
San Martín de Porres	4.8%	4.7%	4.0%	5.9%	1.1%	1.1%	14.5%	0.0%
Santa Rosa	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%
Ate	5.3%	5.2%	5.1%	5.5%	1.5%	15.4%	1.0%	3.1%
Chorrillos	3.4%	4.0%	3.7%	2.0%	1.9%	0.7%	1.0%	18.5%
La Victoria	3.4%	1.7%	5.4%	3.2%	6.0%	3.7%	2.1%	1.5%
Miraflores	5.9%	7.0%	5.9%	4.0%	12.4%	2.2%	4.5%	5.4%
San Isidro	4.4%	2.7%	5.4%	5.5%	11.6%	2.9%	1.7%	0.0%
San Juan de Lurigancho	4.4%	4.0%	2.8%	7.1%	0.0%	14.0%	1.7%	0.8%
San Juan de Miraflores	1.6%	2.0%	1.1%	1.6%	0.4%	0.4%	0.0%	10.8%
Santiago de Surco	6.6%	8.2%	5.7%	5.5%	12.7%	5.1%	2.8%	7.7%
Villa El Salvador	2.3%	2.5%	2.5%	1.6%	0.4%	0.7%	1.0%	13.1%
Callao	2.6%	2.0%	3.4%	2.4%	2.6%	1.5%	4.5%	1.5%

Fuente: Lima como vamos 2019.

Se continuo con la medición a partir de los viajes realizados por distintos motivos, exceptuando aquellos por motivos laborales o estudio. Se demostró a nivel de Lima Norte el valor porcentual más alto fue alcanzado por viajes destinados a compras para el hogar con un 69.4%, seguido por viajes con fines de ocio – recreación, hacer deporte, beber, comer- alcanzando un 38.1%, se obtuvo el 36.6% viajes destinados a realizar alguna visita, mientras que, para acompañar a alguien el 31.9%. Así mismo, viajes para recoger o dejar algún niño el 31.0%, asistencia médica el 25.0%, tramites personales 21.5% y otros 0.2%.

Tabla 8. Motivos de desplazamiento excepto trabajo o estudio –Lima Norte 2019

EXCLUYENDO VIAJES POR TRABAJO O ESTUDIO, EN LA ÚLTIMA SEMANA ¿USTED SE HA MOVILIZADO DE SU HOGAR POR...?							
ACTIVIDAD	GRUPO DE EDAD			LIMA METROPOLITANA			
	18 a 29 años	30 a 44 años	45 años o más	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur
Compras para el hogar	77.7%	83.3%	78.1%	80.3%	82.6%	69.4%	90.3%
Realizar alguna visita	54.4%	50.2%	42.7%	58.5%	43.0%	36.6%	64.9%
Ocio							
Recreación/ comer/ tomar algo/ hacer deporte	61.8%	51.1%	29.4%	56.4%	43.6%	38.1%	47.9%
Trámites personales	26.8%	26.7%	22.1%	25.6%	21.2%	21.5%	42.7%
Asistencia médica	23.2%	23.2%	30.0%	25.2%	23.3%	25.0%	40.6%
Dejar o recoger a niños de su hogar	25.6%	38.6%	19.2%	22.7%	25.6%	31.0%	36.1%
Acompañar a alguien	39.3%	33.7%	26.7%	40.3%	28.4%	31.9%	34.0%
Otros	0.5%	0.3%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	1.0%
Total	N=555	N=611	N=754	N=472	N=528	N=536	N=288

Fuente: Lima como vamos 2019.

Frente a esto, se logró observar la existencia de una ventaja notoria de aquellos viajes que tienes como finalidad realizar compras para el hogar con un 64%

respecto al resto de actividades anteriormente detalladas. Se procedió a identificar las maneras o medios de desplazamiento empleados por parte de la población para realizar dicha actividad; los resultados arrojaron que el ítem de mayor preferencia fue ir caminando con un 48.7%, seguido de ir en bus o combi con un 20.7%, como tercer medio decidieron desplazarse en mototaxi con un 17.2%. La población de Lima Norte que se desplazó con automóvil propio corresponde al 6.5%; por otra parte, los que decidieron elegir taxi o taxi por aplicativo fue de 2.7%, mientras que el 2.4% prefirió tomar colectivo.

De la misma manera se obtuvo presencia de desplazamiento a través de motocicleta propia con 0.8%, bicicleta y metropolitano con el 0.5%, finalmente desplazamientos mediante el metro de Lima y corredores complementarios o azules obtuvieron el 0.0%; los ya mencionados fueron los menos preferidos u utilizados por parte de la población de Lima Norte.

Tabla 9. Medio de desplazamiento por compras –Lima Norte 2019

	¿CÓMO SE MOVILIZO PRINCIPALMENTE PARA SUS VIAJES?: COMPRAS PARA EL HOGAR							
	GRUPO DE EDAD				LIMA METROPOLITANA			
	2019	18 a 29 años	30 a 44 años	45 años o más	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur
Camino o voy a pie	50.5%	50.8%	46.6%	53.7%	53.6%	46.6%	48.7%	48.8%
Bicicleta	0.7%	1.2%	0.2%	0.7%	1.3%	0.2%	0.5%	0.8%
Automóvil propio	6.4%	4.2%	10.2%	4.8%	13.5%	3.4%	6.5%	3.1%
Motocicleta propia	0.6%	0.9%	0.8%	0.2%	0.5%	0.9%	0.8%	0.0%
Bus	8.5%	11.1%	7.3%	7.6%	8.7%	9.9%	4.6%	6.9%
Combi o cúster	12.9%	13.2%	13.0%	12.7%	7.4%	14.2%	16.1%	18.1%
Colectivo	2.7%	3.5%	2.2%	2.7%	2.4%	4.6%	2.4%	1.5%
Taxi	2.2%	0.9%	3.5%	2.0%	5.5%	1.1%	1.9%	0.4%
Mototaxi	14.3%	12.5%	14.9%	14.9%	5.3%	17.9%	17.2%	20.0%
Metropolitano	0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%
Metro de Lima (tren eléctrico)	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.4%
Corredores complementarios o azules	0.1%	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%
Taxi por aplicación	0.7%	0.9%	1.0%	0.3%	1.6%	0.5%	0.8%	0.0%
Total	N=1529	N=431	N=509	N=589	N=379	N=436	N=372	N=260

Fuente: Lima como vamos 2019.

Queda demostrado que, la segunda actividad más influyente y desarrollada a nivel de Lima Norte pertenece al ámbito comercial, motivo por el cual la presencia de los centros comerciales inmersos en las grandes concentraciones de actividades pertenecientes a esta zona, los ha convertido en puntos de acumulación de capital, de esta manera se ha venido desarrollando una estructura urbana comercial; de la mano con estrategias de modernización e incremento de inversiones convirtiéndolos en más atractivos. Lima Norte se está posicionando como un lugar estratégico respecto a las miradas de inversión comercial, afirmación aceptada por Perú Retail (2019) mencionaron que, en esta zona se

contaba con la presencia de cuatro centros comerciales, lo cual se denominó como paraíso moderno correspondiente al comercio. Lima Norte se posicionó como la más grande “clase media” moderna exitosa, sus centros comerciales han logrado recaudar alrededor de US\$1.047 millones anuales en ventas, según lo manifestado por el director general de Inversiones y Asesoría Araval.

Nuevamente Perú Retail (2019) relato el éxito alcanzado por el primer mall-centro comercial Mega Plaza en Lima Norte durante sus 17 años, calificándolo como uno de los más atractivos del comercio moderno; consideraron que, la estrategia de invertir en las peripecias para el año 2002 en una zona en consolidación de alcanzar un éxito comercial, además de la aceptación por parte de la población, origino ubicarlo en un lugar de futuras inversiones. El centro comercial llega a albergar aproximadamente 2 millones de personas al mes, en la actualidad cuenta con tres niveles posicionándolo entre los centros comerciales más concurridos en Lima.

En el año 2020 empezó a operar el nuevo centro comercial MallPlaza ubicado en el distrito de Comas, Perú Retail (2019) el gerente comercial de la cadena MallPlaza destacó que el distrito se posiciona como el segundo más poblado de Lima Norte y por ende esperaba recibir resultados favorables ante la inversión. Indicando que ante el ingreso del MallPlaza, los otros cuatro ya consolidados se vieron potenciados de manera arquitectónica, ingreso de nuevas marcas además de la gestión administrativa interna de los mismos.

El Mall Plaza Comas fue el último centro comercial prometió posicionarse como el más exclusivo a comparación de sus contrincantes ubicados en Lima Norte. Su inversión fue de US\$80 millones aproximadamente, inicialmente ingreso al mercado con tiendas anclas tales como Tottus, Falabella, un centro médico especializado, áreas financieras, entre otras. Así mismo con el ingreso de grandes y reconocidas cadenas peruanas para el servicio a más de 2 millones y medio de habitantes correspondientes a Lima Norte.

El aumento del capital económico y las inversiones por distintas cadenas comerciales han influido de manera significativa en el valor de suelo en esta zona. Según los datos obtenidos de la Asociación De Empresas Inmobiliarias del Perú-ASEI, manifestaron que, el valor por m² a nivel de Lima Norte para marzo

del año 2021 ascendió a S/ 2,608 soles, dicha entidad aplica de manera general dicho monto con un predio de 72.1m² para lo cual su valor de suelo correspondió a S/191,218. De esta manera, es preciso demostrar como los centros comerciales influyeron respecto a su entorno, generando una mayor densidad económica, lo mismo que se vio reflejado en la búsqueda correspondiente a la renta del suelo aproximada a los cinco centros en Lima Norte. Motivo por el cual, las empresas cercanas a las principales concentraciones comerciales pagarán mayores rentas por el espacio que ocupan, aquellos locales que sean más reducidos podrán dedicarse a actividades como prestación de servicios de menor escala, por lo que la aglomeración tendrá menor intensidad.



Figura 4. Valor del m² Lima Metropolitana.

Fuente: Asociación De Empresas Inmobiliarias del Perú.

Para ser específicos con la investigación, se realizó el mapeo correspondiente, seleccionando aquellos predios en alquiler y/o venta ubicados en las manzanas que presentaron mayor influencia debido a su cercanía a los cinco centros comerciales previamente identificados. Entre los centros comerciales Real plaza Pro y Mall Plaza Comas, se identificaron cinco lotes ubicados colindantes a la Av. Alfredo Mandiola- Panamericana Norte, los valores indicados fueron recolectados de la página de Urbania, el cual es un clasificado inmobiliario reconocido a nivel nacional.

El primero se trató de un lote ubicado en el distrito de Los Olivos, en la Urb. Pro, cuenta con frente a la av. Cordialidad de 160m² vendido en \$ 190 000 o S/ 630 800; el segundo lote se trató de un área de 220m² con frente a la Av. Próceres, vendido en \$ 250 000 o S/ 900 000. El tercero se trató de un lote de 581m² ubicado en la Urb. Floresta Pro vendido por el monto de \$ 454 000, el cuarto lote con un área de 227m² valorizado en \$ 360 000. Finalmente, se trató de un lote de 160m² ubicado en el distrito de San Martín de Porres, valorizado en \$ 170 000.



Figura 5. Valor del m² cercanos a dos centros comerciales.

Fuente: Data Urbana. Elaboración propia.

de Porres, su venta es valorizado en \$ 8117 820 o S/ 29 224 152, mientras que su alquiler \$ 80 176 o s/288 633.

Durante el mes de marzo del 2021, según los datos obtenidos del último informe de Analytics Inmobiliario de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI), los distritos que mayor crecimiento tuvieron respecto al precio por m2 fueron San Martín de Porres, el cual paso de S/ 3,078 a S/3,248 demostrando un crecimiento del 5.52% lo posiciono como el distrito de más alto valor del suelo en Lima Norte; seguido de Comas el cual inicialmente tuvo el valor de S/3,121, pero para el mes de marzo paso a S/3,169 lo que demostró un crecimiento del 1,54%.

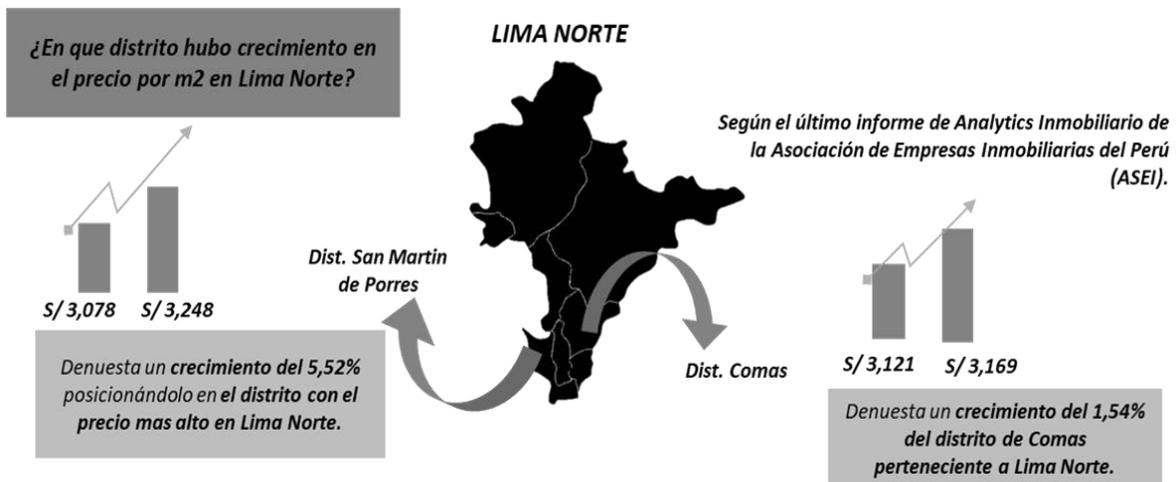


Figura 7. Aumento del valor del m2 en Lima Norte.

Fuente: Equipo de Derecho Inmobiliario.

V. Discusión

- Objetivo específico 1: Determinar de qué manera la concentración de actividades comerciales impacta en la consolidación de una centralidad en Lima Norte.

En base al objetivo específico uno, el resultado determina que la conglomeración de actividades comerciales, produce fenómenos de centralidad, para ello, basados en su proceso de datos empresariales del INEI del año 2008, los autores Gonzales y Del Pozo (2012) dan como resultado – en cuanto a Lima Norte – que este sector se encontraba en un “proceso de conformación” como centralidad, destacando al centro comercial Mega Plaza Norte por sus ventas generadas y la dimensión del equipamiento.

El éxito de los complejos comerciales, los convierte en atractores de comercios en su entorno, así como la de centros especializados, resultando una densa concentración de múltiples actividades. En la actualidad se reconoce en Lima Norte diversos centros, los cuales se han solidificado en base al comercio. Por ende, según el producto obtenido, se demuestra que existe un crecimiento empresarial que compite con otros distritos de alta densidad empresarial en Lima, a comparación de lo mencionado por los autores, pues ahora es notorio el desarrollo obtenido en base a la acumulación del capital, lo demuestra a través de su popularidad entre los inversionistas.

- Objetivo específico 2: Determinar de qué manera las centralidades de superficie comercial influyen en el desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte.

Por medio de la morfología comercial que presenta Lima Norte, muestra la conformación de centralidades que se encuentran a lo largo del sector, conectados a través del eje troncal Panamericana Norte, más subcentros lineales los cuales se ubican en avenidas de gran concurrencia; estos factores estructuran una red policéntrica, como lo mencionan Ciccolella y Vecslir (2012), la proliferación de superficies comerciales, las redes de autopistas y los centros de esparcimiento, conllevan a una densificación de áreas centrales.

A su vez, los autores alegan – tomando como referencia el fenómeno de centralidad que ocurre en Buenos Aires – que la densificación central, provoca el abandono de las zonas periféricas; no obstante, en la extensión de la investigación, múltiples veces se ha demostrado como Lima Norte – que es considerado una zona periférica de Lima Metropolitana – gracias a su

densificación poblacional, el aumento del capital por ende el de la demanda también, ha incentivado a la emergencia de comercios y sobre todo a la iniciativa empresarial individual, un factor muy particular de este sector popular.

De las investigaciones realizadas en torno a la centralidad de Lima Norte, se le ha medido con dimensiones usuales de una centralidad, mas no se ha tomado el suficiente análisis a la tendencia de este sector, el fuerte impacto económico de los comercios de gran escala, y los pequeños comercios conglomerados ocasionan. Se dice esto, en base a lo mencionado por autores y estudios del mercado; la población y el comercio han proporcionado a Lima Norte la emergencia de una estructura policéntrica.

- Objetivo específico 3: Determinar de qué manera los desplazamientos impactan en el valor del suelo en Lima Norte.

Se toma en consideración investigaciones anteriormente realizadas respecto a centralidad, actividades y concentraciones comerciales, teniendo como campo aplicativo Lima Metropolitana y Lima Norte. El autor Vega (2017) en su investigación referida a la dimensión a nivel urbano correspondientes a las centralidades de Lima Norte, abarcando sus cambios y permanencias; su abordaje identifico aquellos centros urbanos principales, tomados por la concentración del empleo, su conectividad y la densidad de establecimientos comerciales. La encuesta realizada de movilidad demostró la importancia que ha seguido manteniendo el área central de la ciudad; así como también demostraron que, su población realiza menor cantidad de viajes interzonales.

Los hallazgos de la investigación demostraron que en Lima Norte existen dos centros que concentran la mayor actividad laboral y accesibilidad en concordancia con la movilidad. Los distritos que mayores índices arrojaron fueron Puente Piedra, el límite distrital existente entre Independencia y Los Olivos; medición fue tomada partiendo del eje correspondiente a la carretera Panamericana Norte.

La presente investigación contrasta lo manifestado por el autor; ya que, los datos obtenidos y actualizados demuestran que distritos como San Martín de Porres, Los Olivos, Comas en los últimos años han logrado desarrollarse de manera significativa, convirtiéndose en los más influyentes en la actividad

comercial correspondientes a Lima Norte respecto al número de desplazamientos por parte de sus habitantes como destino para realizar actividades de índole laborales o estudio y compras para su hogar. Las investigaciones anteriormente realizadas solo mencionan a los distritos de San Martín de Porres y Los Olivos como los más influyentes de Lima Norte; pero, los hallazgos de la presente investigación apuntan a nueva mira, Comas un distrito emergente a nivel comercial empieza a tener presencia, pues sus índices lo estarían posicionando como un distrito comercial con un futuro prometedor.

VI. Conclusiones

La morfología comercial y la densidad del empleo que arroja Lima Norte, han aportado a la determinación de que existe una proliferación de centralidades. En base a los estudios sobre la centralidad de este sector, fue la densidad poblacional, el principal fenómeno que conllevó a una necesidad de reestructuración del espacio, dónde se contara con un centro de abastos y de ocio urbano, a su vez una intención de descentralizar el centro histórico de Lima – a partir de ello, surge Mega Plaza Norte –. El impacto que genera la concentración de actividades comerciales, es el movimiento de capitales en el sector, esto provoca una tendencia comercial en su entorno, pues el éxito en una zona, incentiva a la emergencia de comercios y de centros especializados.

La demanda de esta gran área de expansión de la ciudad, produce la emergencia de complejos comerciales en diversos puntos de Lima Norte; la carencia de centros de esparcimiento, ocasiona que estos complejos no solo cuenten con un rol comercial, sino también, sean puntos de encuentro y de recreación. Los centros se encuentran en una red, conectados a través del eje principal de este sector, la carretera Panamericana Norte, la cual cuenta con un enorme potencial económico, ya que en ella se ubican, centros de servicio especializado y múltiples comercios, este eje troncal, con una extensión aproximada de 22 km, se considera una centralidad lineal y red policéntrica, que ha causado a su vez una tendencia lineal, en torno a Lima Norte, presentando sub centros en punto de expansión, a lo largo de avenidas principales.

El análisis, de la manera en que los desplazamientos impactan en el valor del suelo en Lima Norte, conllevan a la conclusión de que los viajes realizados por gran parte de la población en esta zona fueron por el ámbito laboral, seguido por compras, siendo el segundo el más aplicado en los distintos distritos perteneciente a Lima Norte. Además, se observa una reducción de viajes interzonales, pues los datos demostraron una notoria preferencia por parte de la población, quienes prefieren dirigirse a estos establecimientos caminando. lo que deja en evidencia que, dichas concentraciones en las que deciden realizar sus compras para el hogar cada vez se encuentran más cerca a los habitantes de Lima Norte.

En suma, la demanda comercial, la conexión de los centros, y la expansión de los sub centros, determinan en Lima Norte una consolidación de una estructura policéntrica urbana. La recomendación más importante a partir de la investigación, es la importancia del papel que juegan los gobiernos, tanto distritales como provinciales, quienes deberían de velar por la calidad del espacio urbano de las centralidades, los cuales muestran deficiencias; es sustancial la fomentación de nuevos centros, sobre todo en los distritos más lejanos al centro de la ciudad, como los distritos de Ancón y Santa Rosa. Por último, se encuentra pertinente que los gobiernos influyan en la consolidación de centros en los distritos de Comas y Carabaylo, los cuales muestran tendencias de conglomeraciones comerciales a partir de pequeños comercios.

Finalmente, el aporte de la presente investigación – no solo con fines académicos – es dar una nueva visión con respecto a la descentralización, teniendo como factor indispensable al comercio, por el mismo motivo que este favorece a la dispersión de actividades; Lima Norte en torno a la ciudad de Lima, tiene otra perspectiva, un sector de la ciudad que emerge con una población media pujante.

Referencias

- America Retail* . (23 de Mayo de 2019). Obtenido de America Retail : <https://www.america-retail.com/peru/peru-centros-comerciales-en-lima-norte-compiten-por-llegar-a-mas-consumidores/>
- Arellano , R. (14 de March de 2019). *Perú Retail* . Obtenido de Perú Retail la web del retail y los canales comerciales : <https://www.peru-retail.com/rolando-arellano-peru-3-malls-15-supermercados-cada-millon-habitantes/>
- Arellano. (2017). *Arellano*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-los-malls-preferidos-por-los-consumidores-en-lima/>
- Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú . (30 de Abril de 2021). *Precio porm2 segun sectores de Lima Marzo 2021*. Obtenido de Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú - ASEI: <https://www.facebook.com/aseiperu/photos/1718126368367193>
- Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú. (Julio de 2020). *Mercado Inmobiliario 1er Semestre 2020*. Obtenido de Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú- ASEI: <https://sites.google.com/asei.com.pe/mercado-inmobiliario-asei-2020/mercado-inmobiliario>
- Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú. (18 de Marzo de 2021). *Estudio del perfil del comprador y sus preferencias por distrito de Lima Metropolitana*. Obtenido de Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú- ASEI: <https://www.facebook.com/aseiperu/photos/1675972595915904>
- Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú. (14 de Mayo de 2021). *Precio por m2 segun sectores de Lima Marzo 2021*. Obtenido de Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú- ASEI: https://www.facebook.com/aseiperu/photos/basw.AbrOFSAVqyeSs_qWY-jhxjtff6W2FHuny6rS_HP-ve_w2_s2N3hhvwkeJPqZCbAs1MU3MsvIZH9OmvCSC0YGJtWuGiD7h7Mt1nAYPqIF4akj9RAIRWAZnOnvBEJHaZndMgjn8JyE61SAfH7srOf9gtWPQx2mWWbLTcvRBHxXO4kDN0ECd2qTpC2sg38OQA6x1INB7aN5liYtgg7J6
- Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú. (31 de Mayo de 2021). *Preferencia de departamentos segun cantidad de dormitorios Abril 2021*. Obtenido de Asociacion de empresas inmobiliarias del Perú- ASEI : <https://www.facebook.com/aseiperu/photos/1730774093769087>
- Bähr, J., & Borsdorf, A. (2005). La ciudad latinoamericana. La construcción de un modelo, Vigencia y perspectivas. *ur[b]es(2)*, 207 - 221.
- Baptista Lucio , P., Fernandez Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (1997). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Beuf, A. (2020). Centralidad y policentralidad urbanas: interpretaciones, teorías, experiencias. *Revista de geografías y ciencias sociales*, 131-155.
- Butera, F. (1998). *Urban development as a guided self-organization process en: The City. The City and Its Sciences*.
- Callista, R. (Octubre de 2002). Analisis de los conceptos del modelo de adaptacion de Callista Roy. *Scielo(2)*, 5.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Cambridge : Blackwell.

- Castillo, R., Flores, C., & Rodríguez, M. (2013). La importancia del sector servicios en la economía mexicana: un análisis de series de tiempos. *Paradigma económico*(1), 5 - 27.
- Charles, D. (1859). *The origin of species*. London .
- Chion, M. (2002). *Dimensión metropolitana de la globalización: Lima a fines del siglo XX* (85 ed., Vol. 28). Santiago de Chile, Chile: Eure.
- Christopher, A. (1978). *Urbanismo y participación*. Barcelona.
- Ciccolella, P., & Vecslir, L. (2012). Dinámicas, morfologías y singularidades en la reestructuración metropolitana de Buenos Aires. *Iberoamericana de Urbanismo*(8), 23 - 41.
- Ciccolella, P., & Mignaqui, I. (2009). Globalización y transformaciones de la centralidad histórica en Buenos Aires. *Centro-h*(3), 91-101.
- del Pozo Segura, J. M., & Gonzales de Olarte, E. (2012). Lima, una ciudad policéntrica. Un análisis a partir de la localización del empleo. *Investigaciones Regionales*, 29-52.
- Diez Pisonero, R. (2020). Ciudades colectivas aerea en el sistema mundo: nodos consolidados y centros emergentes. *Eure*, 113-141.
- Equipo de derecho inmobiliario. (18 de Mayo de 2021). *Oferta de viviendas en Lima Norte* . Obtenido de Equipo de derecho inmobiliario: <https://www.facebook.com/edipucp/photos/pcb.269455857957371/269477947955162/>
- Gasca Zamora, J. (2017). Centros comerciales de la ciudad de Mexico: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo. *EURE*, 73-96.
- Goldstein, J. (2016). Emergence as a construct: history and issues. *ResearchGate*, 25.
- Gomez Gomez, S., & Hernandez Bonilla, M. (2015). Conflicto espacial, exclusion y espacio publico en la centralidad urbana de Xalampa. *Brasileira de gestão urbana*, 281-294.
- Gonzales de Olarte, E., & del Pozo Segura, J. (2012). *Lima, una ciudad policéntrica. Un análisis a partir de la localización del empleo*. Lima: Redalyc.
- Gonzales, J. (2009). Teoria de la complejidad. *Dyna*, 76(157), 243-245.
- Herbert, S. (2004). ¿Qué es una sociedad? una sociedad es un organismo. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 231-243.
- Hidalgo, R., & Trufello, R. (2015). Policentrismo en el Área Metropolitana de Santiago de Chile: reestructuración comercial, movilidad y tipificación de subcentros. *Eure*, 49-74.
- INEGI. (2002). Sistema de clasificación industrial de América del Norte México, 2002. 94.
- INEI. (2012). *Perú: Estructura Empresarial 2012* . Lima: Biblioteca Nacional del Perú .
- INEI. (2017). *Censo Poblacional* . Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2019). *INE*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2020, de <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/economia/que-es-economia>

- Ipsos. (8 de Febrero de 2018). Obtenido de Ipsos : <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-zonales-lima-detalle>
- Johnson, S. (2008). sistemas emergentes o que tienen en comun hormigas, neuronas, ciudades y software. *eure*, 142-145.
- Kanashiro, L., & Cuevas Calderon, E. (2017). El espacio semi público: seguridad y centros comerciales en Lima metropolitana. *Lienzo* , 3-90.
- Krugman, P. (1988). *La nueva teoria del comercio internacional y los paises menos desarrollados* . Fondo de cultura economica.
- Labanca, N. (2017). *Complex systems and social practices in energy transition*. Italia: Springer.
- Lazarte S, M., Mendez L, C., & Suarez R, L. (2006). *Posibilidades de gestion local y desarrollo economico en Lima Norte* . Lima : Alternativa.
- Levinson, D., Sarkar, S., & Wu , H. (2019). Measuring polycentricity via network flows, spatial interaction and percolation. *Sage*, 2, 5, 19.
- Lima como vamos. (5 de Julio de 2019). *Lima como vamos: Lima y Callao según sus ciudadanos*. Obtenido de Lima como vamos. Org: http://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2019/11/Encuesta-2019_web.pdf
- Lima como vamos: Tablas_EncuestaLCV2019*. (5 de Junio de 2019). Obtenido de Lima como vamos.org/data: https://www.dropbox.com/s/xxuqthi7w3e0xld/Tablas_EncuestaLCV2019.xlsx?dl=0
- Lodeiro Zubiria , M. L., Mauricio Andia, M., Munayco Abanto, L., & Pacheco, M. (2018). Perfiles de consumidores sin experiencia de compra en un centro comercial basados en factores de atraccion: caso Cusco. *Ciencia erg-sum*, 11-20.
- Lora Ochoa, C., & Pinedo López, J. W. (2019). Nuevas centralidades urbanas: definición, tipologías y consolidación. *ACE*, 106.
- Lozano, I. (2019). Perfil del consumidor de Lima Norte. (O. Arauco, Ed.) *La Republica.pe*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1471466-centros-comerciales-compiten-26-millones-consumidores-lima-norte/>
- Mangin, D., & Panerai, P. (1999). *Proyectar la ciudad*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Massey, D. (1994). *A Global Sense of Place*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Montezuma, R. (2005). *Ciudad y transporte*. Santiago de Chile.
- Morin, E. (1998). *Introduccion al pensamiento complejo* . Barcelona: Gedisa.
- Moschella Miloslavich, P. (2017). La planificación urbana en el desarrollo de centralidades en Lima Metropolitana. *ResearchGate*, 1-17.
- Panfichi, A. (2014). Lima, la ciudad policentrica. *ReVista*. Obtenido de <https://revista.drclas.harvard.edu/book/lima-la-ciudad-policentrica>
- Peru Retail*. (28 de Noviembre de 2017). Obtenido de Peru Retail web del retail y los canales comerciales: <https://www.peru-retail.com/que-nuevas-marcas-ingresarian-a-plaza-norte/>

- Perú Retail*. (1 de Septiembre de 2020). Obtenido de Perú Retail la web del retail y los canales comerciales : <https://www.peru-retail.com/peru-mallplaza-comas-abrio-sus-puertas-con-la-inauguracion-de-tottus-y-sodimac/>
- Porro, N., & Mesa, A. (Mayo de 2016). Estudio del fenómeno de centralidad urbana mediante una metodología sistémica. *Redalyc*(33), 44-53.
- Real Plaza* . (2018). Obtenido de Real Plaza pagina oficial : <https://realplaza.pe/institucional/>
- Remax Perú. (Junio de 2021). Obtenido de <https://www.remax.pe/propiedades.php?pagv=2&combotipo=1&combodepartament=15&comboprovincia=1&combodistrito=35>
- Rodríguez, L., & Vecslir, L. (2018). Centros Comerciales a Cielo Abierto como política de renovación de las centralidades tradicionales en el Conurbano Bonaerense. *Urosario*, 15-40.
- Ruiz Sanchez, J. (2002). *Complejidad urbana y determinacion*. Madrid : Boletín Oficial del Estado (BOE).
- Sassen, S. (1991). The global city. New York, London, Tokyo. *Estudios sociales*, 397.
- Sawyer, K. (2005). *Social emergence. Societies as complex system*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Saxe Fernandez, E. (1989). Filosofía y teoría general de sistemas en el pensamiento de A. Rapoport. *Filosofía universal*, 439-444.
- Soja, E. (2008). *Postmetropolis estudios criticos sobre las ciudades y las regiones*. Traficantes de sueños .
- Torres Torres, F. (2001). *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*.
- Urbania. (Setiembre de 2019). *Urbania: Índice m2*. Obtenido de Urbania Web site: https://urbania.pe/indice_m2/
- Vega Centeno, P. (2016). La desigualdad invisible: el uso cotidiano de los espacios público en la Lima del siglo XXI. *Territorio*, 23-46.
- Vega Centeno, P. (Mayo de 2017). La dimensión urbana de las centralidades de Lima Norte: cambios y permanencias en la estructura metropolitana. *EURE*, 43(129), 6, 7, 8.
- Verano, P. (15 de Febrero de 2019). Al 93% de internautas de Lima norte le gusta probar nuevos productos. *Gestión*, pág. 1.

Anexos

6.1 Anexos N°1: Matriz de Operacionalización.

Tabla 10. Operacionalización de la categoría 1: Densidad comercial.

SUB CATEGORÍA	INDICADORES
1) ACTIVIDAD ECONÓMICA	<ul style="list-style-type: none">• Uso del suelo
	<ul style="list-style-type: none">• Localización del empleo
	<ul style="list-style-type: none">• Mercado laboral
	<ul style="list-style-type: none">• Economía urbana
2) SUPERFICIE COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none">• Densidad comercial
	<ul style="list-style-type: none">• Patrón de Consumo
	<ul style="list-style-type: none">• Valor del m2
	<ul style="list-style-type: none">• Extensión comercial

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Operacionalización de la categoría 2: Centralidad urbana.

SUB CATEGORÍA	INDICADORES
	<ul style="list-style-type: none"> • Densificación
3) CENTRALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Jerarquía
	<ul style="list-style-type: none"> • Redes
	<ul style="list-style-type: none"> • Nodos
4) ESTRUCTURA URBANA	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad
	<ul style="list-style-type: none"> • Movilidad

Fuente: Elaboración propia

6.2 Anexos N°2: Matriz de Consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	JUSTIFICACIÓN
¿De qué manera la densidad comercial impacta en la emergencia de una estructura policéntrica en Lima Norte?	Determinar de qué manera la densidad comercial impacta en la emergencia de una estructura policéntrica en Lima Norte.	La densidad comercial genera la emergencia de una estructura policéntrica en Lima Norte.		En la actualidad se reconoce a Lima Norte como una centralidad comercial, gracias a la evolución de sus complejos comerciales, causando la construcción de una policentralidad. La magnitud del presente estudio radica en la identificación de su sistema comercial emergente y el impacto generado por los mismos a nivel de Lima Metropolitana. El presente estudio a su vez sirve como modelo para futuros procesos emergentes en las periferias.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS		
¿De qué manera la concentración de actividades comerciales impacta en la consolidación de una centralidad en Lima Norte?	Determinar de qué manera la concentración de actividades comerciales impacta en la consolidación de una centralidad en Lima Norte.	La concentración de actividades comerciales produce un impacto en la consolidación de una centralidad en Lima Norte	El impacto de las densidades comerciales en la emergencia de una estructura policéntrica en Lima Norte, 2020	
¿De qué manera las centralidades de superficie comercial influyen en el desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte?	Determinar de qué manera las centralidades de superficie comercial influyen en el desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte.	Las centralidades de superficie comercial generan un notorio desarrollo de una estructura urbana policéntrica en Lima Norte.		
¿De qué manera la movilidad de la población impacta en el valor del suelo comercial urbano en Lima Norte?	Determinar de qué manera la movilidad de la población impacta en el valor del suelo comercial urbano en Lima Norte.	La movilidad de la población produce un considerable impacto en el valor del suelo comercial urbano en Lima Norte.		